

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

INFORME FINAL DEL TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SALSA DE AGUACATE UBICADA EN EL CANTÓN MIRA PROVINCIA DEL CARCHI.”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA: Alexandra Guerrero

DIRECTOR: Ing. César Pinto

IBARRA, Julio, 2015

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad determinar desde el punto de vista técnico, comercial y financiero la factibilidad para instalar una microempresa productora y comercializadora de salsa de aguacate en el Cantón Mira, por lo tanto en base al estudio realizado se determina las siguientes conclusiones para la producción y comercialización de salsa de aguacate. De acuerdo al diagnóstico realizado en la ciudad de Mira, se puede observar que en este lugar existe una gran cantidad de materia prima, que será empleada para la realización del proyecto planteado. El estudio de mercado permitió conocer la aceptación del producto en el mercado, así como también se analizó los productos sustantivos ya no existe competencia tan solo similares en lo referente a salsas. La localización de la empresa de producción y comercialización de salsa de aguacate será en la ciudad de Mira siendo el lugar adecuado tanto para el cultivo y producción ya que es una zona donde el aguacate que crece a niveles óptimos y de calidad. Teniendo así materia prima suficiente para emprender el proyecto. En base a los resultados obtenidos en el estudio financiero se puede determinar que el proyecto es rentable, como lo indican sus índices financieros. Para que la empresa logre sus propósitos, se establecieron lineamientos estratégicos direccionados hacia el futuro, así como también se determinó una estructura organizacional en donde se delegan funciones a cada departamento y subordinado. Finalmente en el capítulo de impactos se concluye que los efectos que genera el proyecto en el entorno serán positivos, debido a que el sector se fortalecerá en el ámbito social, económico, ético y ambiental.

SUMMARY

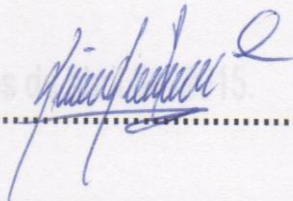
This project aims to determine from the technical, commercial and financially the feasibility of installing a production microenterprise and marketing of avocado sauce in Canton Look therefore based on the study made the following findings determined for production and marketing of avocado salsa. According to the diagnosis made in City See, it can be seen that in this place there is a lot of raw material, which will be used for implementing the proposed project. Market research yielded information product acceptance in the market as well as the substantive products and there is no competition just like in terms sauces are also analyzed. The location of the company's production and marketing of avocado salsa in town will look to be the right place for both cultivation and production as it is an area where the avocado growing at optimum levels and quality. Thus having enough raw materials to undertake the project. Based on the results of the financial analysis it can determine that the project is profitable, as indicated by their financial indices. For the company to achieve its purposes, they addressed strategic guidelines were established for the future and an organizational structure in which functions are delegated to each department and subordinate was also determined. Finally in Chapter impact it is concluded that the effects generated by the project in the environment will be positive, because the sector will be strengthened in the social, economic, ethical and environmental issues.

AUTORÍA

Yo, Gina Alexandra Guerrero Lomas, portadora de la cédula de ciudadanía No. 100270577-8, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además no ha sido presentado previamente para ningún grado, ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.

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, al mes de febrero del 2015.



Alexandra Guerrero

CI. 100270577-8

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Gina Alexandra Guerrero Lomas, con cédula de identidad No. 100270577-8, para optar por el Título de INGENIERA COMERCIAL. cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SALSA DE AGUACATE UBICADA EN EL CANTÓN MIRA PROVINCIA DEL CARCHI". 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, al mes de abril del 2015.

Firma



.....

Ing. César Pinto

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Gina Alexandra Guerrero Lomas, con cédula de identidad No. 100270577-8, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SALSAS DE AGUACATE UBICADA EN EL CANTÓN MIRA PROVINCIA DEL CARCHI”, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

APPELLIDOS Y NOMBRES:	Gina Alexandra Guerrero Lomas		
DIRECCIÓN:	Ibarra, Avenida Los Sauces y Secundino Peñafiel 1-101		
EMAIL:	aheruaalexa@hotmail.com		
TELÉFONO Fijo:	0970957185	TELÉFONO Móvil:	0970957185

Alexandra Guerrero

CI. 100270577-8



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	100270577-8	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Gina Alexandra Guerrero Lomas	
DIRECCIÓN:		Ibarra, Avenida Los Sauces y Secundino Peñafiel 1-101	
EMAIL:		shennaalexa@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:	062585074	TELÉFONO MÓVIL:	0979957186

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SALSA DE AGUACATE UBICADA EN EL CANTÓN MIRA PROVINCIA DEL CARCHI”
AUTORA :	Gina Alexandra Guerrero Lomas
FECHA: AAAAMMDD	06/07/2015
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA COMERCIAL
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. César Pinto

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Alexandra Guerrero, con cédula de identidad No. 100270577-8 en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

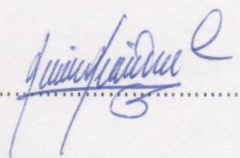
La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá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

Ibarra, al mes de...Octubre de 2015.....

A, DIOS por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para

LA AUTORA: dos los obstáculos y dificultades a lo largo de mi vida. A mi familia porque ellos son mi fortaleza y el apoyo incondicional que he necesitado para alcanzar este valioso logro.

(Firma).....



Nombre: Gina Alexandra Guerrero L.

C.C.: 100270577-8

Gina Alexandra Guerrero

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

A, DIOS por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar todos los obstáculos y dificultades a lo largo de mi vida. A mi familia porque ellos son mi fortaleza y el apoyo incondicional que he necesitado para alcanzar este valioso logro.

Alexandra Guerrero

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero y eterno agradecimiento al Ingeniero César Pinto, director del proyecto, por su disponibilidad, paciencia, y dedicación.

A mi familia por ser el soporte incondicional en los momentos más importantes de mi vida.

A todos la personas que de una u otra manera hicieron posible la culminación de mi carrera.

Alexandra Guerrero

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación se refiere a la disponibilidad de encontrar los recursos necesarios para llevar a cabo la creación de una Microempresa Productora y Comercializadora de Salsa de Aguacate en el Cantón Mira Provincia del Carchi. Para lo cual se planteó objetivos y metas apoyados en 3 aspectos básicos:

- a) Operativo.
- b) Técnico.
- c) Económico.

Sin embargo para conocer a profundidad el éxito de este proyecto se analizó el grado de factibilidad basándonos en los aspectos anteriores y se desarrolló un análisis técnico basado en siete capítulos que contienen lo siguiente:

Diagnostico Situacional. Realizado para conocer, identificar, describir y analizar aspectos tales como: economía, producción, aspectos sociales, aspectos demográficos, aspectos culturales entre otros. En definitiva conocer la prospectiva real del Cantón Mira en especial sobre la producción de Aguacate.

Marco Teórico. Planteado en base a ideas, conceptos, teorías que guiaron el estudio, aportando con veracidad, claridad y objetividad el trabajo de investigación.

Estudio de mercado. Diseñado con el objetivo de hacernos una idea clara sobre la viabilidad comercial del proyecto, en este aspecto se analizó la aceptabilidad de la salsa de aguacate en los posibles consumidores.

Así también se identificó la situación real con respecto a la oferta, demanda, demanda insatisfecha, estrategias comerciales datos importantes para conocer, prevenir y minimizar riesgos en el proyecto.

Estudio técnico. Procedimiento fundamental que este nos indica la localización y tamaño óptimo de las instalaciones; analizando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto, entre los cuales están los agentes que influyen en la compra de maquinaria y equipo, el tamaño de la planta, la localización, distribución y, finalmente los procesos de producción con una propuesta en aspectos técnicos como: localización, tamaño, ingeniería, inversiones y talento humano que necesita la microempresa para laborar eficientemente y aprovechar racionalmente los recursos disponibles.

Estudio económico financiero. Análisis que permite conocer la capacidad que tendrá la microempresa productora y comercializadora de salsa de aguacate, conociendo además si es sustentable, viable y rentable en el tiempo.

También es una parte fundamental de la evaluación del proyecto de inversión. Pues analiza la viabilidad del proyecto desde el presupuesto de inversión, flujos de caja, y los principales índices financieros como el VAN, TIR, PRI, costo beneficio, etc.

Estructura organizativa. Está enfocada a la organización de cargos y responsabilidades que deben cumplir los miembros de la microempresa, en un sistema desarrollado para alcanzar las metas propuestas en el plan estratégico.

Finalmente tenemos el **Estudio de Impactos**, que es un análisis muy importante para evaluar la magnitud de los efectos positivos o negativos que el proyecto genere y aplicar medidas que eviten problemas en el sector.

INTRODUCCIÓN

El cantón Mira está ubicado en la provincia del Carchi, su población actual, según el Censo del 2010 es de: **12180 habitantes**, (6121 hombres y 6059 mujeres), con una extensión territorial de 581.69 km² y una temperatura promedio de 18 °C, se encuentra al sur de la misma provincia cercana a la ciudad de Ibarra. Este cantón es considerado eminentemente agrícola, entre los productos que se destacan se encuentra el aguacate de diferentes variedades, cuyo cultivo creció a partir de programas impulsados por el **MAGAP** (Ministerio de Agricultura, Acuicultura y Pesca), debido a que este lugar presenta las características agroclimáticas para la planta.

Hace una década comenzó a crecer la producción de aguacate, en el Cantón Mira, actualmente existen aproximadamente 1.085 hectáreas de cultivo según el Censo Nacional Agropecuario **CNA**, este producto es comercializado en su mayor parte como fruta fresca a través de intermediarios. La importancia del aguacate en el mercado ha crecido sostenidamente dejando de ser una fruta exótica para incorporarse en la dieta de muchos países, es así que los agricultores del cantón Mira desde hace mucho tiempo aprecian las ventajas del aguacate, dado que este se da en los diferentes suelos de nuestro Ecuador, necesitando pocos fertilizantes químicos y supliendo las necesidades nutricionales con abonos orgánicos, además el aguacate puede plantarse con diferentes cultivos, siendo algo favorable para el productor, un árbol empieza su vida productiva a los 24 meses después de sembrado, y tiene un ciclo de producción aproximado a los 30 años.

Hay gran oferta de aguacates en el cantón Mira pues su producción es estable, pero lamentablemente el aguacate se madura rápido por las condiciones climáticas del sector, ocasionando muchas veces desperdicio de este fruto. Es así que nace la idea de darle valor agregado a la fruta, entregando al mercado un producto sano, nutritivo como es la salsa de aguacate, el emprendimiento presenta mucha expectativa entre los

agricultores de la zona, debido a que se generará fuentes de trabajo y se comercializara el aguacate a precio justo.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de salsa de aguacate ubicada en el cantón Mira, provincia del Carchi

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional del cultivo de aguacate en el Cantón Mira para identificar aliado, oponente, oportunidades y riesgos que tendrá en proyecto al momento de la gestión.
- Elaborar un marco teórico que sustente temas relacionados con el proyecto utilizando información bibliográfica y documentada actualizada.
- Realizar un estudio de mercado para establecer la demanda, oferta, precios y estrategias comerciales de la salsa de aguacate en la Ciudad de Ibarra.
- Elaborar un estudio técnico que permita determinar el lugar idóneo, la capacidad operativa y la ingeniería del proyecto para dar inicio con sus actividades.
- Realizar un estudio financiero para determinar el monto óptimo de inversión, como también su rentabilidad que genere durante la realización de sus actividades.

- Determinar la propuesta estratégica, que contenga objetivos, políticas y reglamentos que permitan el óptimo funcionamiento de la microempresa.
- Analizar la influencia de los impactos que genera el desarrollo del presente proyecto.

JUSTIFICACIÓN

Las ideas innovadoras y la decisión de emprendimiento es lo que demanda el Ecuador para dar el salto cualitativo hacia la economía social del conocimiento y conseguir el cambio de matriz productiva.

El conocimiento debe satisfacer necesidades sociales, garantizar derechos y potenciar la creatividad de las personas, así también el conocimiento debe mejorar la productividad, también debe lograr el desarrollo económico y ser la herramienta para conseguir el buen vivir de la sociedad.

Es así que gracias al conocimiento, enseñanza, y experiencia de nuestros queridos profesores de la **Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas FACAE**, quienes siempre nos inculcaron ser los dueños de nuestros propios negocios; aportando con ello al cambio del país y generar empleo de calidad y justo. En el transcurso de la carrera aprendí lo necesario para lograr cumplir con la idea de ser líderes empresariales, dotados de espíritu emprendedor, capaces de agregar valor a sus empresas, creativos, éticos con el deseo de ser entes activos en la generación de desarrollo económico, político y social.

Hoy es la oportunidad de demostrar que el emprendimiento y la idea de innovar en nuestro país son posibles, por lo tanto el estudio del presente proyecto de investigación está enfocado, a proponer la industrialización del aguacate, brindándole valor agregado a esta fruta y convirtiéndolo en un producto nuevo con los mismos beneficios nutricionales.

ÍNDICE GENERAL

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	i
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL	i
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 A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
PRESENTACIÓN	xii
INTRODUCCIÓN	xiv
OBJETIVOS DEL PROYECTO	xv
OBJETIVO GENERAL	xv
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	xv
JUSTIFICACIÓN	xvi
ÍNDICE GENERAL	xvii
ÍNDICE TABLAS	xxiv
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxviii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxviii
CAPÍTULO I	30
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	30
ANTECEDENTES	30
OBJETIVOS	31
Objetivo general	31
Objetivos específicos	31
Variables diagnósticas e indicadores	32

Indicadores de las variables	32
Situación socioeconómica	32
Producción	33
Comercialización.....	33
Talento humano	33
Manejo monetario (ingresos – egresos).....	34
Matriz de relación diagnóstica.....	35
Mecánica operativa del diagnóstico	35
Identificación de la población	36
Cálculo de la muestra	37
Diseño del instrumento de investigación.....	38
Información primaria	38
Información secundaria.....	38
Evaluación de la información	40
CAPÍTULO II.....	60
MARCO TEÓRICO	60
Estudio de factibilidad	60
Objetivo del estudio de factibilidad.....	60
Elementos de la administración	64
Características de la administración	65
Niveles administrativos	66
Proceso administrativo.....	67
Etapas del proceso administrativo	67
Planificación estratégica	68
Misión	68
Visión	68
La productividad.....	69
Etapas del proceso productivo.....	69
Aspectos del mercado	70
Estudio de mercado	70
La demanda.....	70
La oferta.....	71

El precio.....	71
El producto.....	72
La publicidad.....	72
La promoción	73
La comunicación	73
Plan de negocios	74
Estudio técnico.....	75
Ingeniería del proyecto	75
La macrolocalización	75
La microlocalización.....	76
Capital de trabajo.....	76
Aspectos contables.....	76
La contabilidad.....	76
Características de la contabilidad	77
Estado de Situación Financiera	78
Estado de Resultados.....	79
Estado de flujo de efectivo	79
Indicadores financieros	80
Valor Actual Neto	80
Tasa Interna de Retorno	81
Periodo de Recuperación	81
Beneficio costo.....	82
Punto de equilibrio	82
El aguacate	83
Características del aguacate	83
Valor nutricional del aguacate.....	83
Beneficios del aguacate	84
Salsa de aguacate	85
Receta Salsa de aguacate	86
CAPÍTULO III	87
ESTUDIO DE MERCADO.....	87
Presentación.....	87

Objetivos del estudio de mercado.....	88
Identificación del Producto.....	88
Características del Producto.....	89
Beneficios	90
Productos Sustitutivos	93
Normativa Sanitaria	93
Consumidor del Producto	93
Investigación de Mercado	93
Segmentación del Mercado	94
Mecánica Operativa del Estudio de Mercado	94
Información Primaria.....	94
Información secundaria.....	95
Identificación de la Población.....	95
Proyección de la población	95
Muestra.....	96
Resultados de la Investigación de Campo.....	97
Oferta.....	108
Análisis de la Oferta.....	108
Proyección de la Oferta	109
Cálculo de la oferta	110
Proyección de la Oferta Real	110
Demanda	111
Análisis de demanda.....	111
Proyección de la Demanda.....	112
Demanda Insatisfecha	113
Oferta Potencial	113
Precio.....	114
Producto	115
Promoción y Publicidad	115
Promoción.....	115
Plaza.....	116
CAPÍTULO IV.....	117

ESTUDIO TÉCNICO.....	117
Localización Óptima del Proyecto.....	117
Macrolocalización	117
Microlocalización.....	119
Análisis de factores del sector asignado.....	119
Tamaño del proyecto	121
Factores que definen el tamaño del Proyecto.....	121
Capacidad de la planta	123
Distribución de las instalaciones de la planta.	124
Diseño de las instalaciones	126
Proceso de producción	127
Descripción del proceso de Producción de Salsa de Aguacate.....	127
Diagrama de bloque del proceso productivo de la salsa de aguacate ...	130
Flujograma de operaciones	131
Inversiones.....	133
Inversión Fija.....	133
Inversiones Área Administrativa.....	133
Inversiones área de ventas.....	135
Inversión Área de Producción	136
Resumen de Propiedad Planta y Equipo	138
Capital de Trabajo.....	139
Inversión Total	139
Financiamiento del Proyecto.....	141
Requerimiento de Talento Humano	141
CAPÍTULO V.....	143
EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	143
Determinación de ingresos proyectados.....	143
Determinación de egresos proyectados.....	144
Costos de producción	144
Materia Prima Directa	144
Mano de Obra Directa.....	145
Costos Indirectos de Fabricación.....	146

Gastos administrativos.....	152
Remuneraciones Administrativas.....	152
Gastos Generales Administrativos.....	153
Gastos de ventas.....	157
Remuneraciones Ventas.....	157
Gastos de Publicidad.....	158
Gastos Financieros.....	159
Tabla de depreciaciones.....	163
Tabla resumen de egresos proyectados.....	166
Estado de Situación Inicial.....	167
Estado de Resultados Integral.....	168
Flujo de efectivo financiero.....	169
Evaluación financiera.....	171
Costo de oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio.....	171
Cálculo del VAN.....	172
Cálculo de la TIR.....	173
Recuperación de dinero en el tiempo.....	175
Índice beneficio-costos.....	176
Punto de equilibrio.....	177
Resumen de la evaluación Financiera.....	181
CAPÍTULO VI.....	182
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	182
La empresa.....	182
Logotipo.....	182
Nombre o razón social.....	182
Conformación jurídica.....	183
Registro Único de Contribuyentes.....	183
Patente Municipal.....	183
Permiso Sanitario de Funcionamiento.....	184
Permiso de Bomberos.....	184
Registro Patronal.....	185
Flujo grama de constitución legal.....	185

Planificación estratégica	188
Misión	188
Visión	189
Políticas	189
Valores.....	189
Estructura organizacional	191
Organigrama estructural	191
Orgánico funcional.....	191
Nivel Ejecutivo	191
Nivel de Apoyo.....	192
Nivel Operativo	193
Descripción de puestos y tareas.....	193
CAPÍTULO VII.....	199
ANÁLISIS DE IMPACTOS	199
Análisis de Impactos	199
Impacto Social	200
Impacto Económico	201
Impacto Ético	202
Impacto Ambiental	203
Impacto General	204
CONCLUSIONES	205
RECOMENDACIONES.....	206
BIBLIOGRAFÍA.....	207
LINKOGRAFÍA.....	208
ANEXOS.....	209
ANEXO 1	210
ANEXO 2	211
ANEXO 3	212
ANEXO 4	213
ANEXO 5	214
ANEXO 6	215

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	35
Tabla 2 DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN MIRA	36
Tabla 3 DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN MIRA ZONAS URBANA Y RURAL	36
Tabla 4 MUESTREO ESTRATIFICADO CON AFIJACIÓN PROPORCIONAL.....	38
Tabla 5 TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA.....	40
Tabla 6 SERVICIOS BÁSICOS.....	41
Tabla 7 VIAS DE ACCESO.....	42
Tabla 8 EXTENSIÓN DE TERRENO.....	43
Tabla 9 PRODUCCIÓN DE AGUACATE	44
Tabla 10 TIEMPO EN LA ACTIVIDAD DE PRODUCCIÓN DE AGUACATE	45
Tabla 11 ESTABILIDAD EN LA ACTIVIDAD QUE DESEMPEÑA	46
Tabla 12 VARIEDADES DE AGUACATE	47
Tabla 13 VENTA DEL PRODUCTO.....	48
Tabla 14 HERRAMIENTAS UTILIZADAS EN EL CULTIVO	49
Tabla 15 DEMANDA DE PRODUCTOS	50
Tabla 16 CAPACITACIÓN Y ASESORAMIENTO.....	51
Tabla 17 DETERMINACIÓN PRECIO DE VENTA	52
Tabla 18 CAPITAL DE TRABAJO.....	53
Tabla 19 FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA.....	54
Tabla 20 INTEGRACIÓN DE LA MICROEMPRESA	55
TABLA 21 TIPOS DE EMPRESAS	61
Tabla 22 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	94
TABLA 23 PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN	95
Tabla 24 Muestra.....	108
Tabla 25 : Desegregación de la muestra con toda la población	109
Tabla 26 Cálculo de la oferta	110

Tabla 27 : Proyección de la Oferta Real	110
TABLA 28 ANÁLISIS DE DEMANDA.....	111
TABLA 29 ANÁLISIS DE DEMANDA POBLACIÓN.....	111
TABLA 30 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	112
TABLA 31 DEMANDA REAL	113
TABLA 32 DEMANDA INSATISFECHA.....	113
TABLA 33 OFERTA POTENCIAL.....	114
TABLA 34 PRECIO DE LA SALSA DE AGUACATE	114
TABLA 35 MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS.....	120
TABLA 36 CAPACIDAD DE LA PLANTA	123
TABLA 37 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA POR ÁREAS.....	125
TABLA 38 SIMBOLOGÍA	131
TABLA 39 DIAGRAMA DEL PROCESO.....	132
TABLA 40 TERRENO	133
Tabla 41 INFRAESTRUCTURA.....	134
TABLA 42 BIENES MUEBLES Y ENSERES	134
TABLA 43 EQUIPOS DE OFICINA.....	134
TABLA 44 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	135
TABLA 45 MUEBLES DE OFICINA	135
TABLA 46 EQUIPOS DE OFICINA.....	135
TABLA 47 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	136
TABLA 48 VEHÍCULO	136
TABLA 49 MUEBLES DE OFICINA	136
TABLA 50 MAQUINARIA Y EQUIPO.....	137
TABLA 51 EQUIPOS DE SEGURIDAD	138
TABLA 52 RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS.....	138
TABLA 53 CAPITAL DE TRABAJO	139
TABLA 54 RESUMEN DE INVERSIONES	140
Tabla 55 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	141
TABLA 56 REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO	142
TABLA 57 PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	143
TABLA 58 MATERIA PRIMA DIRECTA.....	144

TABLA 59 MANO DE OBRA DIRECTA.....	145
TABLA 60 CRECIMIENTO HISTÓRICO DE LOS SALARIOS.....	146
TABLA 61 INSUMOS E INGREDIENTES.....	147
TABLA 62 UTENSILIOS DE COCINA	148
TABLA 63 SERVICIOS BÁSICOS DE PRODUCCIÓN	149
TABLA 64 MATERIALES DE PROTECCIÓN	150
TABLA 65 RESUMEN DE COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN	151
TABLA 66 PROYECCIÓN COSTOS PRODUCCIÓN	151
TABLA 67 REMUNERACIONES ADMINISTRATIVAS	152
TABLA 68 SERVICIOS BÁSICOS ADMINISTRATIVOS	153
TABLA 69 MATERIALES DE OFICINA	154
TABLA 70 MATERIALES DE ASEO	155
TABLA 71 GASTOS DE CONSTITUCIÓN	156
TABLA 72 PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	156
TABLA 73 REMUNERACIONES VENTAS	157
TABLA 74 GASTOS DE PUBLICIDAD	158
TABLA 75 PROYECCIÓN GASTOS VENTAS	159
TABLA 76 TASA DE INTERÉS BNF.....	160
TABLA 77 AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA	160
TABLA 78 INTERES ANUAL AL CREDITO FINANCIERO.....	163
TABLA 79 RESUMEN GASTO DEPRECIACION	164
TABLA 80 BIENES A DEPRECIAR	165
TABLA 81 CALCULO DEPRECIACIÓN	166
TABLA 82 PRESUPUESTO DE EGRESOS	166
TABLA 83 ESTADO DE SITUACION INICIAL PROFORMA	167
TABLA 84 ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL.....	168
TABLA 85 TABLA DEL IMPUESTO A LA RENTA.....	169
TABLA 86 FLUJO DE CAJA	170
TABLA 87 CÁLCULO DEL COSTO OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO	171
Tabla 88 FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS.....	172
Tabla 89 FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS PARA TIR	174

Tabla 90 FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS PARA RECUPERACIÓN	175
Tabla 91 INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS.....	176
Tabla 92 PROYECCION PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO	179
Tabla 93 PUNTO EQUILIBRIO EN PRODUCTO Y DOLARES	180
Tabla 94 EVALUACIÓN FINANCIERA	181
TABLA 95 PERMISOS PARA LA OPERACIÓN DE LA MICROEMPRESA	185
TABLA 96 OBLIGACIONES TRIBUTARIAS.....	186
TABLA 97 OBLIGACIONES PATRONALES	187
TABLA 98 OTRAS CONTRIBUCIONES Y OBLIGACIONES.....	188
Tabla 99 VALORES	189
TABLA 100 ADMINISTRACIÓN GERENCIAL.....	193
TABLA 101 PUESTO CONTADOR (A).....	195
TABLA 102 PUESTO: VENDEDOR.....	196
TABLA 103 PUESTO JEFE DE PRODUCCIÓN.....	197
TABLA 104 PUESTO OBRERO	198
Tabla 105 ANÁLISIS DE IMPACTOS	199
Tabla 106 IMPACTO SOCIAL.....	200
Tabla 107 IMPACTO ECONÓMICO	201
Tabla 108 IMPACTO ETICO.....	202
Tabla 109 IMPACTO AMBIENTAL	203
Tabla 110 IMPACTO GENERAL.....	204

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 SALSA DE AGUACATE.....	85
ILUSTRACIÓN 2 MAPA DEL CANTÓN MIRA.....	118
ILUSTRACIÓN 3 MICROLOCALIZACIÓN DE LA PLANTA	119
ILUSTRACIÓN 4 DISEÑO DE LAS INSTALACIONES.....	126
ILUSTRACIÓN 5 FLUJOGRAMA DE PROCESOS	130
ILUSTRACIÓN 6 PUNTO DE EQUILIBRIO	180
ILUSTRACIÓN 7 LOGOTIPO DE LA SALSA DE AGUACATE.....	182
ILUSTRACIÓN 8 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	191

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA	40
GRÁFICO 2 SERVICIOS BÁSICOS	41
GRÁFICO 3 VIAS DE ACCESO	42
GRÁFICO 4 EXTENSIÓN DE TERRENO	43
GRÁFICO 5 PRODUCCIÓN DE AGUACATE.....	44
GRÁFICO 6 TIEMPO EN LA ACTIVIDAD DE PRODUCCIÓN DE AGUACATE	45
GRÁFICO 7 ESTABILIDAD EN LA ACTIVIDAD QUE DESEMPEÑA.....	46
GRÁFICO 8 VARIEDADES DE AGUACATE	47
GRÁFICO 9 VENTA DEL PRODUCTO	48
Gráfico 10 HERRAMIENTAS UTILIZADAS EN EL CULTIVO	49
GRÁFICO 11 DEMANDA DE PRODUCTOS	50
GRÁFICO 12 CAPACITACIÓN Y ASESORAMIENTO	51
GRÁFICO 13 DETERMINACIÓN PRECIO DE VENTA	52
GRÁFICO 14 CAPITAL DE TRABAJO	53

GRÁFICO 15 FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA	54
GRÁFICO 16 INTEGRACIÓN DE LA MICROEMPRESA	55
GRÁFICO 17 BENEFICIOS DEL AGUACATE	97
GRÁFICO 18 ADQUISICIÓN DE SALSA DE AGUACATE	98
GRÁFICO 19 INVERSIÓN DE COMPRA	99
GRÁFICO 20 FRECUENCIA DE COMPRA.....	100
GRÁFICO 21 TIPO DE PRESENTACIÓN EN GRAMOS	101
GRÁFICO 22 PRECIO.....	102
GRÁFICO 23 MOTIVACIÓN DE COMPRA	103
GRÁFICO 24 MEDIOS DE COMUNICACIÓN	104
GRÁFICO 25 CONSUMO DE AGUACATE	105
GRÁFICO 26 CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO	106
GRÁFICO 27 EMPAQUE DEL PRODUCTO	107

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

La provincia del Carchi cuenta con una población de 12919 habitantes según el censo del 2010, se encuentra dividida en cuatro Parroquias como son: Mira, Concepción, Jijón y Caamaño, Juan Montalvo y ocupa el segundo lugar en extensión territorial (587,8 km²) dentro de la provincia del Carchi, es el Cantón más privilegiado por la diversidad climática que ofrece: (cálido húmedo, cálido seco, temperado andino y frío).

La principal actividad económica del Cantón Mira es la agricultura, pues desde hace cinco años los agricultores de este cantón se dedicaban únicamente a la producción de fréjol y maíz, pero estos productos de ciclo corto generaban pérdidas, cada año para los productores. Por lo que los agricultores se dedicaron a sembrar aguacate ya que las condiciones privilegiadas que tiene el Cantón, genera marcadas ventajas frente a países que se dedican al cultivo de aguacate como: Chile, Perú y Colombia.

Desde otra perspectiva, la zona norte y dentro de ella la ciudad Mira, se convierte en el nuevo polo de desarrollo frutícola para el país, sus condiciones agroclimáticas favorecen el impulso de importantes frutales como aguacate, duraznos, mora, entre otros, (INIAP, 2012).

Con estos antecedentes la agricultura como actividad se transformó en una fuente de trabajo para decenas de agricultores locales, ocasionando que la producción de aguacate se incremente, y de la pauta para un desequilibrio en el mercado.

Es por ello que se ha visto la necesidad de crear una microempresa que le de valor agregado al aguacate, y se lo pueda comercializar a precios más equitativos y justos, ayudando por ende a los agricultores del sector ya que la materia prima será adquirida sin intermediarios.

El presente capítulo tiene como finalidad determinar la situación actual del lugar donde se implementará el emprendimiento, entre las variables más importantes a investigarse se encuentran: producción, comercialización y talento humano. Estos aspectos están relacionados con el tema del proyecto, debido a que se necesita conocer la situación del cultivo del aguacate en el sector, esto permitirá identificar si existe o no la suficiente materia prima para llevar a cabo el proyecto, aprovechando la cantidad y la calidad del producto formando así parte del círculo productivo, donde el productor estará respaldado en una comercialización justa.

De ahí que es imprescindible el diseño de la matriz de diagnóstico donde se establecen los objetivos, variables, indicadores, técnicas y público investigado que permitirá efectuar una investigación ordenada que genere información real.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional externo en el Cantón Mira para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos posibles referentes al proyecto.

1.2.2. Objetivos específicos

- Determinar los aspectos Socioeconómicos más relevantes de la zona rural del Cantón Mira
- Analizar los sistemas de producción agrícola utilizados actualmente.

- Identificar los sistemas de comercialización que se emplean para la producción agrícola de la zona.
- Establecer la calidad del talento humano que labora en las actividades agrícolas rurales del Cantón Mira.
- Investigar el manejo monetario proveniente de las actividades agrícolas.

1.2.3. Variables diagnósticas e indicadores

Habiendo realizado las primeras etapas del diagnóstico, se ha identificado las siguientes variables que serán motivo de estudio y de un exhaustivo análisis.

- Situación Socioeconómica
- Producción
- Comercialización
- Talento Humano
- Manejo Monetario (ingresos – egresos)

1.3. Indicadores de las variables

De acuerdo a las variables expuestas anteriormente, a continuación se detallan sus correspondientes indicadores o aspectos más importantes para su análisis.

1.3.1. Situación socioeconómica

- Servicios Básicos
- Nivel de Educación
- Vías de Comunicación
- Tipo de Actividad

1.3.2. Producción

- Tipo de producto
- Tecnología
- Formas de Producción
- Área de Producción
- Volumen de producción
- Materia prima e insumos
- Mano de obra

1.3.3. Comercialización

- Tipo de mercado
- Competencia
- Demanda
- Canales de distribución
- Precio
- Preferencia de Producto
- Frecuencia de Consumo

1.3.4. Talento humano

- Asociatividad
- Capacitación
- Estabilidad
- Relación de Dependencia
- Experiencia
- Preparación académica

1.3.5. Manejo monetario (ingresos – egresos)

- Formas de financiamiento
- Capital de trabajo
- Costos de producción
- Rentabilidad
- Registros
- Destino de los ingresos
- Control de Gastos

1.4. Matriz de relación diagnóstica

Tabla 1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTES DE INFORMACIÓN
Determinar los aspectos Socioeconómicos más relevantes de la zona rural del Cantón Mira	Situación Socioeconómico	*Servicios Básicos	ENCUESTA	PRODUCTORES AGRICOLAS
		*Nivel de Educación		
		*Vías de Comunicación		
		*Tipo de Actividad		
Analizar los sistemas de producción agrícola utilizadas actualmente	Producción	*Tipo de producto	ENCUESTA	PRODUCTORES AGRICOLAS
		*Formas de producción		
		*Volumen de producción		
		*Materia prima		
		*Frecuencia de producción		
		*Área de producción		
		*Productividad		
Identificar los sistemas de comercialización que se emplean para la producción agrícola en la zona	Comercialización	*Tipo de mercado	ENCUESTA	PRODUCTORES AGRICOLAS
		*Competencia		
		*Demanda		
		*Canales de distribución		
		*Presentación del producto		
		*Precio		
		*Preferencia de producto		
		*Frecuencia de consumo		
Investigar la forma como manejan sus ingresos y egresos	Manejo Monetario Ingreso-Egreso	*Formas de financiamiento	ENCUESTA	PRODUCTORES AGRICOLAS
		*Capital de trabajo		
		*Costos de producción		
		*Rentabilidad		
		*Registros		
Establecer la calidad del talento humano que labora en las actividades agrícolas del cantón Mira	Talento Humano	*Asociatividad	ENCUESTA	PRODUCTORES AGRICOLAS
		*Capacitación		
		*Estabilidad		
		*Experiencia		
		*Preparación Académica		

FUENTE: Estructuración de objetivos, variables e indicadores.

ELABORADO POR: La Autora.

1.5. Mecánica operativa del diagnóstico

El presente diagnóstico se lo ha realizado en base a las diferentes técnicas estadísticas de investigación de campo. Para realizar el estudio se procedió de la siguiente manera:

1.5.1. Identificación de la población

Para la identificación de la población, en el presente diagnóstico se utilizó los datos estadísticos, del último Censo del INEC año 2010, como también datos del Plan de Desarrollo del Carchi, lo cual se tomó como unidad de análisis a la población que conforman el Cantón Mira, en un total de 12.919 habitantes

✚ Para conocer sobre la producción y cultivo del aguacate se priorizó como objeto de estudio a los agricultores del Cantón Mira siendo 3.506, según datos obtenidos en el Municipio de Mira.

**Tabla 2 DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN MIRA
SEGÚN PARROQUIAS**

PARROQUIAS	POBLACIÓN
Mira	3865
Concepción	4354
Jijón y Caamaño	2851
Juan Montalvo	1849
TOTAL POBLACIÓN	12919

Fuente: INEC, Censo de Población diciembre 2010
Elaborado: Autora

**Tabla 3 DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN MIRA
ZONAS URBANA Y RURAL**

PARROQUIAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
ÁREA URBANO	2.896	1.380	1.516
ÁREA RURAL	10.023	5.137	4.886
TOTAL	12.919	6.517	6.402

Fuente: INEC, Censo de Población 2010
Elaborado: Autora

1.5.2. Cálculo de la muestra

Se obtuvo una muestra de la población de productores, aplicando la siguiente fórmula.

Se obtuvo una muestra de la población de productores, aplicando la siguiente fórmula.

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

n = Es el tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza (95% = 1.96)

S²= Varianza positiva

N= tamaño de la población

E= Es la precisión o el error

$$n = \frac{3506(1,96)^2(0,25)}{(3506 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,25)}$$

$$n = 346$$

Para la población identificada se aplicaron 346 encuestas, para obtener la información requerida, se realizó a los agricultores de todas las parroquias del cantón Mira, para la cual se efectuó el siguiente factor proporcional:

N: población F: n/N

n: tamaño de la muestra F: 346/3506=0,098687963

F: factor muestral

Tabla 4 MUESTREO ESTRATIFICADO CON AFIJACIÓN PROPORCIONAL

PARROQUIAS RURALES	POBLACIÓN	F:n/N F:346/3506	Nº DE ENCUESTAS
Concepción	1,181,87	0,9868796	117
Jijón y Caamaño	773,77	0,9868796	77
Juan Montalvo	501,71	0,9868796	50
Mira	1,048,64	0,9868796	102
TOTAL	3506		346

Fuente: INEC

Elaborado: Autora

1.6. Diseño del instrumento de investigación

1.6.1. Información primaria

La recolección de la información primaria se ha realizado en base a lo siguiente:

✚ **ENCUESTAS:** las encuestas se las realizó a los agricultores del Cantón Mira, aplicando preguntas referentes a producción ,formas de organización , aspectos relacionados con la actividad productiva, de estas se obtuvo importante información que nos permitió determinar de manera clara y concisa aspectos de mucho interés para la presente investigación.

✚ **OBSERVACIÓN DIRECTA:** se visitó los lugares de estudio para conocer si existe producción y comercialización de aguacate.

1.6.2. Información secundaria

Para sustentar y ampliar la información obtenida con respecto a la producción, comercialización se recurrió a la siguiente información:

✚ Documentos escritos por el INIAP (Instituto de Investigación Agropecuaria) referentes a la producción de aguacate.

✚ Documentos emitidos por el MAGAP (Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca).

✚ Plan de Desarrollo del Carchi.

✚ Folletos que publica el Ministerio de Agricultura y Ganadería.

✚ Libros referentes al tema de investigación.

✚ El internet que permitió ampliar la información científica y técnica de la investigación.

1.7. Evaluación de la información

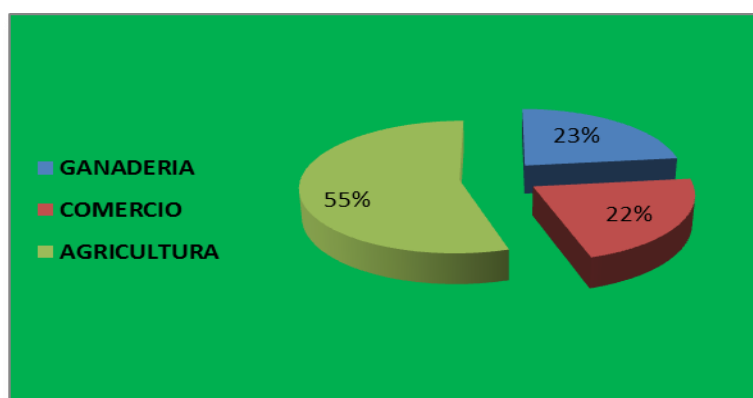
1. Resultados de la encuesta aplicada a los productores de aguacate.

1. ¿A QUÉ TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA SE DEDICA?

Tabla 5 TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
GANADERIA	80	23%
COMERCIO	76	22%
AGRICULTURA	190	55%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO 1 TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA



Fuente: Productores de aguacate

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

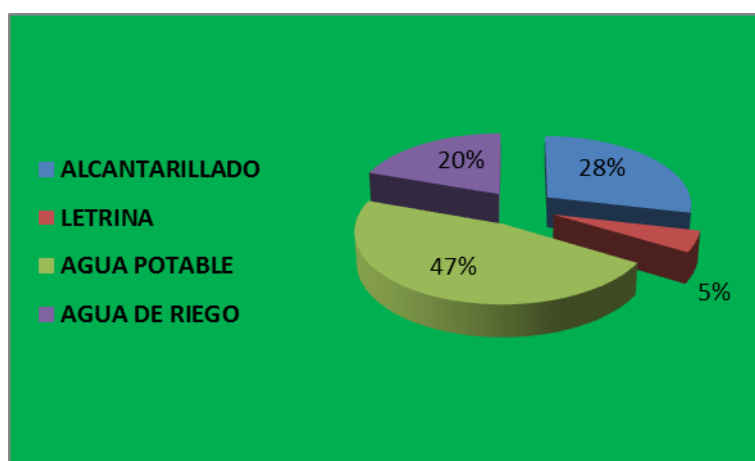
De las encuestas realizadas a los agricultores de las parroquias rurales del Cantón Mira se llegó a determinar lo siguiente: el 55% que es el mayor porcentaje de la población tomada como análisis, se dedica a la producción agrícola desde hace mucho tiempo, mientras que el 23% se dedica a la ganadería, terminando con un 22% restante de encuestados que se dedican al comercio como fuente de trabajo y por ende de ingresos para sus hogares.

2. ¿Cuenta usted con los siguientes servicios básicos en su hogar?

Tabla 6 SERVICIOS BÁSICOS

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
ALCANTARILLADO	99	28%
LETRINA	17	5%
AGUA POTABLE	162	47%
AGUA DE RIEGO	68	20%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO 2 SERVICIOS BÁSICOS



Fuente: Productores de aguacate

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

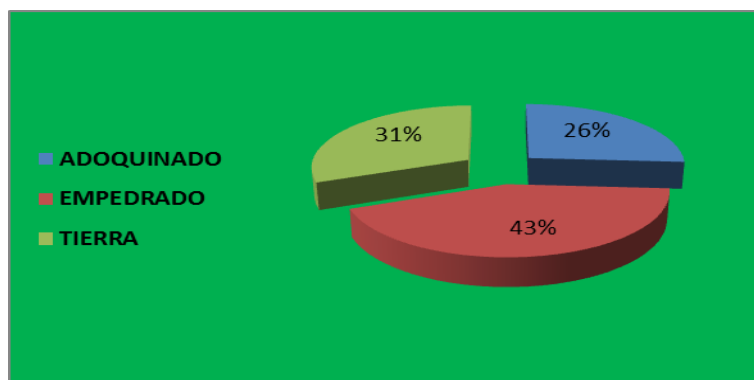
La información obtenida, refiere a que la mayor parte de la población representada con el 51% de un total de 346 encuestados; 162 agricultores manifiesta que cuentan con el servicio de agua potable en sus hogares, servicio indispensable para sus actividades en especial para la agricultura. Además con agua de riego cuentan 45 agricultores, algo beneficioso para el ahorro en el cultivo del aguacate. Un porcentaje del 5%, es decir

3. ¿Las vías de acceso en la parroquia utilizadas en la transportación del producto es?

Tabla 7 VIAS DE ACCESO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
ADOQUINADO	90	26%
EMPEDRADO	149	43%
TIERRA	107	31%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO 3 VIAS DE ACCESO



Fuente: Productores de aguacate

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

Las vías de acceso en las parroquias del Cantón Mira no son tan adecuadas, es así que 149 agricultores manifiestan que las vías son de empedrado y se encuentran en mal estado lo que dificulta la transportación de los cultivos, generando perdida en muchas ocasiones por la falta de transporte adecuado para las vías cercanas al sector rural.

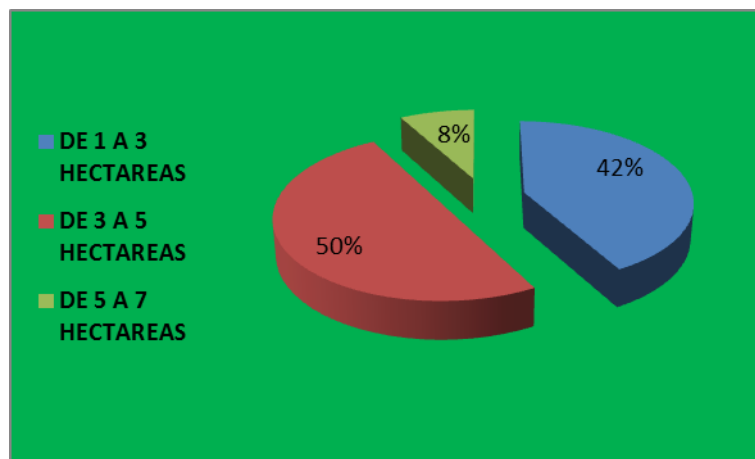
El 31% de las vías restantes son de adoquinado pero se encuentran distantes a sus cultivos, y se encuentran cercanas a la zona urbana del cantón Mira.

4. ¿La extensión de terreno que dedica para para el cultivo de aguacate es?

Tabla 8 EXTENSIÓN DE TERRENO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
DE 1 A 3 HECTAREAS	145	42%
DE 3 A 5 HECTAREAS	173	50%
DE 5 A 7 HECTAREAS	28	8%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO 4 EXTENSIÓN DE TERRENO



Fuente: Productores de aguacate

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

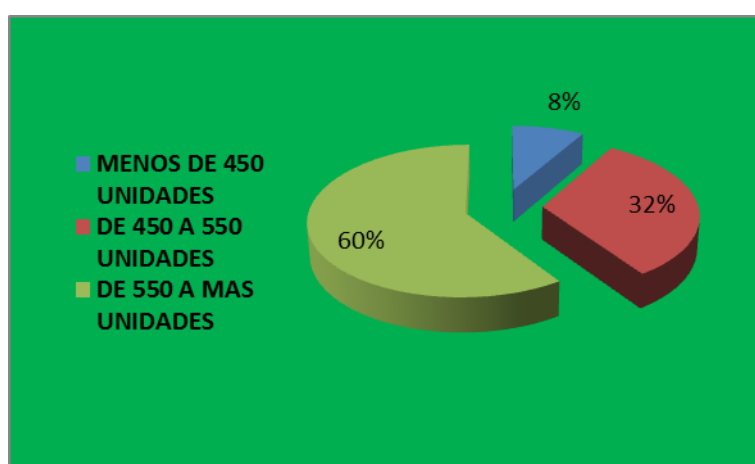
La mitad de los agricultores investigados dedican de 3 a 5 hectáreas de terreno para el cultivo de aguacate, Se observó también que los terrenos dedicados a la agricultura como mínimo son de una hectárea, y sus cultivos son variados alternando con otros productos, es así que esta actividad es el ingreso económico para sus hogares.

5 ¿Cuál es la producción de aguacate en las hectáreas que usted cultiva?

Tabla 9 PRODUCCIÓN DE AGUACATE

CATEGORÍA	FREUENCIA	%
MENOS DE 450 UNIDADES	29	8%
DE 450 A 550 UNIDADES	111	32%
DE 550 A MAS UNIDADES	206	60%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO 5 PRODUCCIÓN DE AGUACATE



Fuente: Productores de aguacate

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

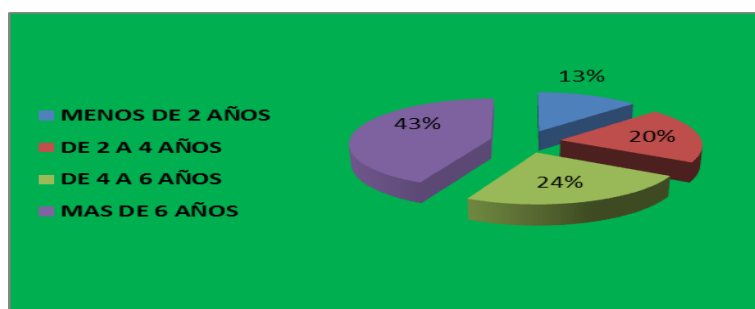
La mayor parte de productores de aguacate manifiestan que en las hectáreas dedicadas a este cultivo generan mínimo 450 unidades de aguacate y el mayor porcentaje de agricultores aseguran que las unidades de aguacate producidos en sus terrenos ascienden de 550 unidades a más, evidenciando que la demanda de aguacate en el sector al menos en temporada es estable como para proveer a los consumidores de aguacate a nivel local, nacional e internacional.

6. ¿Qué tiempo lleva en la actividad de producción de aguacate?

Tabla 10 TIEMPO EN LA ACTIVIDAD DE PRODUCCIÓN DE AGUACATE

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
MENOS DE 2 AÑOS	45	13%
DE 2 A 4 AÑOS	69	20%
DE 4 A 6 AÑOS	84	24%
MAS DE 6 AÑOS	148	43%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO 6 TIEMPO EN LA ACTIVIDAD DE PRODUCCIÓN DE AGUACATE



Fuente: Productores de aguacate

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

La mayoría de agricultores dedicados al cultivo de aguacate tiene más de seis años de experiencia, demostrando con esto que el aguacate cultivado es de buena calidad y garantizado por los agricultores expertos en este tema.

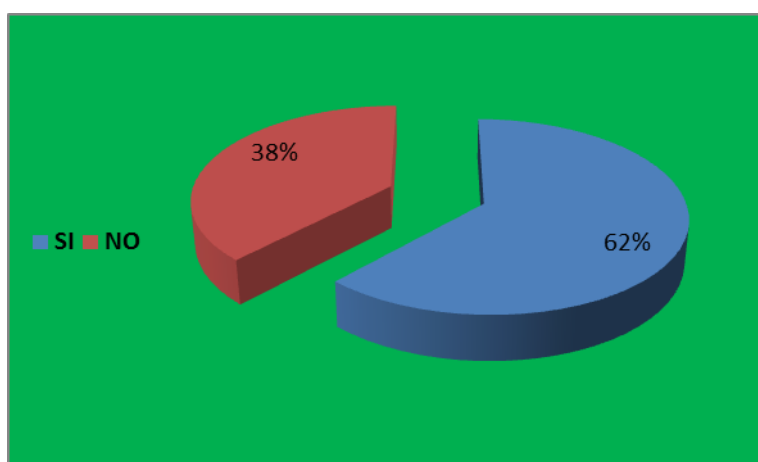
La experiencia demostrada por los agricultores de aguacate al momento de la investigación, me motiva a manifestar que ellos son excelentes a la hora de demostrar el trabajo de agricultura, que solo la práctica y el campo les ha enseñado formas, maneras, ideas, que no encontraran en ningún otro sitio para mejor y lograr que sus cultivos de aguacate siempre produzcan sin importar la temporada.

7. ¿la agricultura, actividad a la que se dedica genera estabilidad.

Tabla 11 ESTABILIDAD EN LA ACTIVIDAD QUE DESEMPEÑA

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
SI	215	62%
NO	131	38%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO 7 ESTABILIDAD EN LA ACTIVIDAD QUE DESEMPEÑA



Fuente: Productores de aguacate

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

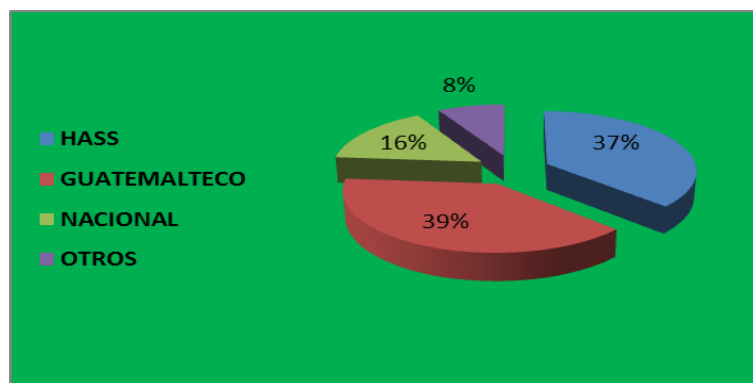
El 62% de agricultores encuestados manifiestan que si tienen estabilidad en la actividad que desempeñan, pues esta ocupación de la agricultura aunque en ocasiones no les ha generado grandes ingresos, les permite subsistir y educar a sus hijos. También un 32% se ha manifestado en que la actividad de la agricultura no les proporciona estabilidad, por lo que muchos se han visto en la necesidad de buscar otra alternativa como la ganadería y el comercio, es así además que por el cambio de cultura los jóvenes del campo ya no desean trabajar en la agricultura y buscan otras profesiones en la capital o en otras provincias más desarrolladas.

8. ¿Cuáles son las variedades de aguacate que usted siembra?

Tabla 12 VARIEDADES DE AGUACATE

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
HASS	128	37%
GUATEMALTECO	136	39%
NACIONAL	54	16%
OTROS	28	8%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO 8 VARIEDADES DE AGUACATE



Fuente: Productores de aguacate

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

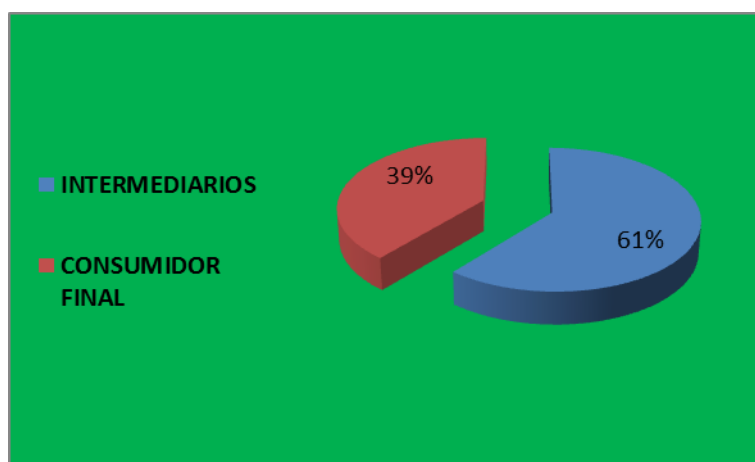
El 39% de los productores de aguacate cultivan el aguacate Guatemalteco, porque el fruto tiene la forma de una pera. Mide en promedio de 15 a 18 centímetros de largo. Su piel es verde y poco rugosa. A diferencia de las otras variedades, no cambia de color al madurar. <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/aguacate-diferentes-formas-y-sabores.html>.

9. ¿La producción de aguacate es vendida a?

Tabla 13 VENTA DEL PRODUCTO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
INTERMEDIARIOS	214	61%
CONSUMIDOR FINAL	132	39%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO 9 VENTA DEL PRODUCTO



Fuente: Productores de aguacate

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

El 61% de los productores de aguacate manifiestan que la producción es adquirida por intermediarios, ocasionando descontento en ellos, porque el producto no es adquirido a precios razonables y justos, además por el tiempo de madurez de esta fruta se ven obligados a vender el aguacate antes de que ya no se lo pueda consumir.

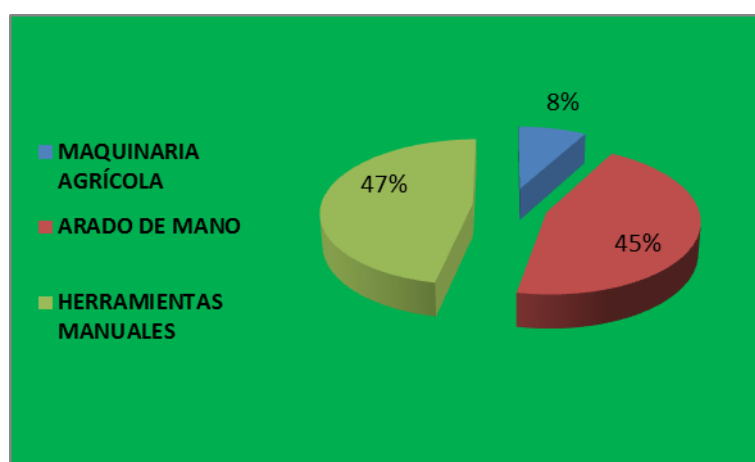
También en un porcentaje del 39% de agricultores encuestados manifiestan que el aguacate lo venden al consumidor final, obteniendo en esta transacción un poco más de utilidad que al negociar con los intermediarios.

10. ¿Para la preparación del terreno que medios utiliza?

Tabla 14 HERRAMIENTAS UTILIZADAS EN EL CULTIVO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
MAQUINARIA AGRÍCOLA	28	8%
ARADO DE MANO	156	45%
HERRAMIENTAS MANUALES	162	47%
TOTAL	346	100%

Gráfico 10 HERRAMIENTAS UTILIZADAS EN EL CULTIVO



ANÁLISIS

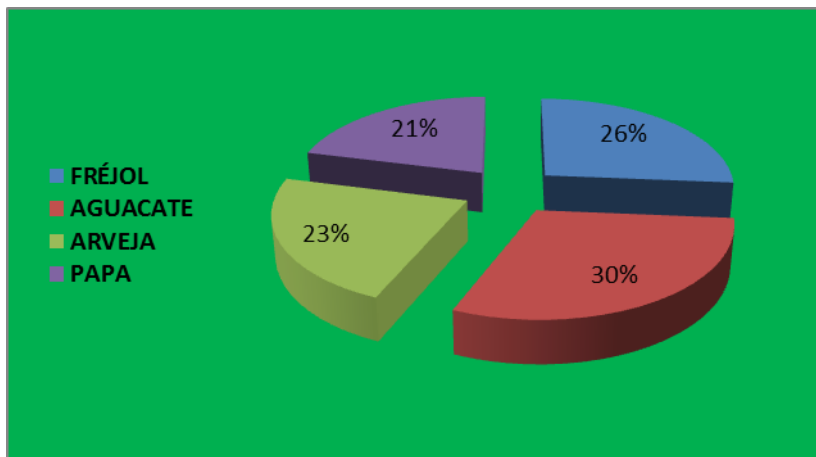
De la información proporcionada por los agricultores se llegó a determinar que el 47 % de los agricultores utilizan herramientas manuales para la preparación del terreno es decir ellos no cuentan con recursos económicos suficientes para adquirir maquinaria adecuada, que les facilite el trabajo de la agricultura, mientras que el mínimo porcentaje han realizado una inversión adquiriendo maquinaria que facilite su producción agrícola por lo que podemos concluir que la mayoría de agricultores utilizan sus propios mecanismos y mano de obra.

11.- ¿De los siguientes productos, indique usted cuales son los que tienen mayor demanda?

Tabla 15 DEMANDA DE PRODUCTOS

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
FRÉJOL	91	26%
AGUACATE	104	30%
ARVEJA	78	23%
PAPA	73	21%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO 11 DEMANDA DE PRODUCTOS



ANÁLISIS

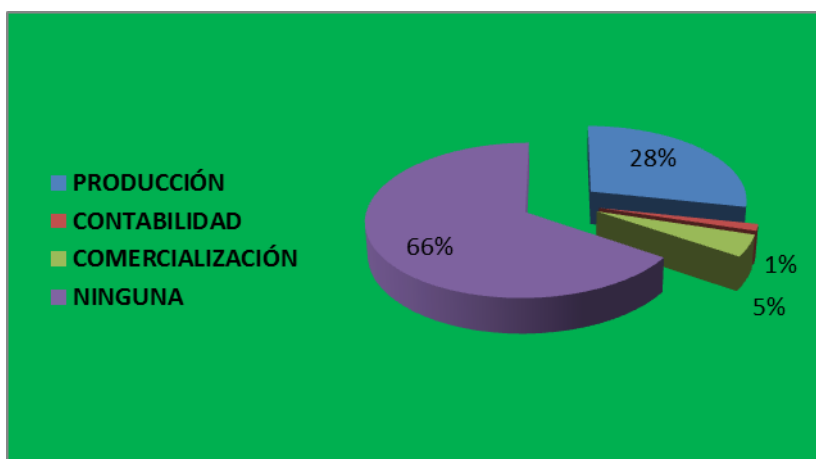
De la información obtenida conocemos que el 30% es la demanda de aguacate en la zona, el 26% refiere al fréjol, es decir estos son los productos más ofertados por los agricultores y por ende los más demandados en el sector. Los agricultores concluyen que estos dos productos son los que les ha generado ingresos representativos por lo que al momento de la siembra optan por el aguacate y el fréjol.

12.- ¿Usted ha recibido alguna capacitación o asesoramiento referente a la actividad que desempeña?

Tabla 16 CAPACITACIÓN Y ASESORAMIENTO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
PRODUCCIÓN	98	28%
CONTABILIDAD	5	1%
COMERCIALIZACIÓN	16	4%
NINGUNA	227	67%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO 12 CAPACITACIÓN Y ASESORAMIENTO



ANÁLISIS

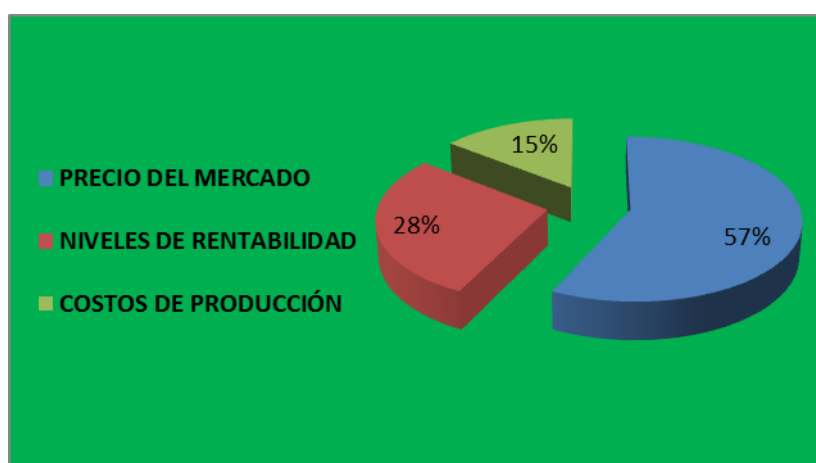
Como resultado de las encuestas se obtuvo que el 66.8% de la población dedicada a actividad agrícola no cuentan con ninguna capacitación ni asesoramiento dentro de los campos que tengan relación con la actividad agrícola mientras que el mínimo porcentaje únicamente tienen conocimiento sobre contabilidad por algunas capacitaciones que les han brindado algunas organizaciones.

13. ¿En base a qué elementos usted fija el precio a sus productos?

Tabla 17 DETERMINACIÓN PRECIO DE VENTA

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
PRECIO DEL MERCADO	198	57%
NIVELES DE RENTABILIDAD	98	28%
COSTOS DE PRODUCCIÓN	50	15%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO 13 DETERMINACIÓN PRECIO DE VENTA



ANÁLISIS

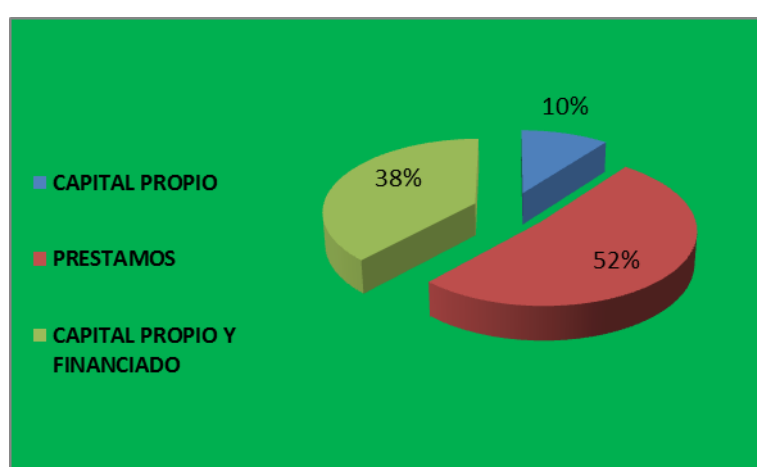
Como resultado a la encuesta aplicada a los agricultores se obtuvo lo siguiente, el 57 % de los agricultores fijan el precio de venta de sus productos de acuerdo al precio del mercado a diferencia del 28% de los agricultores mencionan que si consideran niveles de rentabilidad y hacen una estimación de los costos incurridos en la producción adicionando rentabilidad.

14.- ¿El capital con el que trabaja usted es?

Tabla 18 CAPITAL DE TRABAJO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
CAPITAL PROPIO	36	10%
PRESTAMOS	178	51%
CAPITAL PROPIO Y FINANCIADO	132	39%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO 14 CAPITAL DE TRABAJO



ANÁLISIS

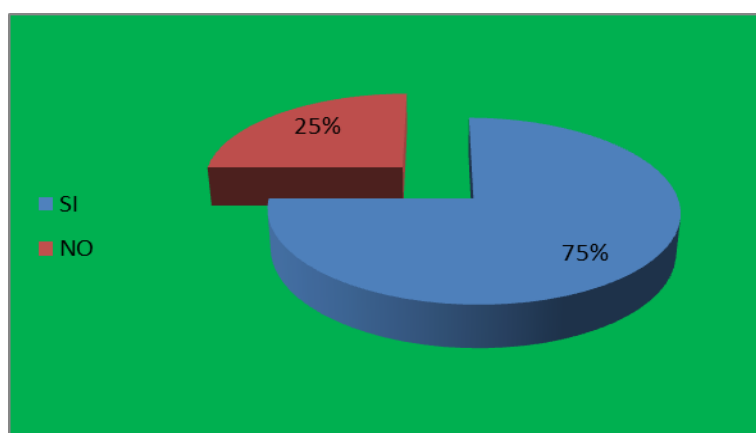
De la información tenemos que el 10% de agricultores trabaja con capital propio, el 52% trabaja con préstamos adquiridos en diferentes instituciones que les brindan apoyo, y 38% manifiesta que cuenta con capital propio y financiamiento externo. Cabe mencionar que hay pocas instituciones financieras que les ayudan con créditos otorgados a tasas de interés acorde a la actividad que desempeñan como es la agricultura, pues la mayoría han obtenido créditos de consumo, más no les han otorgado como crédito para el sector agrícola.

15.- ¿Si se creara una microempresa dedicada a la industrialización del aguacate usted estaría de acuerdo?

Tabla 19 FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
SI	260	75%
NO	86	25%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO 15 FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA



ANÁLISIS

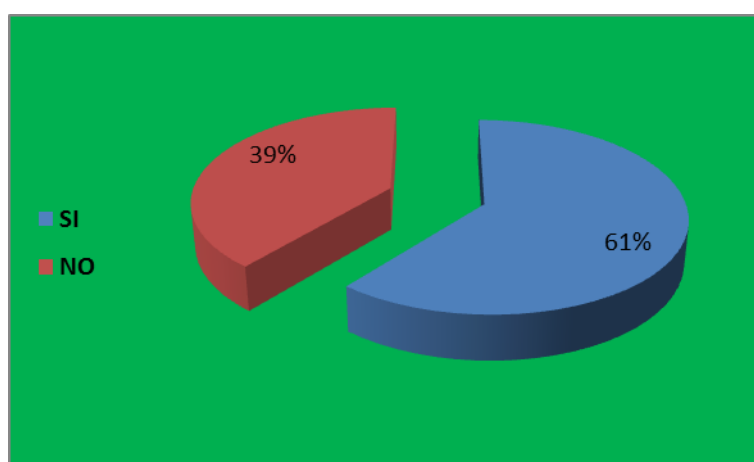
En la investigación realizada se pudo dialogar con los agricultores, dándoles a conocer que la información nos servirá para conocer si existe la posibilidad de realizar de un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de salsa de aguacate ubicada en su cantón, es así que el 75% de los agricultores manifestaron estar de acuerdo con el emprendimiento pues aseguran que necesitan de nuevas ideas para incentivar la economía en su sector. Así también el 25% no está de acuerdo con el funcionamiento de la microempresa pues dicen se creara contaminación, y no les gustaría porque el apoyo en cuanto a la adquisición del aguacate sería para los agricultores que tienen mayor cantidad de aguacate, quedando excluidos los pequeños agricultores. Además otros agricultores manifestaron que ellos trabajan de forma independiente y entregarán sus productos a los demandantes que paguen el mayor precio.

15. ¿le gustaría ser parte de esta microempresa?

Tabla 20 INTEGRACIÓN DE LA MICROEMPRESA

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
SI	212	61%
NO	134	39%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO 16 INTEGRACIÓN DE LA MICROEMPRESA



ANÁLISIS

De acuerdo a las encuestas realizadas a los agricultores del Cantón Mira, se conoce que el 61% de los agricultores estarían y le gustaría formar parte de la microempresa, pues dicen sería una ventaja tener la seguridad de entregar a alguien fijo el aguacate lo que beneficiaría en tiempo pues no buscarán mercados adicionales, ni tampoco serán aprovechados por los intermediarios. También el 39% manifiesta que no les gustaría formar parte de esta microempresa pues tendrían que sujetarse a las condiciones y exigencias que necesite la empresa en cuanto a las características como: calidad, forma, peso, entre otros del aguacate.

Resultados de la entrevista

¿Entrevista realizada al Ing. Luis Suárez, Presidente de la Cámara de Agricultura?

1.- ¿Los productores de aguacate en el Cantón Mira se encuentran organizados mediante asociaciones?.

Lamentablemente apenas existe una asociación que cuenta con 50 miembros, el resto no pertenecen a ninguna organización.

2.- ¿Existen intermediarios en la comercialización de aguacate?

Los intermediarios invierten un capital que es un vehículo para transportar el producto a los mercados mayoristas, encareciendo el producto porque ellos se llevan la mayor parte de la ganancia principalmente de los productores no organizados.

3.- ¿Existen producción de aguacate en otras ciudades?

El aguacate es rentable y por estar cerca de la frontera es apetecible por los colombianos quienes adquieren este producto para la industrialización.

4.- ¿Si es rentable el aguacate porque no existe emprendimiento?

Existe poca motivación para el emprendimiento, pues los trámites para préstamos son engorrosos y largos y se necesita estar organizados para emprender pues los proveedores prefieren comprar a los grupos organizados.

5.- ¿El precio del aguacate es estable?

Todavía vivimos una economía social de mercado de intervienen la oferta y la demanda, cuando existe una sobre producción debido a la demasiada oferta el producto baja.

6.- ¿Existe competencia desleal?

Debido a la desorganización existen productores que bajan demasiado el precio tratando de quebrar a los otros productores, existiendo una competencia desleal. Estando organizados por consenso se determinaría el precio.

7. ¿Cómo cree que se debe vender el aguacate?

Actualmente se vende de manera natural como materia prima el aguacate. Ideal fuera si se le industrializará a más de la creación de fuentes de trabajo se vendiera la materia prima a un precio justo.

1.8. Identificación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos

Aliados

- Programas de apoyo en cuanto al cultivo de aguacate, por el MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca) y el INIAP (Instituto de Investigación Agropecuaria)
- Los productores de aguacate se encuentran asociados y organizados.
- La agricultura como principal actividad económica.
- El clima del Cantón es favorable para el cultivo de aguacate.
- Optimo nivel de producción de aguacate.
- Variedades de aguacate en el Cantón.

Oponentes

- La comercialización del aguacate se la efectúa a través de intermediarios.
- Producción de aguacate en otras ciudades de la zona norte.
- Escasa iniciativa para fomentar y formar parte de emprendimientos en el sector.
- Inestabilidad del precio en el mercado.

- Competencia desleal de productores.
- La adquisición del producto en forma natural.

Oportunidades

- Acceso a materia prima.
- Aceptación del producto en diferentes puntos de venta.
- Usos en la gastronomía.
- La política de inversión y el impulso que está brindando el Gobierno a los emprendimientos.
- Incremento de la población en lugar de comercialización.
- La disponibilidad de los consumidores por experimentar nuevos productos.
- Producto nuevo e innovador en la industria de alimentos.

Riesgos

- Los trámites complicados que aplica el sector financiero.
- La inestabilidad socio económico que afecta a los sectores productivos.
- La degradación de suelos por falta de técnicas en la agricultura.
- Migración de la población agrícola por falta empleo.
- Nivel de educación en la población del sector rural.

1.7 DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Después de analizar mediante un diagnóstico situacional al sector agrícola del Cantón Mira relacionado con la producción de aguacate conocemos que: existe un porcentaje significativo del 30% de agricultores dedicados al cultivo de aguacate, el 61% de oferta de aguacate es comercializado a intermediarios, el 60% de agricultores reconocen que las hectáreas dedicadas al cultivo de aguacate les genera más de 550 unidades

destinadas a la demanda, que el 43% de agricultores tienen experiencia en el cultivo de aguacate, el 37% cultiva la variedad Guatemalteco de aguacate.

Por lo manifestado y conociendo que en el sector local, y a nivel nacional el aguacate tiene problemas por la falta de industrialización y el escaso valor agregado que se le da. Encontramos la posibilidad de realizar un:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SALSA DE AGUACATE UBICADA EN EL CANTON MIRA PROVINCIA DEL CARCHI”.

Una vez conocida la viabilidad del proyecto, se implantará la microempresa productora de Salsa de Aguacate.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se definirá los principales conceptos que ayudará al desarrollo y sustento de la presente investigación.

2.1. Estudio de factibilidad

RAMIREZ Almaguer, Vidal Marrero y Domínguez Rodríguez, (2009). Afirman: *“El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales.”*.

El Estudio de Factibilidad permitirá determinar la aceptabilidad de un producto o servicio dentro del mercado al que se encuentra dirigido, así mismo analizará cada uno de los aspectos ya sean positivos o negativos que pueda afectar a este.

2.1.1. Objetivo del estudio de factibilidad

KOCH Josefina. (2010) Afirma: El objetivo del estudio de factibilidad es determinar la viabilidad económica, financiera, ambiental, técnica y de mercado.

2.2. La microempresa

SÁNCHEZ GÓMEZ, (2012). Manifiesta: *“La microempresa es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una*

sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción”. Pág.38

(GRANILLO JARAMILLO, 2009, pág. 36), establece: “Las microempresas constituyen pequeñas unidades económicas de producción, comercio o servicio que ocupan pocos trabajadores independientes, generan autoempleo y generalmente utilizan el trabajo manual de manera intensiva.”

TABLA 21 TIPOS DE EMPRESAS

Ca Tipo1	Número Empleados	Valor bruto de ventas anuales	Valor activos totales
Micro	1 – 9	100.000	Menor a 100
Pequeñas	Hasta 49	Hasta 1'000,000	De 1000,001 hasta 750,000
Medianas	50 – 199	De 1'00,001 a 5'000,000	De 750,001 a 4'000,000
Grandes	Mayor a 200	Mayor a 5'000,000	Mayor a 4'000,000

Fuente: Proyecto de Ley PYMES y Proyecto de Estatuto Andino para las MIPYMES

Elaborado por: La Autora del proyecto (2015)

(ZAPATA, 2011, págs. 5-13) Afirma: “Es la Organización de un negocio destinado a ofrecer bienes y servicios de buena calidad y a precios razonables a los consumidores”.

La microempresa es una pequeña entidad económica que se encuentra administrada por los mismos propietarios, la limitación de los bienes procede de su dimensión y de la financiación de esta, lo mismo que pertenece al propio dueño o empresario.

2.2.1. Objetivos de la microempresa

Según. **SÁNCHEZ GÓMEZ, (2012)**. Los objetivos de la microempresa son aquellos que ayudan al direccionamiento de la microempresa para hacer cumplir a todo su equipo de trabajo. Para ello se deben tomar muy en cuenta los siguientes objetivos:

- **Objetivo de Innovación:** Debe ser capaz de innovar constantemente, en el desarrollo de los recursos humanos.
- **Objetivo sobre Recursos Humanos:** Determina como la empresa contará con el recurso humano, tomando en cuenta ciertos aspectos como es en la selección del personal.
- **Objetivo de Productividad:** Debe fijarse metas de producción para la organización sobreviva y se prepare para la toma de decisiones en tiempos difíciles.

2.2.2. Características de la microempresa

Según. **SÁNCHEZ GÓMEZ, (2012)**. La microempresa posee ciertas características que a diferencia de las grandes o medianas empresas, entre estas tenemos:

- **Trabajo Familia:** La microempresa comúnmente son formadas por entes familiares en donde el propietario es el propio gerente.
- **Limitación de Capital:** Las aportaciones de capital son mínimas y limitado o bien cada persona aporta con dinero o bienes materiales para su funcionamiento, lo que imposibilita invertir en equipos de alta tecnología.
- **Organización del trabajo:** Este tipo de organizaciones no cuentan con un lineamiento de autoridad, ya que el propio dueño es el que administra el negocio y hace las veces de gerente.

- **Limitación Tecnológica:** Aquí la tecnología más actualizada no se emplea ya que no cuenta con el suficiente recurso económico para adquirirlas, es por esto que se utiliza maquinaria o equipos simples o artesanales.
- **Estrategia Comercial:** Las microempresas se limitan a cierto tipo de mercado que sean de rápido y fácil acceso, es decir se enfoca solamente a un mercado local y no puede expandirse por su tamaño.

2.3. La administración

Según ANZOLA ROJAS Sérvulo, (2010). Manifiesta: *“La administración consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir es el conjunto de labores que se emprenden para alcanzar las metas u objetivos de la empresa con la ayuda de las personas y los recursos. Para ello se vale de ciertas labores esenciales como la planeación, la organización, la dirección y el control”*. Pág.52

(Lerma y Kirchner & Juárez Bárcena, 2012, pág. 5) “En su obra manifiesta El lenguaje común, planear significa definir y establecer una serie de pasos orientados a la obtención de uno o varios resultados enmarcados en un tiempo determinado”.

La administración es un proceso, que permite planear, organizar, dirigir y controlar las actividades del talento humano, los recursos materiales, económicos, financieros y tecnológicos para alcanzar los objetivos y metas para la organización.

2.1.1. Objetivos de la administración

Según. **ANZOLA ROJAS Sérvulo, (2010)**. Presenta los objetivos de la administración:

- Alcanzar en forma eficiente y eficaz los objetivos de un organismo social. Eficacia, cuando la empresa alcanza sus metas. Eficiencia, cuando logra sus objetivos con el mínimo de sus recursos.
- Es permitirle a la empresa tener una perspectiva más amplia del medio en el cual se desarrolla.
- Asegurar que la empresa produzca o preste sus servicios de manera correcta.
- El objetivo principal de la Administración es aprovechar los recursos que posee para lograr los objetivos que persigue la organización de una manera eficiente y eficaz.

2.1.2. Elementos de la administración

Según. **ANZOLA ROJAS Sérvulo**, (2010). Los elementos de la fase mecánica administrativa se presentan en la siguiente forma:

- **Objetivos:** La administración siempre está enfocada a lograr fines o resultados. En ocasiones, los ejecutivos no relacionados con los negocios afirman que el objetivo de los administradores de negocios es sencillo: obtener utilidades o beneficios. Para muchas empresas de negocios, una meta importante es el aumento a largo plazo del valor de sus acciones comunes.
- **Eficiencia:** Es la capacidad de reducir al mínimo la cantidad de recursos usados para alcanzar los objetivos o fines de la organización, es decir, hacer correctamente las cosas.
- **Eficacia:** Es la capacidad para determinar los objetivos apropiados, es decir, cuando se consiguen las metas que se habían definido. Estos dos conceptos están muy interrelacionado (eficiencia y eficacia) ya

que la eficacia de un modelo, de un administrador, etc..., estará íntimamente unida a la necesidad de ser o no eficiente.

- **Competitividad:** Es la capacidad de una organización para generar productos y/o servicios con valor agregado en cuanto a costos, beneficios, características y calidad.

- **Calidad:** Implica la satisfacción de las expectativas del cliente mediante el cumplimiento de los requisitos.

- **Coordinación de recursos:** para lograr sus objetivos requiere de una serie de recursos, estos son elementos que, administrados correctamente, le permitirán o le facilitarán alcanzar sus objetivos. Existen tres tipos de recursos:

Recursos materiales. Aquí quedan comprendidos el dinero, las instalaciones físicas, la maquinaria, los muebles, las materias primas, etc.

2.1.3. Características de la administración

Según. **ANZOLA ROJAS Sérvulo, (2010)**. La administración posee ciertas características que la diferencian de otras disciplinas:

- **Dinámica:** Porque todas las actividades administrativas están sujetas a cambios permanentes como resultado de las actividades colectivas e individuales.

- **Política:** Nos indica el qué y el cómo se pueden alcanzar los fines de la empresa, en definitiva son lineamientos que nos guían emanados por lo general de las autoridades que se pueden clasificar de acuerdo a su origen ya sean internas o externas.

- **Coordinación:** Consiste en actuar en comunidad, vincular y vivir adecuadamente las partes de una actividad ya sea económica o administrativa, lo que permite lograr el objetivo eficientemente.

- **Especificidad:** Todo trabajo administrativo con el paso del tiempo se va haciendo más complejo y con la diversidad de funciones es necesario que cada uno de los trabajadores se especialicen en el área designada.

- **Versatilidad:** Los principios administrativos son flexibles y se adaptan a las necesidades de cada grupo social en donde se aplican

2.1.4. Niveles administrativos

Nivel Directivo: es la encargada de gobernar la empresa, fijar los objetivos de ésta y sus grandes líneas estratégicas; de ella depende que la empresa funcione como un todo cohesionado.

Nivel Asesor: se encarga del asesoramiento y de brindar consejos a determinadas personas que se encuentran ante determinadas circunstancias empresariales.

Nivel Ejecutivo: ejerce la representación legal y tiene en su misión fijar estrategias y políticas específicas tendientes a lograr los objetivos institucionales, administrando los recursos disponibles (humanos, financieros y técnicos), coordinando las actividades de las diferentes unidades.

Nivel Administrativo: Agrupa a los empleados cuyas funciones implica el ejercicio de actividades de orden administrativo, complementarias de las tareas propias de los niveles superiores.

Nivel Operativo: Ejecuta actividades para el cumplimiento de objetivos operativos establecidos y de coordinación administrativa y técnica de la empresa

2.2. Proceso administrativo

Según **MUNCH Lourdes, (2010)**. *“El proceso administrativo comprende una serie de fases, etapas o funciones, cuyo conocimiento resulta esencial para aplicar el método, los principios y las técnicas de esta disciplina correctamente”*.

Pág. 26

El proceso administrativo son las actividades que el administrador debe llevar a cabo para aprovechar los recursos humanos, técnicos, materiales, entre otros, con los que cuenta la empresa.

2.2.1. Etapas del proceso administrativo

- **Planeación:** Es la proyección impresa de la acción, toma en cuenta información del pasado de la empresa y de su entorno, lo cual permite organizarla, dirigirla y medir su desempeño total y el de sus miembros.
- **Organización:** Es un proceso encaminado a obtener un fin y lograr buenos resultados para la organización, para lo cual debe aplicar lo planificado, utilizar adecuadamente los recursos y asignar las funciones necesarias al personal, en cada etapa de la empresa.
- **Integración:** Este elemento permitirá una integración de los recursos humanos entre sí y con cada una de las actividades de la empresa, así mismo con sus propósitos, de esta manera se logrará un dinamismo y un ambiente organizacional adecuado.
- **Dirección:** Es la acción de conducción de la organización y sus miembros hacia las metas, conforme a las estrategias, el liderazgo requeridos por la situación o nivel de desempeño para las personas que integran la empresa.

- **Control:** Este control debe efectuarse en todos los procesos de la empresa como son la producción, industrialización y comercialización para determinar a tiempo cuales son los posibles errores y tratar de solucionarlos.

2.3. Planificación estratégica

(Lerma y Kirchner & Juárez Bárcena, Planeación Estratégica por Áreas Funcionales, 2012) En su obra manifiesta El lenguaje común, planear significa definir y establecer una serie de pasos orientados a la obtención de uno o varios resultados enmarcados en un tiempo determinado.

La planificación estratégica es la elaboración, desarrollo y ejecución de planes operativos para la empresa, cuya finalidad es alcanzar las metas planteadas.

2.3.1. Misión

Espinoza Robertho (2012). Manifiesta “La misión define principalmente, cual es nuestra labor o actividad en el mercado, además se puede completar, haciendo referencia al público hacia el que va dirigido y con la singularidad, particularidad o factor diferencial, mediante la cual desarrolla su labor o actividad. Fuente: robertoespinosa.es.

La misión consiste en definir el objetivo central de la pequeña empresa, teniendo en cuenta lo que va a hacer y para quien lo va hacer tomando en cuenta componentes importantes como la oferta, demanda, precios, con una misión bien definida la microempresa utiliza los recursos eficazmente para ser una organización exitosa.

2.3.2. Visión

Según (Bernal, 2013, pág. 52) la visión es, entonces, una descripción de la imagen futura que se quiere para cada

organización. Por lo tanto la visión proporciona la dirección hacia la cual la organización deberá moverse durante un horizonte de tiempo para lograr la imagen o visualización a la que pretende llegar.

La visión representa lo que la organización quiere llegar hacer en un futuro, es decir establece el rumbo o camino a seguir a un corto o largo plazo en donde se compromete todo el equipo de trabajo de la organización.

2.4. La productividad

PALAO Jorge, GOMEZ GARCIA Vicent, (2009). Menciona:
“La productividad se constituye en un objetivo importante, por medio de la gestión de recursos humanos puede conducirse un conjunto de acciones destinadas al incremento de la productividad laboral”.Pág.17

La productividad es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. También puede ser definida como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema.

2.4.1. Etapas del proceso productivo

El proceso productivo se lo determina mediante las siguientes etapas:

- **Entradas:** Se conoce como materia prima a los materiales extraídos de la naturaleza que nos sirve para transformar la misma y construir bienes de consumo.

Se clasifican según su origen en: vegetales, animales, y minerales

- **Transformación de la materia prima:** la materia prima es es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final.

Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final.

- **Salida o producto final:** el producto de salida es el resultado de un proceso tecnológico y es aquel al que se le asigna un valor en dinero. En otros términos es el objeto que se desarrolló mediante la aplicación de un procedimiento a un material de entrada. **Fuente: es.slideshare.net**

2.5. Aspectos del mercado

2.5.1. Estudio de mercado

Según: **(ARBOLEDA, 2009, pág. 49)** señala: “El estudio de mercado en un proyecto constituye uno de los elementos más importantes dentro de pre-factibilidad de un proyecto, porque permite avizorar en forma prospectiva la aceptación o no del producto o servicio que se va a ofrecer en el mercado y que es el motivo del proyecto”.

Estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias, etc.). Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores.

2.5.2. La demanda

Según **(Arboleda, 2009, pág. 49)**, dice: “Es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción”.

(Murcia, 2009, pág. 468): “El concepto de la demanda está íntimamente ligado al concepto de necesidad, deseo y poder de compra un determinado usuario potencial puede querer o

necesitar un bien o un servicio, pero solo el poder de compra que tenga determinará la demanda de ese bien o servicio”.

La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado).

2.5.3. La oferta

ALET, Josep, (2012), señala: *“La oferta es considerada como la segunda variable más importante, la oferta se concreta en todo lo que hace ver al cliente que obtendrá de valor, a cambio de todo lo que tendrá que dar o sacrificar para conseguirlos”.*
Pág. 129

([http://definicion, 2012](#)) Define: *“La oferta está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto”.*

La oferta es aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado. Hay que diferenciar la oferta del término de una cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio.

2.5.4. El precio

ANZOLA ROJAS Sérvulo, (2010). Manifiesta. *“El precio del producto proporciona al vendedor su ganancia necesaria y refleja la satisfacción y utilidad del comprador por la compra realizada. Los precios que se asignan a los bienes o servicios contribuyen a formar la imagen de la empresa. Además en la mayoría de empresas el precio es determinado por el volumen de ventas”.* Pág. 171

(Kloter & Armstrong, 2013, pág. 747): *“La cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que intercambian los consumidores por los beneficios de poseer o utilizar el producto o servicio”.*

Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o, más en general, una mercancía cualquiera.

2.5.5. El producto

MUNCH Lourdes, (2010).Menciona: *“Un producto es el conjunto de atributos y cualidades tangibles, tales como: Presentación, empaque, diseño, contenido, e intangibles como: marca, imagen, ciclo de vida y prestigio”.* Pág. 229

El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización.

2.5.6. La publicidad

PALAO Jorge, GOMEZ GARCIA Vicent, (2009).Menciona: *“La publicidad es cualquier forma pagada de presentación no personal y de promoción de ideas, productos y servicios por un patrocinador identificado. Para implantar una campaña publicitaria se tiene que considerar varios elementos: los objetivos, el presupuesto, el mensaje, los medios de comunicación y la evaluación de la campaña”.* Pág.104

La publicidad es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que

es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo.

2.5.7. La promoción

THOMPSON Iván. Expresa: *“La promoción es una herramienta táctica-controlable de la mezcla o mix de mercadotecnia (4 p’s) que combinada con las otros tres herramientas (producto, plaza y precio) genera una determinada respuesta en el mercado meta para las empresas, organizaciones o personas que la utilizan.* Fuente: www.promonegocios.net

La promoción son las actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, o recordar al público objetivo, acerca de los productos o servicios que se comercializan.

2.5.8. La comunicación

JANY CASTRO José Nicolás, (2009).Manifiesta: *“La comunicación es la única utilizada para propagar ideas, creencias y conceptos, con el objeto de captar adeptos. En consecuencia son actos de propaganda todos realizados por los partidos políticos, religiones, sectas, filosofía, instituciones para difundir sus puntos de vista, principios y teorías con la intención de incrementar el número de seguidores y simpatizantes”.* Pág.311

La comunicación es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra, alterando el estado de conocimiento de la entidad receptora. La entidad emisora se considera única, aunque simultáneamente pueden existir diversas entidades emisores transmitiendo

la misma información o mensaje. Por otra parte puede haber más de una entidad receptora. En el proceso de comunicación unilateral la entidad emisora no altera su estado de conocimiento, a diferencia del de las entidades receptoras.

2.5.9. Plan de negocios

CASTELAN Antonio (2011). Manifiesta: *“Es un documento de análisis, realizado por el empresario, cuya finalidad es la de documentar la información más importante relacionada con la empresa y su mercado.* Fuente: www.eumed.net

Un plan de negocios es una guía para el emprendedor o empresario. Se trata de un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias que serán implementadas, tanto para la promoción como para la fabricación, si se tratara de un producto.

2.5.10. La distribución y su objetivo

Loggiodice Lattuf Zuleyma (2012). Afirma “la distribución como herramienta de marketing tiene como objetivo hacer llegar el producto desde donde se origina hasta el consumidor. Fuente: www.eumed.net

Es una herramienta de la mercadotecnia (las otras son el producto, el precio y la promoción) que los mercadólogos utilizan para lograr que los productos estén a disposición de los clientes en las cantidades, lugares y momentos precisos.

2.6. Estudio técnico

Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar.

En pocas palabras, el estudio técnico consiste simplemente en hacer un análisis del proceso de producción de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión. Fuente: e-tecnico.webnode.es/servicios

2.6.1. Ingeniería del proyecto

DIAZ, (2009). Se entiende por ingeniería de proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto Pág. 109.

Se entiende por ingeniería del proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

2.6.2. La macrolocalización

BOUCHER Francois, (2009), señala: “La Macrolocalización es la ubicación global, en un área determinada; población, distrito mientras que la microlocalización describe el lugar específico donde está el terreno para construir la planta. La Macrolocalización abarca: aspectos geográficos, económicos, socioculturales y la microlocalización: materia prima, infraestructura, servicios y otros”. Pág. 258.

También llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

2.6.3. La microlocalización

Acevedo Efraín (2010), señala: “la microlocalización, determina el lugar específico donde se instalara el proyecto.

Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y re limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona.

2.6.4. Capital de trabajo

ROVAYO, Gabriel, (2010). Manifiesta: “Es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo. Fuente: es.wikipedia.org

El capital de trabajo es de gran importancia para la empresa por cuanto permite dirigir las actividades operativas de la misma, sin restricciones financieras permitiéndole a la empresa poder hacer frente a situaciones emergentes sin riesgo de un desastre financiero. Además el buen manejo del Capital de Trabajo posibilita el oportuno pago de las deudas u obligaciones asegurando el crédito de las deudas.

2.7. Aspectos contables

2.7.1. La contabilidad

Para BRAVO, (2011). Afirma: *“Es la ciencia el arte y la técnica que permite el registro, clasificación, análisis e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable.”*. Pag.11

Según (Vega, 2009, pág. 37) “ El ciclo contable es el proceso ordenado y sistemático de registros contables en un periodo determinado, regularmente en un año calendario o ejercicio contable, desde la elaboración de comprobantes de contabilidad y el registro en libros, hasta la preparación de estados financieros”.

La contabilidad es suministrar información en un momento dado de los resultados obtenidos durante un período de tiempo, que resulta de utilidad a sus usuarios, en la toma de decisiones, tanto para el control de la gestión pasada, como para las estimaciones de los resultados futuros, dotando tales decisiones de racionalidad y eficiencia

2.7.2. Objetivos de la contabilidad

Proporcionar información de hechos económicos, financieros y sociales suscitados en una empresa u organización; de forma continua, ordenada y sistemática, sobre la marcha y/o desenvolvimiento de la misma, con relación a sus metas y objetivos trazados, con el objeto de llevar CUENTA Y RAZON del movimiento de las riquezas públicas y privadas con el fin de conocer sus resultados, para una acertada toma de decisiones. **Fuente:** www.promonegocios.net.

2.7.3. Características de la contabilidad

- Obtener en cualquier momento información ordenada y sistemática sobre el movimiento económico y financiero del negocio.
- Establecer en términos monetarios, la información histórica o predictiva, la cuantía de los bienes, deudas y el patrimonio que dispone la empresa.
- Rendición de informes a terceras personas sobre el movimiento financiero de la empresa.

- Cubrir la totalidad de las operaciones del negocio en forma sistemática, histórica y cronológica.
- Suministrar información requerida para las operaciones de planeación, evaluación y control, salvaguardar los activos de la institución.
- Se basa en reglas, principios y procedimientos contables para el registro de las operaciones financieras del negocio.
- Proporcionar oportunamente información en términos de unidades monetarias, referidas a la situación de la empresa.

2.7.4. Estado de Situación Financiera

Según: (Padilla, 2011, pág. 186) *“En el estudio financiero se especifican las necesidades de recurso a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiación (aporte propio y créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos para el periodo de vida útil del proyecto. Permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generara y la manera como se financiara.*

VILCARROMERO Raúl, (2014). Cita: *“el Balance General muestra la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, es decir muestra los bienes (activos) y obligaciones (pasivo y patrimonio) que tiene la empresa en un momento determinado.* Fuente: (<http://www.es.slideshare>, 2015)

El balance general es el estado financiero de una empresa en un momento determinado. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos (lo que organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (el patrimonio neto).

2.7.5. Estado de Resultados

(GORDON J, 2010, pág. 297), define: *“El estado de resultados indica las utilidades (o beneficios o utilidad neta) de la compañía. En lugar de presentar niveles en un momento determinado, el estado de resultados presenta flujos que ocurren durante un periodo. La utilidad neta de una compañía es la diferencia entre sus ventas (o ingresos totales) y gastos. Las ventas miden el flujo positivo de activos provenientes de la venta de bienes y servicios a los clientes de la compañía. Los gastos miden el flujo negativo de activos (o el aumento de deuda) asociados con la generación de ventas. A fin de cuentas, el éxito de una compañía está directamente relacionado con la producción de un superávit suficiente de ventas sobre gastos.*

Es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

El estado financiero es cerrado, ya que abarca un período durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al ingreso del mismo. Por lo tanto debe aplicarse perfectamente al principio del periodo contable para que la información que presenta sea útil y confiable para la toma de decisiones.

2.7.6. Estado de flujo de efectivo

(RIVERA MARTINEZ, 2010) .Manifiesta: *“El flujo de caja o el flujo del efectivo es un documento que nos permite dejar en claro cómo se moverán los recursos financieros del proyecto, es decir los ingresos y los egresos, durante su ejecución. Puede determinarse por semana, mes u otro periodo convencional”*. Pág.165

El estado de flujos de efectivo es el estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Un Estado de Flujos de Efectivo es de tipo financiero y muestra entradas, salidas y cambio neto en el efectivo de las diferentes

actividades de una empresa durante un período contable, en una forma que concilie los saldos de efectivo inicial y final.

2.8. Indicadores financieros

Los Indicadores Financieros o Ratios Financieros son medidas que tratan de analizar el estado de la empresa desde un punto de vista individual, comparativamente con la competencia o con el líder del mercado.

La mayoría de las relaciones se pueden calcular a partir de la información suministrada por los estados financieros. Así, los Indicadores Financieros se pueden utilizar para analizar las tendencias y comparar los estados financieros de la empresa con los de otras empresas. En algunos casos, el análisis de estos indicadores puede predecir una quiebra a futuro.

2.8.1. Valor Actual Neto

(Murcia, 2009, pág. 268) afirma: “El valor presente neto VPN de un proyecto de inversión no es otra cosa que su valor medido en dinero de hoy, y el equivalente en valores actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros que constituyen el proyecto”.

El Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas.

Su fórmula de cálculo es:

$$VAN = II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \cdots + \frac{FNE + VS}{(1+r)^n}$$

2.8.2. Tasa Interna de Retorno

(Murcia, 2009, pág. 270): afirma: Es la tasa de descuento, actualización, o equilibrio que aplica al flujo de caja del proyecto produce un valor presente neto igual a cero. La TIR como indicador que muestra la rentabilidad del proyecto bajo el supuesto de que todos los ingresos son reinvertidos directa y automáticamente a la misma tasa”.

La tasa interna de retorno (TIR) es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones. También se conoce como la tasa de flujo de efectivo descontado de retorno. En el contexto de ahorro y préstamos a la TIR también se le conoce como la tasa de interés efectiva. El término interno se refiere al hecho de que su cálculo no incorpora factores externos (por ejemplo, la tasa de interés o la inflación).

Su fórmula de cálculo es:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

2.8.3. Periodo de Recuperación

VAQUIRO José (2013). *Expresa: “El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. Ayuda a determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa”.* **Fuente:** <http://www.pymesfuturo.com/>

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

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

2.8.4. Beneficio costo

<http://www.agroproyectos.org/>.(2013). Expresa: “La relación Beneficio/Costo es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto (ingresos) entre el valor actualizado de los costos (egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable. Fuente: <http://www.agroproyectos.org/>.”

Es una disciplina formal (técnica) a utilizarse para evaluar, o ayudar a evaluar, en el caso de un proyecto o propuesta, que en sí es un proceso conocido como evaluación de proyectos; o un planteamiento informal para tomar decisiones de algún tipo, por naturaleza inherente a toda acción humana.

2.8.5. Punto de equilibrio

ARCHIVE Arturo. (2012). Expone: “El punto de equilibrio, en términos de contabilidad de costos, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni **pérdida**. Fuente: <http://www.crecenegocios.com/>”

La estimación del punto de equilibrio permitirá que una empresa, aún antes de iniciar sus operaciones, sepa qué nivel de ventas necesitará para recuperar la inversión. En caso que no llegue a cubrir los costos, la compañía deberá realizar modificaciones hasta alcanzar un nuevo punto de equilibrio.

2.9. El aguacate

<http://www.elaguacate.org/>: "El aguacate es un árbol que nos otorga un fruto de gran valor nutricional y que puede ayudar en el beneficio de la salud de las personas ya que contiene gran cantidad de nutrientes".

2.9.1. Características del aguacate

<http://www.euroresidentes.com/Alimentos/aguacate.htm>. Manifiesta las características del aguacate:

- **Forma:** Con forma de pera, en su interior contiene una única semilla redondeada de color claro y 2-4 centímetros de longitud (salvo la variedad dátil), que aparece recubierta de una delgada capa leñosa de color marrón.
- **Tamaño y peso:** Aunque existen variedades que pesan unos 100 gramos y otras que pueden alcanzar los 2 kilogramos, los que más se comercializan suelen medir 10-13 centímetros, con un peso de 150-350 gramos.
- **Color:** La corteza, gruesa y dura, con rugosidades, presenta una coloración verde que varía en intensidad en función de la variedad. La pulpa es cremosa, aceitosa, de color verde crema o pálido a blanco amarillento, muy similar a la mantequilla.
- **Sabor:** El sabor de la pulpa recuerda al de la nuez y la avellana.

2.9.2. Valor nutricional del aguacate

<http://www.lindisima.com/ayurveda/aguacate.htm>. Presenta el valor nutricional del aguacate:

El aguacate posee un alto contenido de aceites vegetales (entre 18 y 22%) con propiedades antioxidantes, por lo que constituye un excelente alimento. Es rico en grasa vegetal que aporta beneficios al organismo. Su contenido de vitaminas del complejo B y vitamina E es considerable.

2.9.3. Beneficios del aguacate

<http://www.mejorconsalud.com/beneficios-del-aguacate/>. Menciona los beneficios del aguacate del aguacate:

El aguacate además de ser famoso por acompañar gran parte de las ensaladas, también lo es por ser muy nutritivo.

Saludable para la vista

Si deseas mantener tus ojos siempre saludables, come aguacate! Gracias a un carotenoide llamado luteína, **el aguacate absorbe los rayos ultravioletas del sol evitando así que estos le hagan daño a la retina.** Además protege los ojos contra la degeneración y la aparición de cataratas.

Contiene los beneficios de la Vitamina E

Los aguacates son una gran fuente de vitamina E. Cuando consumes de manera habitual esta vitamina, el cuerpo está totalmente equipado para protegerse contra cualquier enfermedad. Además, **La vitamina E también ayuda a revitalizar la piel** haciéndola suave y flexible gracias a sus propiedades antioxidantes. No es esto maravilloso?

Mantiene sano tu corazón haciéndote sentir más saludable

Una tasa de este sabroso fruto tiene un porcentaje bastante alto de ácido fólico (23%). El ácido fólico es una vitamina que se encuentra en los vegetales de hoja verde y su función es ayudar a la salud en general.

En el embarazo se recomienda siempre consumir ácido fólico ya que ayuda a la correcta formación del feto y a evitar posibles malformaciones. **La**

grasa saludable del aguacate sumado con la vitamina E son buenas para el corazón.

Ayuda a bajar el colesterol

El aguacate es alto en Beta-sitosterol, un compuesto que ha demostrado mantener los niveles de colesterol bajos. El aguacate contiene grasa mono insaturada (saludable para el organismo), la cual reduce el colesterol LDL que es perjudicial para el cuerpo.

2.10. Salsa de aguacate

ILUSTRACIÓN 1 SALSA DE AGUACATE



La salsa de aguacate mantiene la cremosidad propia del fruto, así como también un sabor exquisito debido al alto porcentaje de aguacate utilizado para la elaboración de la salsa y la mezcla de especias y condimentos.

Para mantener fresco la salsa de aguacate es recomendable mantener en refrigeración, esto permitirá conservar en óptimas condiciones a la salsa, para la comercialización se embazará asépticamente en material de polietileno.

2.10.1. Receta Salsa de aguacate

Ingredientes

- 2 aguacates maduros
- El jugo de 4 limones, ~ ½ taza de jugo
- 1 manojo de cilantro, picado
- 2-3 jalapeños, serranos o ajíes de su preferencia
- 3-4 dientes de ajo, machacados
- ½ taza de aceite de oliva
- 1 cucharadita de comino molido
- Sal al gusto

Preparación

1. Ponga todos los ingredientes en la licuadora; pique los aguacates en pedazos medianos antes de ponerlos en la licuadora, eso ayuda a que se mezclen mejor. También recomiendo triturar el ajo antes de ponerlo en la licuadora para asegurar que evitar que a alguien le toque un pedazo sorpresa de ajo en la salsa.

2. Licue hasta obtener una salsa bien cremosa. Use inmediatamente o refrigere hasta la hora de servir.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación

Durante mucho tiempo el aguacate se ha consumido en estado natural, pues la falta de iniciativa y el desconocimiento en cuanto a la industrialización han provocado que en el mercado local, aun no encontramos a este fruto con valor agregado, es decir en diferentes presentaciones.

El aguacate es consumido por gran parte de la población tanto del Cantón Mira como de la Ciudad de Ibarra, se conoce que este fruto tiene un sabor neutro, condición positiva para realizar diferentes combinaciones a la hora de introducirlo en una receta, ya sea esta dulce, salada o picante, en definitiva una delicia a la hora de las comidas.

El aguacate es fuente potencial de nutrientes, agua, proteínas, carbohidratos, fibras, vitaminas, minerales, azúcar natural, antioxidante y la mayor fuente de luteína de entre las 20 frutas más consumidas por los ecuatorianos.

Tomando en cuenta los aspectos antes mencionados se pretende demostrar que existe una demanda potencial a satisfacer en el mercado local y que este emprendimiento brindara nuevas fuentes de empleo y reactivara la economía del Cantón Mira.

Se conoce que el mercado se caracteriza por ser cambiante, e inestable por ende los análisis con respecto a la oferta y la demanda se los considerara para un periodo de tiempo relativamente corto, es por ello que

la información con respecto al mercado debe ser actualizado constantemente, de acuerdo a las exigencias de los consumidores.

Para entender la situación y las necesidades del mercado, y para que la empresa tenga el éxito esperado se decide desarrollar este estudio de mercado.

3.2. Objetivos del estudio de mercado

3.2.1. Objetivo General

Realizar un estudio de mercado para establecer la demanda, oferta, precios y estrategias comerciales de la salsa de aguacate en la Ciudad de Ibarra.

3.2.2. Objetivos Específicos

- Establecer la demanda insatisfecha en el mercado para medir la factibilidad del proyecto.
- Determinar la oferta potencial de salsa de aguacate en la ciudad de Ibarra.
- Conocer el precio que el consumidor estaría dispuesto a pagar por la salsa de aguacate.
- Diseñar estrategias de comercialización para introducción y posicionamiento de la salsa de aguacate en la ciudad de Ibarra.

3.3. Identificación del Producto.

Salsa de aguacate es una idea innovadora en el país, el producto será elaborado a partir de aguacate, especias y sus respectivos condimentos tomando siempre en cuenta la calidad tanto de la materia prima como la de los ingredientes y del producto final, tiene un alto valor nutricional. Tendrá una presentación de 250 gramos, será envasado en fundas de tetrapak selladas al vacío para conservar las propiedades organolépticas, los principales proveedores serán los agricultores de las cuatro parroquias del Cantón Mira.

El producto a elaborarse es muy sencillo y sobre todo la materia prima a utilizarse será de las parroquias del Cantón Mira lo que facilitará su elaboración al igual que reducirá su valor económico.

3.4. Características del Producto

Entre los alimentos de la categoría de las frutas que están disponibles en la tienda o supermercado habitual, siempre está el aguacate como producto de primera necesidad.

Los aguacates son muy populares en la cocina vegetariana, como sustituto de la carne en los sándwiches y en las ensaladas debido a su alto contenido en grasas. Se utiliza como base para la receta mexicana conocida como guacamole, así como relleno para varios tipos de sushi, incluyendo rollitos de California. Su presencia es popular como acompañamiento del pollo y para untar en tostadas, normalmente se sirve con sal y pimienta.

Los aguacates procesados en salsa remplazan a otras salsas por su exquisito sabor y sus características nutricionales, pues su elaboración es muy fácil realizarla ya que no se requieren de maquinaria sofisticada y de tecnología avanzada.

Los aguacates son considerados uno de los alimentos más saludables del planeta, ya que contienen más de 25 nutrientes esenciales, incluyendo las vitaminas A, B, C, E, y K, cobre, hierro, fósforo, magnesio y potasio. De hecho, para obtener el potasio de un sólo aguacate, tendrías que comerte dos o tres plátanos. Los aguacates también contienen fibra, proteínas y unos beneficiosos fitoquímicos como el beta-sitosterol, la glutatona y la luteína, que ayudan a proteger nuestro organismo contra diversas enfermedades.

Por otra parte, el aguacate es una de las frutas con más alto contenido en calorías que podrías comer. Esto es debido a sus grandes cantidades de

contenidos grasos, aproximadamente 20 veces mayor que el promedio de otras frutas. A pesar de que el aguacate tiene un alto contenido en grasas, estas grasas no son malas, ya que su contenido sobretodo se basa en grasas monoinsaturadas, que son la variedad más saludable que hay.

3.4.1. Beneficios

Entre los beneficios del aguacate los más importantes son los que a continuación se detallan:

- **Mantiene un corazón saludable:** El aguacate contiene vitamina B6 y ácido fólico, que ayudan a regular los niveles de homocisteína. Un alto nivel de homocisteína está asociado con un mayor riesgo de enfermedades del corazón. Además de eso, el aguacate también contiene vitamina E, glutatión y grasas monoinsaturadas que ayudan a mantener un corazón sano.
- **Reduce el colesterol:** Los aguacates son ricos en un compuesto llamado beta-sitosterol, que ha demostrado ser eficaz en la reducción de los niveles de colesterol en sangre. Según un estudio, los pacientes con leve hipercolesterolemia que incluyen aguacates en su dieta durante 7 días obtienen un 17 por ciento de disminución en los niveles totales de colesterol en la sangre y una disminución del 22 por ciento tanto en el colesterol LDL (colesterol malo) como en los triglicéridos y un aumento del 11 por ciento en el colesterol HDL (colesterol bueno).
- **Controla la presión arterial:** Los aguacates son también una gran fuente de potasio, que ayuda a controlar los niveles de presión arterial.
- **Propiedades antiinflamatorias:** En los aguacates se han encontrado compuestos fitonutrientes, como los polifenoles y los flavonoides que se ha demostrado que tienen propiedades antiinflamatorias, reduciendo así el riesgo a desarrollar enfermedades inflamatorias y degenerativas.

- Promueve la salud ocular: El aguacate es una excelente fuente de luteína carotenoide, que ayuda a protegernos contra la degeneración macular relacionada con la edad y las cataratas.
- Regula los niveles de azúcar en la sangre: Las grasas monoinsaturadas (grasas buenas) de los aguacates pueden revertir la resistencia a la insulina, que ayuda a regular los niveles de azúcar en la sangre. Los aguacates también contienen más fibra soluble, por lo que ayuda a mantener estabilizados los niveles de azúcar.
- Previene defectos de nacimiento: Los aguacates son ricos en una vitamina B conocida como ácido fólico. Una taza de aguacates te proporciona aproximadamente el 23% del valor diario de ácido fólico necesario. La alta cantidad del ácido fólico del aguacate es esencial en la prevención de defectos de nacimiento, tales como defectos del tubo neural y de la espina bífida.
- Reduce el riesgo de accidentes cerebrovasculares: Los altos niveles de folato en los aguacates también protegen nuestro organismo contra el ictus. Un estudio ha demostrado que las personas que consumen una dieta rica en folato, tienen un menor riesgo de accidente cerebrovascular que quienes no lo hacen.
- Protege contra el cáncer: Muchos estudios han demostrado que el aguacate puede inhibir el desarrollo del cáncer de próstata. El ácido oleico del aguacate también es eficaz en la prevención de cáncer de mama.
- Lucha contra los radicales libres: Los aguacates contienen glutatión, un poderoso antioxidante que ayuda a combatir a los radicales libres del organismo.
- Antienvejecimiento: Al ser una fruta rica en antioxidantes, el aguacate

es beneficioso en la prevención de los síntomas del envejecimiento. El glutatión o glutatona del aguacate puede estimular nuestro sistema inmunológico, retrasar el proceso del envejecimiento y fomentar un sistema nervioso saludable.

- Quita el mal aliento: Los aguacates son uno de los mejores enjuagues bucales naturales y también, uno de los mejores remedios para el mal aliento. Esta fruta limpia el intestino que es la principal causa de esta desagradable condición.
- Aumenta la absorción de nutrientes: El consumo de aguacate está vinculado a una creciente absorción de nutrientes. Un estudio sugiere que, cuando sus participantes comieron ensaladas con aguacates, éstos absorbieron cinco veces más la cantidad de carotenoides (un grupo de nutrientes entre los que se incluyen el beta caroteno y el licopeno) que los que no comieron aguacates.
- Cuida de la piel: Se añade aceite de aguacate a muchos cosméticos debido a su capacidad para nutrir la piel y hacer que tu piel brille. También ayuda en el tratamiento de la psoriasis, una enfermedad que causa enrojecimiento e irritación en la piel.
- Ayuda a engordar: El aguacate tiene 200 calorías por cada 100 gramos. Por lo general, las frutas tienen aproximadamente entre 60 y 80 calorías por cada 100 gramos. Debido a las altas cantidades calóricas, los aguacates son unos buenos alimentos para incluir en las dietas de las personas que quieren aumentar de peso. El aguacate es una fuente saludable de calorías, a diferencia de muchos otros alimentos ricos en calorías que pueden contener exceso de grasas saturadas y azúcares.

3.4.2. Productos Sustitutivos

En la actualidad encontramos varias salsas que sirven para acompañar nuestras comidas, es así que en el mercado encontramos salsas con diferentes ingredientes tales como: salsa de soya, salsa de ají, salsa de tomate, entre otras. Por lo tanto nuestro producto salsa de aguacate tendrá como principal competidor a la salsa de tomate.

Existen en el mercado variedad de salsas y pastas de tomate que se presentan en frascos o latas, diferenciándose por su condimentación y espesor (grado de concentración). A nivel industrial la salsa se elabora a partir de una pasta de tomate concentrada, la cual se diluye con agua y se mezcla con sal, azúcar, especias y vinagre. No obstante, una salsa de óptima calidad solamente se puede elaborar a partir de tomates frescos.

3.4.3. Normativa Sanitaria

En cuanto a la normativa sanitaria, la microempresa cumplirá con las normas de higiene, permisos sanitarios correspondientes establecidos por La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA institución del Estado que controla la calidad en los productos demandados por los consumidores. Sin estos permisos el proyecto no será puesto en ejecución.

3.4.4. Consumidor del Producto

El producto está dirigido a las familias de la ciudad de Ibarra, es decir a todas las personas que gusten acompañar sus comidas con salsa de aguacate. Por ser el mercado potencial abarca a todas las personas sin segmentación socioeconómica.

3.5. Investigación de Mercado

La investigación de mercado del presente proyecto presenta la necesidad de proponer nuevas ideas, proponer la salsa de aguacate implica conocer

y determinar la cantidad a ofrecer en función de la demanda, las preferencias, gustos, precios, la inversión a realizar y medir la factibilidad del proyecto y conocer si es rentable realizar la inversión.

3.5.1. Segmentación del Mercado

La segmentación de mercado es un proceso por el cual se divide al mercado total en grupos más pequeños y homogéneos para poder enfocar la publicidad y canales de distribución, factores que influyen en la demanda y poder hacer que el producto llegue por los medios adecuados al consumidor final.

Tabla 22 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

AÑO	2011
Familias	48.666

Fuente: Pagina web. INEC

3.5.2. Mecánica Operativa del Estudio de Mercado

Para el desarrollo del proceso investigativo, se analizó a las familias de la ciudad de Ibarra puesto que en este tipo de productos las adquisiciones son familiares. Con la finalidad de que la información recopilada sea veraz, se investigó mediante encuestas a un miembro de cada hogar de la Ciudad de Ibarra.

3.5.2.1. Información Primaria

Se ha utilizado las siguientes formas de recolección de información primaria.

 Encuesta

3.5.2.2. Información secundaria

La información secundaria que se ha utilizado fue recopilada en documentos como:

-  Libro
-  Folletos
-  Revistas
-  Internet

3.5.2.3. Identificación de la Población

El universo constituyen 180.440 habitantes de la ciudad de Ibarra según datos registrados en el INEC censo 2010. Potenciales consumidores de salsa de aguacate; sin embargo para el cálculo de la muestra hemos dividido la población para 4 cuatro, que son los integrantes por familia según el INEC, obteniendo así 48.666 familias que serán encuestadas para conocer si el producto va a tener acogida en el mercado.

3.5.3. Proyección de la población

Para proyectar la población se utilizó la tasa de crecimiento poblacional, dato tomado del INEC.

TABLA 23 PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
Familias	48.666	49.649	50.652	51.675	52.719

Fuente: Pagina web. INEC

3.5.4. Muestra

Para este caso la población es finita por ende se utiliza un margen de error del 5% del error.

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

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

σ = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

N = 45293

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

e = 5%

$$n = \frac{(1,96)^2(0,25)(45293)}{(0,05)^2(45293-1)+(1,96)^2(0,25)}$$

n= 381

3.6. Resultados de la Investigación de Campo

3.6.1. Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Ibarra.

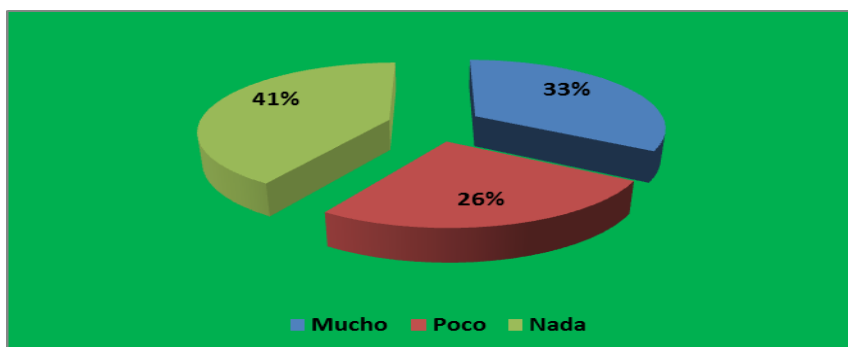
1. ¿Conoce los beneficios nutricionales del aguacate?

CUADRO No.12

BENEFICIOS DEL AGUACATE

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mucho	127	33%
Poco	98	26%
Nada	156	41%
TOTAL	381	100%

GRÁFICO 17 BENEFICIOS DEL AGUACATE



Fuente: Familias de ciudad de Ibarra
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

De las encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Ibarra, se conoce que el 41% desconoce de los beneficios nutricionales del aguacate, el 33% sabe que el aguacate tiene muchos beneficios nutricionales, y el 26% dice algo haber escuchado sobre lo beneficioso que es consumir el aguacate.

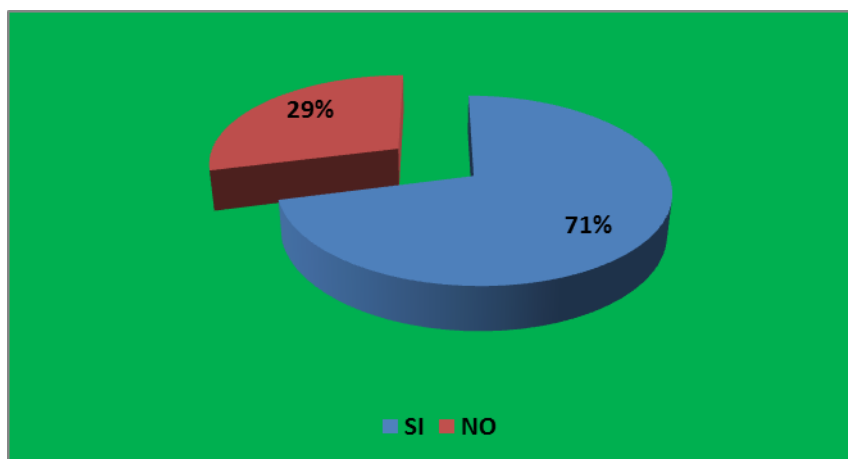
2. ¿Compraría usted salsa de aguacate para consumo familiar?

CUADRO No. 13

ADQUISICIÓN DE SALSA DE AGUACATE

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	271	71%
NO	110	29%
TOTAL	381	100%

GRÁFICO 18 ADQUISICIÓN DE SALSA DE AGUACATE



Fuente: Familias de ciudad de Ibarra
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

Gran parte de las familias representadas con un 71% manifiestan que si comprarían salsa de aguacate, porque sería algo complementario para sus comidas. Además dicen se ahorrarían tiempo al no hacerla en casa manualmente. También un 29% dicen que no comprarían la salsa de aguacate porque prefieren consumir el aguacate sin procesar.

3. ¿Qué valor destinaría Usted para la compra de salsa de aguacate mensualmente?

TABLA N° 12

INVERSIÒN DE COMPRA

ALERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 7 dólares	269	71%
De 7 a 14 dólares	78	20%
Más de 14 dólares	34	9%
TOTAL	381	100%

GRÁFICO 19 INVERSIÒN DE COMPRA



Fuente: Familias de ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

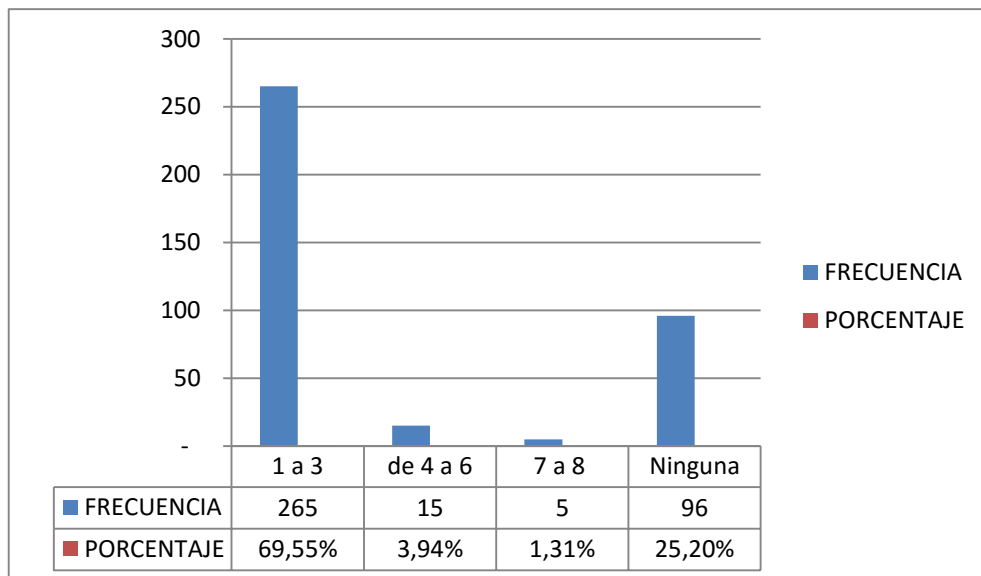
La mayor parte de las familias representadas por el 71% manifiestan que no gastarían más de siete dólares en la compra de salsa de aguacate, ya que mensualmente adquieren los productos básicos de la canasta familiar y la salsa de aguacate serían un producto secundario. El 9% estaría dispuesto a incluir en su presupuesto catorce dólares para adquirir salsa de aguacate porque manifiestan es un producto con muchos beneficios nutricionales.

4. ¿Con que frecuencia mensual adquiere salsas en general?

CUADRO No.15 FRECUENCIA DE COMPRA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 3	265	69,55%
de 4 a 6	15	3,94%
7 a 8	5	1,31%
Ninguna	96	25,20%
total	381	100,00%

GRÁFICO 20 FRECUENCIA DE COMPRA



Fuente: Familias de ciudad de Ibarra
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

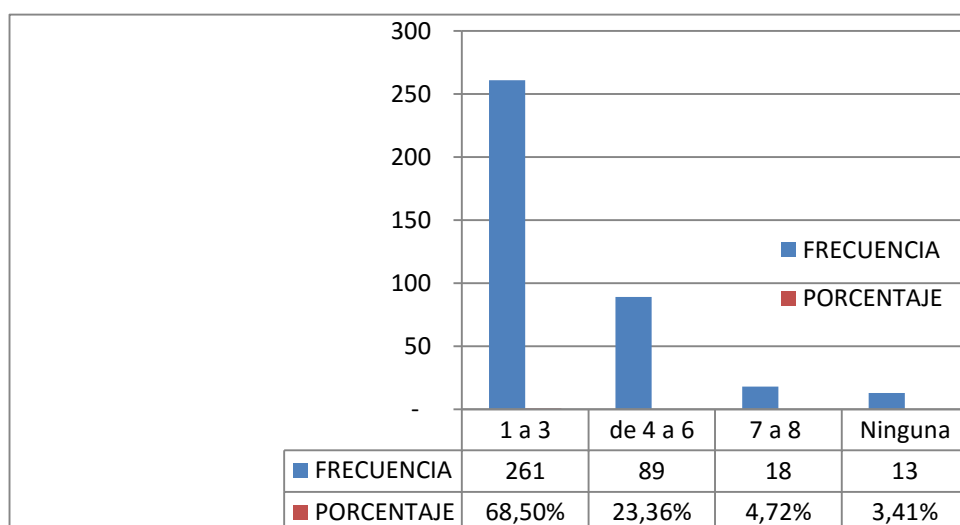
De acuerdo a los datos obtenidos se puede evidenciar que la salsa de aguacate tiene una de las dos terceras partes familias manifiestan que realizan sus compras en los tres primeros días el resto lo realiza dos días a la semana semanal y mensualmente.

5¿Qué cantidad de sala de aguacate de 250 Grs, compraría mensualmente?

CUADRO No.16 TIPO DE PRESENTACIÓN EN GRAMOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 3	261	68,50%
de 4 a 6	89	23,36%
7 a 8	18	4,72%
Ninguna	13	3,41%
total	381	100,00%

GRÁFICO 21 TIPO DE PRESENTACIÓN EN GRAMOS



Fuente: Familias de ciudad de Ibarra
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

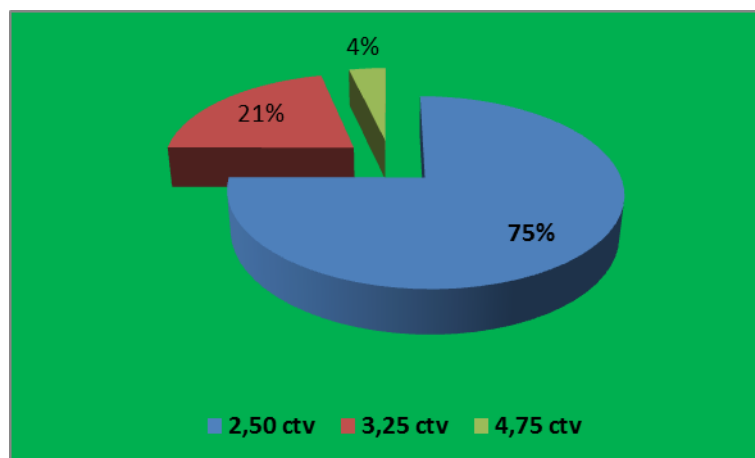
De las encuestas realizadas se determina que las dos terceras partes de las familias estarían de acuerdo con consumir salsa de aguacate de 250 grs. De uno a tres días. El resto también está de acuerdo en consumir más pausado y una pequeña parte no desea consumir.

6. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la salsa de aguacate?

CUADRO NO.17 PRECIO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
2,50 ctv	286	75%
3,25 ctv	81	22%
4,75 ctv	14	3%
TOTAL	381	100%

GRÁFICO 22 PRECIO



Fuente: Familias de ciudad de Ibarra
Elaborado por: La autora

ANALISIS

El 75% de las familias concuerdan que el precio para la salsa de aguacate debería ser de 2,50 ctvs. Pues hacen una relación con la adquisición de 4 unidades de aguacate a dos dólares, manifestando que de esta manera omitirían el proceso para realizar la salsa de aguacate en casa de forma tradicional.

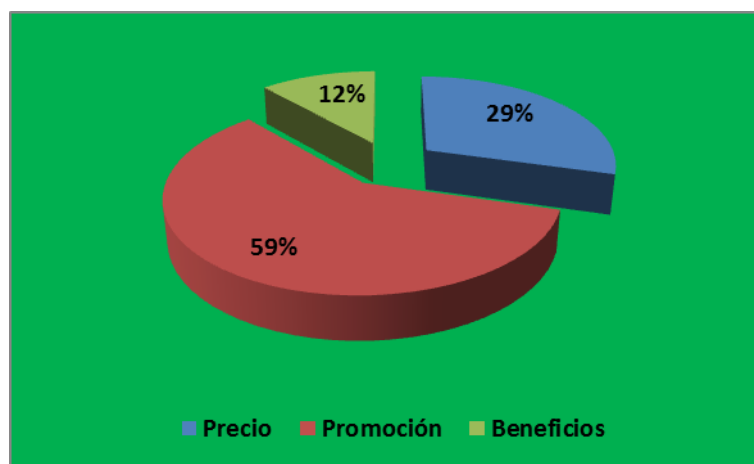
Un mínimo porcentaje el 4% de familias encuestadas manifiestan debería ser a un precio de 4,75 ctvs. Pues estas familias consideran que el producto es caro y el proceso de industrialización es costoso.

5. ¿Qué le motivaría para adquirir la salsa de aguacate?

CUADRO No.18 MOTIVACIÓN PARA LA COMPRA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Precio	112	29%
Promoción	225	59%
Beneficios	44	12%
TOTAL	381	100%

GRÁFICO 23 MOTIVACIÓN DE COMPRA



Fuente: Familias de ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

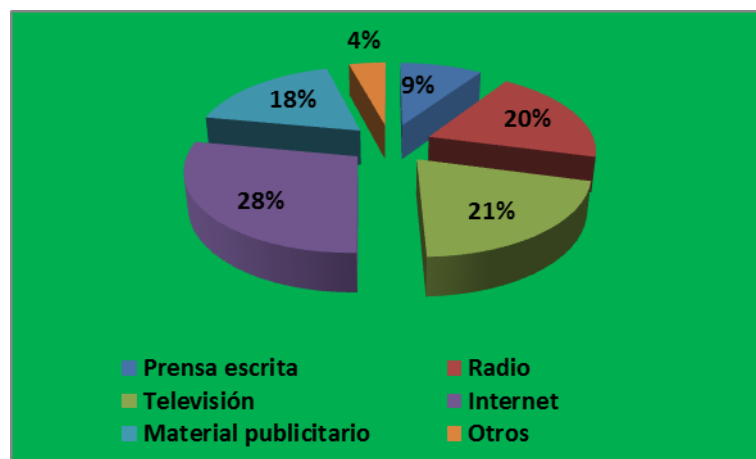
Gran parte de las familias encuestadas representadas con el 59% dicen comprarían la salsa de aguacate si existe promoción en el producto, es decir las familias al igual que todos los consumidores esperamos siempre promociones para adquirir un producto, aún más si este producto es nuevo en el mercado, también considerarían mucho el precio y por último analizarían los beneficios como para motivarlos a la compra.

6. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación es de su preferencia?

CUADRO No.19 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Prensa escrita	36	9%
Radio	75	20%
Televisión	78	21%
Internet	108	28%
Material publicitario	68	18%
Otros	16	4%
TOTAL	381	100%

GRÁFICO 24 MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Fuente: Familias de ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

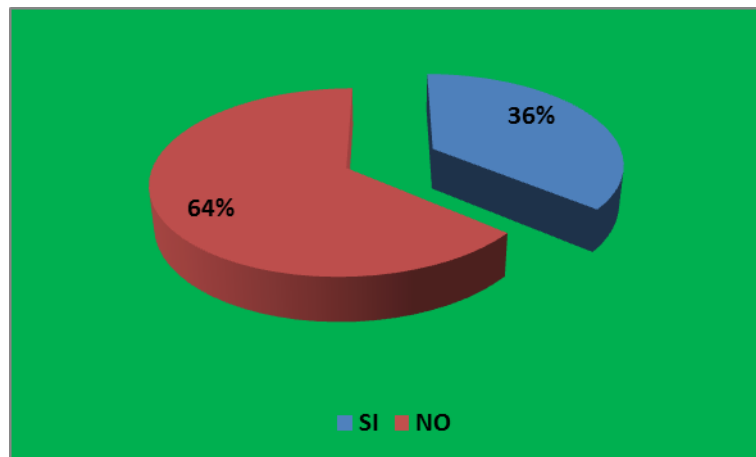
La mayoría de familias prefirieren el internet como medio de comunicación, es decir les gustaría conocer sobre las promociones de cualquier producto por este medio, el 21% manifiesta estar informado por la televisión, y el 20% prefiere escuchar radio para estar bien informado, información importante que nos será útil para llegar a nuestros posibles consumidores.

7. ¿Acompañaría Usted sus comidas con salsa de aguacate?

CUADRO No.20 CONSUMO DE AGUACATE

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	138	36%
NO	243	64%
TOTAL	381	100%

GRÁFICO 25 CONSUMO DE AGUACATE



Fuente: Familias de ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

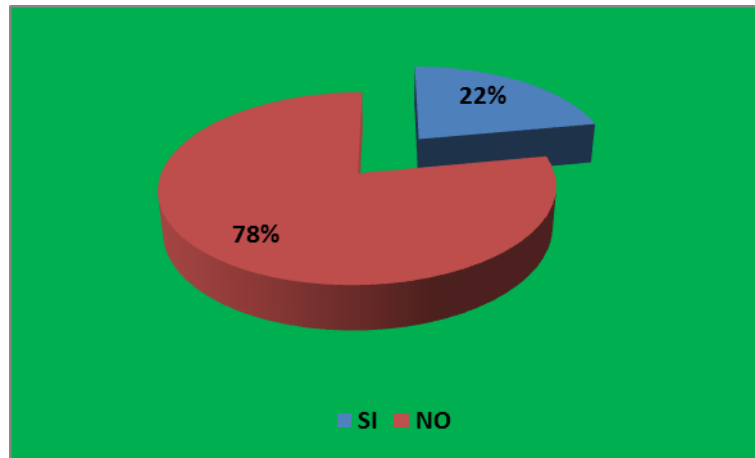
La mayoría de familias no acompañarían sus comidas con salsa de aguacate, porque no conocen el sabor exacto que tendría la salsa y no a todas las comidas van bien con salsas. Otro porcentaje encuestado dice si combinarían sus comidas con salsa de aguacate por que el sabor es neutro y va bien en las carnes y ensaladas.

8. ¿A degustado de salsa de aguacate o guacamole?

CUADRO No.21 CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	82	22%
NO	299	78%
TOTAL	381	100%

GRÁFICO 26 CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO



Fuente: Familias de ciudad de Ibarra
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

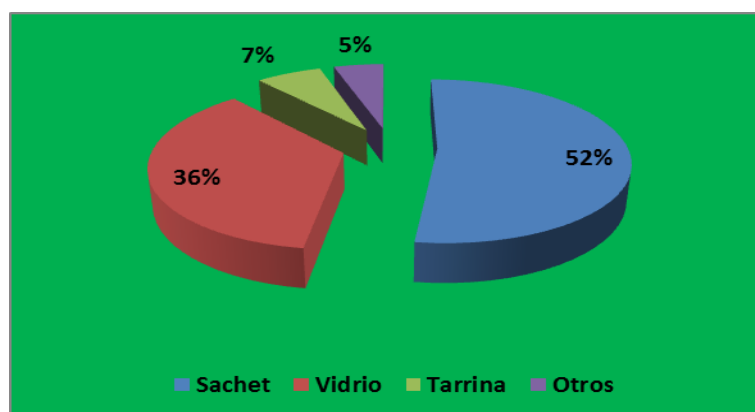
Gran parte de las familias dicen no conocer sobre la salsa de aguacate, pero aseguran que el aguacate lo han consumido en varias presentaciones como: ensaladas, cremas, guacamoles, y otras cuyo nombre desconocen. Sin embargo si existen familias que han degustado de la salsa de aguacate pues la han probado en menús un poco sofisticados e innovadores.

9. ¿En qué empaque le gustaría que venga la salsa de aguacate?

CUADRO No.21 EMPAQUE DEL PRODUCTO

ALERNATIVA	FRECUENCIA	%
Tetrapak	199	52%
Vidrio	138	36%
Tarrina	25	7%
Otros	19	5%
TOTAL	381	100%

GRÁFICO 27 EMPAQUE DEL PRODUCTO



ANÁLISIS:

Las familias dicen no tener inconvenientes en cuanto al envase del producto, lo que les interesa es la calidad, el precio y el sabor de la salsa de aguacate, es lo primordial en los consumidores. Es así que el 52% prefiere que el producto venga en empaque Tetrapak, el 36% en envase de vidrio por ser más atractivo. Se analizará la presentación del producto ya que la salsa al ser un producto con poca durabilidad es decir tendrían que ser consumido en mínimo quince días el empaque sería el que en costos represente ahorro, pues la calidad seguirá siendo excelente sin importar el empaque.

3.7. Oferta

3.7.1. Análisis de la Oferta

El estudio de la oferta se realiza con los productos sustitutivos como son la salsas que son consumidas diariamente por la población ibarreña, en concordancia a la pregunta cuatro de la encuesta se determina que la población consume anualmente 1'062.682 salsas en presentación de 250 gramos.

Para llegar a este cálculo fue necesario tomar en cuenta la frecuencia de compra multiplicada por promedio de consumo mensual y multiplicado por doce meses. Posteriormente se desagregó la muestra y se calculó con la población total.

Tabla 24 Muestra

DEMANDA	MUESTRA					
FRECUENCIA	PORCENTAJE	ALTERNATIVA	CONSUMO	SALSA MESUALES	MENSUAL	ANUAL
265	69,55%	1 a 3	2	530	12	6.360
15	3,94%	de 4 a 6	5	75	12	900
5	1,31%	7 a 8	7	35	12	420
96	25,20%	Ninguna	0	-	12	-
381	100,00%	total				
	TOTAL			640		7.680

Tabla 25 : Desegregación de la muestra con toda la población

DEMANDA	POBLACIÓN					
FRECUENCIA	PORCENTAJE	ALTERNATIVA	ALTERNATIVA	SALSA	MENSUAL	ANUAL
A	E		A	MESUALES		
36.668	69,55%	1 a 3	2	73.336	12	880.033
2.076	3,94%	2 a 3	5	10.378	12	124.533
692	1,31%	3 a 3	7	4.843	12	58.115
13.284	25,20%	Ninguna	0	-	12	-
52.719	100,00%	total				
				88.557		1.062.682

Las compras de las salsas las realizan en los supermercados más representativos de la Ciudad, como también en las tiendas y abacerías.

3.7.2. Proyección de la Oferta

Para la proyección de la oferta se utiliza la fórmula de crecimiento exponencial utilizando la variable de crecimiento económico del último año que es de 3,80 %..

Para la proyección de la oferta se empleó la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_o (1 + i)^n$$

En donde:

Q_n= consumo Futuro

Q_o= población

i= tasa de crecimiento anual promedio

n= años a proyectar

3.7.2.1. Cálculo de la oferta

Para el crecimiento de la oferta se realizó en concordancia a la variable macroeconómica del Crecimiento País. Como toda variable macro se calcula anualmente. Que para el año 2014 cerró con 3,80 %, de aumento. Consulta que se realizó en la Página web del INEC. Este criterio es válido porque entre más se mejora el poder adquisitivo de la población tiene mayores posibilidades de adquirir más productos por lo tanto es una variable relativa.

Tabla 26 Cálculo de la oferta

Año 2015		Qn=1.062.382
Año 2016	$Qn=1.062.934(1 + 0,038)$	Qn=1.103.064
Año 2017	$Qn=1.103.064(1 + 0,038)$	Qn=1.144.980
Año 2018	$Qn=1.144.980 (1 + 0,038)$	Qn= 1.188.489
Año 2019	$Qn= 1.188.489(1 + 0,038)$	Qn= 1.233.652

3.7.2.2. Proyección de la Oferta Real

Tabla 27 : Proyección de la Oferta Real

DETALLE	2015	2016	2017	2018	2019
OFERTA REAL	1.062.682	1.103.064	1.144.980	1.188.489	1.233.652
OFERTA	1.062.682	1.103.064	1.144.980	1.188.489	1.233.652

3.8. Demanda

3.8.1. Análisis de demanda

La demanda está en concordancia a la pregunta cinco de la encuesta realizada a la población de la ciudad de Ibarra, y se calcula con los mismos parámetros que se calculó la oferta.

Según el estudio realizado existe aceptación del producto, por el exquisito sabor y beneficios nutricionales que aporta para la salud.

TABLA 28 ANÁLISIS DE DEMANDA

DEMANDA	MUESTRA					
FRECUENCIA	PORCENTAJE	ALTERNATIVA	PRO ALTERNATIVA	SALSA MESUALES	MENSUAL	ANUAL
261	68,50%	1 a 3	2	522	12	6.264
89	23,36%	de 4 a 6	5	445	12	5.340
18	4,72%	7 a 8	7	126	12	1.512
13	3,41%	Ninguna	0	-	12	-
381	100,00%	total				
				1.093		13.116

TABLA 29 ANÁLISIS DE DEMANDA POBLACIÓN

DEMANDA	MUESTRA					
FRECUENCIA	PORCENTAJE	ALTERNATIVA	PRO ALTERNATIVA	SALSA MESUALES	MENSUAL	ANUAL
36.115	68,50%	1 a 3	2	72.229	12	866.750
12.315	23,36%	2 a 3	5	61.575	12	738.896
2.491	4,72%	3 a 3	7	17.435	12	209.215
1.799	3,41%	Ninguna	0	-	12	-
52.719	100,00%	total				
				151.238		1.814.861

3.8.2. Proyección de la Demanda

Para la proyección de la demanda se utiliza la misma fórmula y criterio de la oferta, para el crecimiento se toma en cuenta el 3,80 % que es el crecimiento económico registrado en el último año, consultado en la página web del INEC y Banco Central del Ecuador.

Para la proyección de la demanda se empleó la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_0 (1 + i)^n$$

En donde:

Q_n = consumo Futuro

Q_0 = población

i = tasa de crecimiento anual promedio

n = años a proyectar

TABLA 30 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Año 2015		Qn=1.814.461
Año 2016	$Q_n=1.814.461(1 + 0,038)$	Qn=1.883.826
Año 2017	$Q_n=1.883.826(1 + 0,038)$	Qn=1.955.411
Año 2018	$Q_n=1.955.411 (1 + 0,038)$	Qn= 2.029.717
Año 2019	$Q_n= 2.029.717(1 + 0,038)$	Qn= 2.106.846

TABLA 31 DEMANDA REAL

DETALLE	2015	2016	2017	2018	2019
DEMANDA REAL	1.814.861	1.883.826	1.955.411	2.029.717	2.106.846
OFERTA	1.814.861	1.883.826	1.955.411	2.029.717	2.106.846

3.8.3. Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha es el producto de la demanda real menos la oferta real. Para la proyección se utiliza los mismos parámetros.

TABLA 32 DEMANDA INSATISFECHA

DETALLE	2015	2016	2017	2018	2019
DEMANDA REAL	1.814.861	1.883.826	1.955.411	2.029.717	2.106.846
(-) OFERTA REAL	1.062.682	1.103.064	1.144.980	1.188.489	1.233.652
=DEMANDA INSATISFECHA	752.179	780.762	810.431	841.228	873.194

Existe una demanda insatisfecha sustancial que debe ser aprovechada por el proyecto en estudio, ya que existe aceptación del producto.

3.8.4. Oferta Potencial

La oferta potencial está de acuerdo con la capacidad instalada del Proyecto en estudio, por lo que se pretende abarcar el 20,60 % de la demanda insatisfecha, quedando un 80 %, para la posible competencia.

TABLA 33 OFERTA POTENCIAL

DEMANDA INSATISFECHA	752.179	780.762	810.431	841.228	873.194
OFERTA POTENCIAL	155.054	160.946	167.062	173.410	180.000
PORCENTAJE PARTICIPACIÓN	20,6%	20,6%	20,6%	20,6%	20,6%

3.9. Precio

El estudio del precio está en base a la pregunta seis de la encuesta realizada a la población, pues independientemente de la calidad los encuestados prefieren el precio más bajo que es de \$ 2,50, sin embargo en el estudio financiero se establecerá en relación a los costos y gastos incurridos, lógicamente como estrategia de precio debe ser menor al de la competencia.

Para la proyección y crecimiento de precios se toma cuenta la inflación del último año que es del 3,67 %.

TABLA 34 PRECIO DE LA SALSA DE AGUACATE

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Precio de la salsa de aguacate 250 GRS.					
Precio	1,9	1,97	2,04	2,12	2,19

3.10. Estrategias comerciales

3.10.1. Producto

La salsa de aguacate tendrá una presentación de 250 gramos, y será envasada en fundas de tetrapak, esta presentación es la más ideal para familias de tres o más personas que les guste acompañar sus comidas con salsa de aguacate.

Dentro de la visión se analizará la posibilidad de tener varias presentaciones en cuanto a cantidad, pues conociendo que el producto tiene muchos beneficios nutricionales y su sabor es exquisito, se asegura que los consumidores exigirán mayor cantidad.

3.10.2. Promoción y Publicidad

La publicidad es importante hoy en día en la sociedad si se tiene en cuenta que tanto grandes empresas como particulares promocionan sus productos o servicios a diversas cadenas de mercado.

Para promover las bondades del producto se requiere de una campaña publicitaria en la que está tomada en cuenta la creación de una página web, para la publicidad y venta del producto; se reforzará con cuñas radiales en la radio de mayor sintonía de la Ciudad y se repartirán tarjetas de presentación, hojas volantes así mismo una publicación mensual en el diario de mayor circulación de la provincia.

3.10.3. Promoción

Se entregará funditas de salsa de aguacate 10 gramos a los clientes potenciales para degustar y promocionar el producto.

3.10.4. Plaza.

Para la venta y distribución del producto a los clientes potenciales que son: tiendas, abacerías, mercados, supermercados entre otros se adquirirá un vehículo para la entrega a domicilio del producto.

El consumidor final podrá adquirir en los lugares de ventas.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico tiene como principal objetivo demostrar la viabilidad del proyecto a ejecutarse, por medio del análisis de los sectores a implantar la organización, así como también determinará la capacidad de producción, la mano de obra a utilizar y el tamaño que este proyecto tendrá.

En la parte técnica determinará todos los recursos mobiliarios que se utilizará para su ejecución, y por ende determinará las áreas necesarias que la entidad deberá contar, es decir todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y operatividad física del proyecto.

4.1. Localización Óptima del Proyecto

Para determinar la localización del proyecto, se realizó un análisis macro y micro localización por medio de la utilización de métodos cuantitativos y cualitativos, con el propósito de escoger el lugar adecuado, que contribuya a obtener mayor rentabilidad sobre la inversión; así como también que permita contribuir a la optimización y minimización de los recursos.

4.1.1. Macrolocalización

El presente proyecto está localizado en la República del Ecuador, Provincia del Carchi, específicamente en el Cantón Mira.

ILUSTRACIÓN 2 MAPA DEL CANTÓN MIRA



Fuente: Gobierno Municipal de Mira

Mira es un cantón en la provincia de Carchi en el norte del Ecuador. Tiene una población aproximada de 12.919 según el censo de 2010, con una extensión territorial de 581,69 Km² y una temperatura promedio de 16.2°C, se encuentra al sur de la misma provincia, cercana a la ciudad de Ibarra, y cercano a Salinas en Imbabura.

Es conocida como "Balcón de los Andes" y fue fundada el 18 de agosto de 1980.

Los pobladores del Cantón Mira en su mayoría viven de la agricultura, los principales productos que se cultiva son: aguacate, maíz, frejol, tomate riñón. Otra parte de la población se dedica a la ganadería, y crianza de animales menores.

4.2.2. Microlocalización

ILUSTRACIÓN 3 MICROLOCALIZACIÓN DE LA PLANTA



Elaborado por... La Autora del proyecto

La localización donde se encontrará ubicada la microempresa productora de salsa de aguacate será en la Av. León Rúaless y Calle Eugenio Espejo.

4.2.2.1. Análisis de factores del sector asignado

Para la comprobación de las ventajas de la microlocalización que otorga la ubicación del presente proyecto se empleó el método cualitativo por puntos.

Se debe tomar en cuenta que para obtener la ponderación del factor asignado, se multiplica el peso relativo asignado a cada factor por la calificación asignada.

TABLA 35 MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS

Lugar de producción de salsa de aguacate		Mira		Jijón y Caamaño		Juan Montalvo	
Factor relevante	Peso	*C	**P	C	P	C	P
MP disponible	0.30	10	3	7	2,1	8	2,4
Mano de obra	0.10	10	1	8	0,8	7	0,7
Cercanía al mercado	0.20	9	1,8	7	1,4	8	1,6
Costo de terreno	0.10	8	0,8	9	0,9	9	0,9
Factores ambientales	0.10	8	0,8	9	0,9	8	0,8
Disponibilidad de servicios básicos	0.20	9	1,8	8	1,6	7	1,4
Totales	1.00		9,2		7,7		7,8

Elaborado por: La Autora del proyecto

a) Materia prima disponible

Para el presente proyecto de salsa de aguacate en la Parroquia de Mira el abastecimiento de materia prima se realizará por medio de productores de las zonas aledañas por lo que no existe ningún problema en comparación a las Parroquias Jijón y Caamaño y Juan Montalvo donde la producción de esta materia prima es mínima al dedicarse los productores a otros cultivos.

b) Mano de obra disponible

La mano de obra que se necesita para la producción de aguacate en la Parroquia de Mira tiene mayores conocimientos al dedicarse a tiempo completo en la producción de aguacate, el cual se facilita realizar la selección de personal y escoger al personal idóneo que trabajará en la microempresa.

c) Cercanía al mercado

La parroquia urbana de Mira se encuentra más cerca de la periferia de la panamericana el que se nos facilita sacar los productos hacia la comercialización, no obstante en las otras dos Parroquias rurales donde se

encuentra más alejada a la zona de comercialización, el cual implica costos mayores por transporte del producto final.

d) Costo de terreno

En cuanto al costo del terreno en la Parroquia de Mira se encontró que el valor de m² es más alto debido al desarrollo que a tenido la Parroquia en cuanto a servicios básicos los costos de terreno son mayores en comparación a las dos parroquias rurales el cual sus costos son mínimos.

e) Factores ambientales

La planta procesadora de aguacate no afectará significativamente al ambiente ni a la población por que se elaborara un plan de manejo de ambiental de acuerdo a las disposiciones del Ministerio del Ambiente .

f) Disponibilidad de servicios básicos

La Parroquia de Mira cuenta con todos los servicios básicos tales como agua potable, luz eléctrica, servicio de telefonía convencional, alcantarillado, vías adoquinadas y asfaltadas el cual se facilita la producción y comercialización de la salsa de aguacate.

4.3. Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto de la nueva microempresa productora y comercializadora de salsa de aguacate, se tomó en consideración ciertos factores importantes dentro del desarrollo de estudio de factibilidad.

4.3.1. Factores que definen el tamaño del Proyecto

- **Mercado:** La demanda del producto a comercializarse, presenta una alternativa muy viable para la creación de la microempresa, su mercado es atractivo, así lo demostraron los resultados obtenidos en base a las

encuestas aplicadas al sector consumista, lo que evidencia que el producto es aceptado en este mercado.

- **Disponibilidad de Recursos Financieros:** Para poder crear el negocio se necesita de recursos financieros, la microempresa se encuentra dentro de los parámetros aceptables para poder realizar créditos financieros, ya que la inversión total se lo realizará una parte por recursos propios y otra mediante créditos bancarios.

- **Disponibilidad de Mano de Obra:** En lo referente a la mano de obra, el estudio determina que para el desarrollo correcto de sus actividades empresariales, es necesario contratar personal especializado en el área productiva, administrativa y financiera, los mismos que serán capacitados constantemente.

- **Disponibilidad de Materia Prima:** En cuanto a la materia prima, en este caso el aguacate, la microempresa cuenta con la suficiente cantidad del producto de la más alta calidad, con la finalidad de abastecer del producto a todos los sectores que lo requieran.

Los principales proveedores de la materia prima se encuentran ubicados en el cantón Mira, convirtiéndose en una ventaja favorable para la microempresa en cuanto a la reducción de costos, tiempos y distancia de transporte.

- **Infraestructura:** Para el inicio de las actividades comerciales es necesario contar con una infraestructura adecuada a todos los requerimientos que el caso lo amerita, en donde la microempresa productora y comercializadora contará con el área de producción en donde será elaborado y procesado el producto, el área de comercialización en donde se preparará el producto para ser distribuido, y finalmente el área

administrativa- financiera en donde se llevara a cabo todo el proceso contable y manejo de recursos de la misma.

- **Vías de acceso:** El sector en donde se encuentra ubicada la microempresa, cuenta con vías de acceso de muy buen estado las mismas que facilitarán el transporte de la mercancía.

4.3.2. Capacidad de la planta

Para la capacidad de la planta se consideró los siguientes aspectos:

TABLA 36 CAPACIDAD DE LA PLANTA

	Producto	Salsa de aguacate
	Unidad	
Capacidad de la planta	Unidades/año	180000
	unidades/	3750
	Unidades/día	750
	Unidades/hora	67

$$\text{Capacidad}_{\text{planta}} = \frac{\text{unidades/año}}{\text{N}^{\circ}\text{horas} \times \text{N}^{\circ}\text{días} \times \text{N}^{\circ}\text{semanas}}$$

Datos:

Cantidad producida: 180.000 unidades/año

N° horas trabajo: 8 h

N° días trabajo: 5 días

N° semanas trabajo: 48 semanas

$$\text{Capacidad}_{\text{planta}} = \frac{180.000 \text{ unidades/año}}{8 \text{ h} \times 7 \text{ días} \times 48 \text{ semanas}}$$

$$\text{Capacidad}_{\text{planta}} = 67 \text{ Unidades en productos terminados/h}$$

La producción de la salsa de aguacate esta determinado en un periodo de 8 horas de trabajo en un horario de 7h 30am a 16h 30 pm, en jornada de lunes a viernes el cuál da una producción diaria de 750 unidades diarias en empaques de 250 g.

4.3.3. Distribución de las instalaciones de la planta.

La microempresa contará con todas sus áreas operacionales para desarrollar sus actividades de manera ordenada y eficiente contando con todas la seguridades que la empresa pueda brindar a sus trabajadores.

A continuación se detalla la distribución de todas sus áreas tanto la parte operativa como administrativa de la entidad.

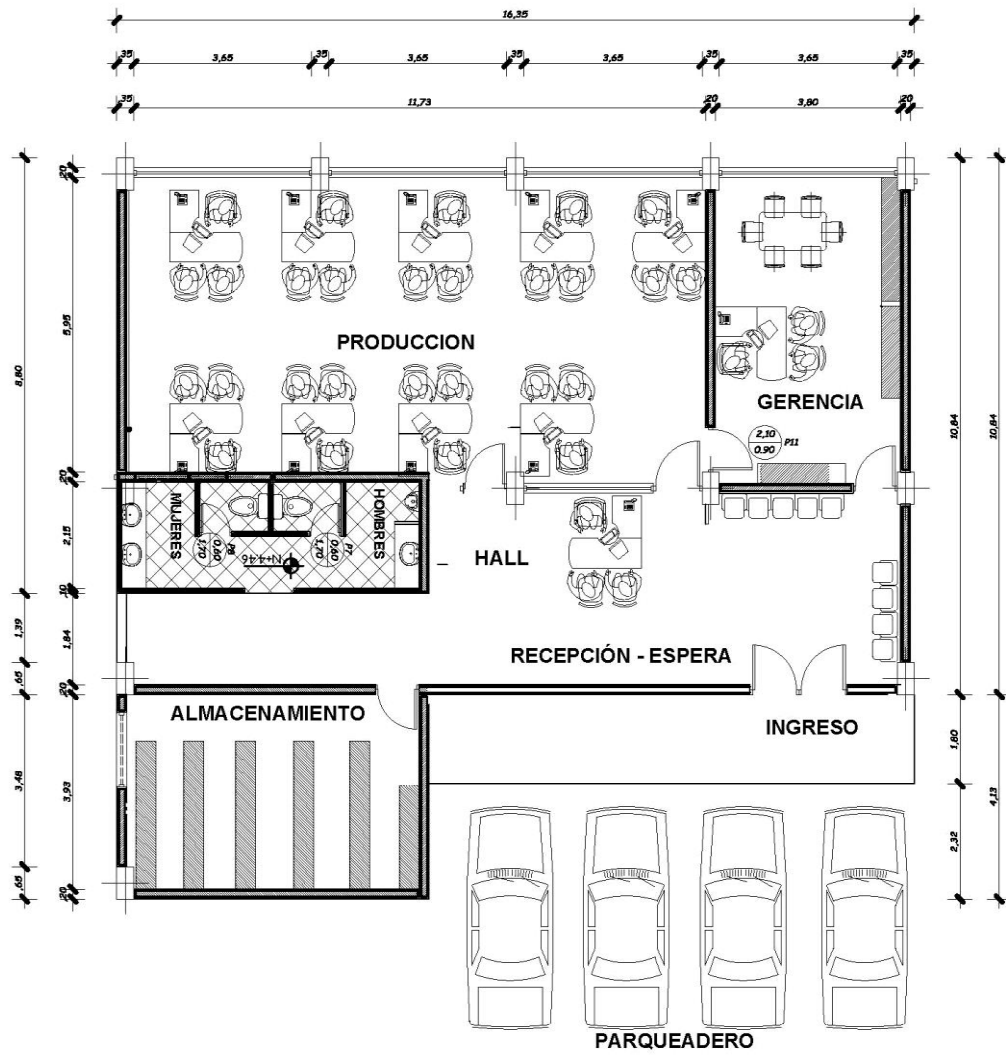
TABLA 37 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA POR ÁREAS

		Área	
Terreno 200 m2	Construcción 120 m2	Área administrativa	
		Gerencia	8
		Contabilidad	6
		Compras y ventas	8
		Sala de espera	8
		Sanitario	2
		Total	32
		Área de producción	
		Recepción	8
		Selección y clasificación	6
		Lavado	6
		Control de calidad	10
		Despulpado	8
		Homogenización	8
	Enpaque	12	
	Cuartos de congelación	10	
	Bodega de	10	
	Vestidor	6	
	Baño	4	
	Total	88	
	Patios 80 m2	Zona de vehículos para recepción e ingreso	40
		Zona de vehículos de despacho y salida	40
		Total	80

Elaborado por: La autora

4.3.4. Diseño de las instalaciones

ILUSTRACIÓN 4 DISEÑO DE LAS INSTALACIONES



PLANTA A BAJA

ESCALA 1 _____ 100

Elaborado por: Arquitecta

4.4. Proceso de producción

Para la elaboración de la salsa de aguacate se debe considerar que la materia prima se encuentre en buen estado, que sea de calidad para poder procesar.

De acuerdo a las investigaciones realizadas a expertos en el tema sobre el proceso de producción de la salsa, se lo establece a continuación detalladamente.

4.4.1. Descripción del proceso de Producción de Salsa de Aguacate.

Recepción. Una vez que la fruta ha llegado al lugar indicado, en este caso a la microempresa productora de salsa de aguacate, este producto es colocado en gavetas para luego ser embodegado.

Pesado. La materia prima que ingresa a la planta de producción se procede a pesar mediante una báscula de capacidad de 300kg para facilitar a pago de proveedores y saber que cantidad de materia prima que ingresa a la producción

Selección y clasificación. En esta área se seleccionará la materia prima adecuada para poder procesarla, en donde se hará control de calidad el cual me permita conocer el buen o mal estado de la fruta, su madurez, el tamaño; entre otros para obtener un producto final de calidad.

Desinfección. Una vez terminado el proceso de selección, el producto pasará a un proceso de desinfección mediante una solución de hipoclorito de sodio al 5%, para poder eliminar agentes patógenos y restos de plaga que contenga la fruta.

Pelado y Cortado. Es aquí en donde la fruta es desprendida de su corteza, para luego ser cortada en forma longitudinal, todo esto se lo realizará manualmente con un cuchillo.

Inmersión. Una vez que haya sido rebanado, el producto será sometido a un proceso inmersión en una solución de ácido cítrico, lo cual evitará la decoloración de la pulpa.

Troceado. Aquí la pulpa será cortada en dimensiones más finas de por lo menos en un espesor de 1cm, con el propósito de mejorar el proceso de escaldado.

Escaldado. Es aquí en donde se sumerge la pulpa de la fruta a altas temperaturas durante 30 segundos para obtener una consistencia más blanda y evitar pérdida de nutrientes y vitaminas, la misma que será la apropiada para realizar la salsa de aguacate, así como también reducirá la presencia de microorganismos, reafirmará su color, e inactivara a las enzimas para evitar el pardeamiento del aguacate.

Enfriado. El fruto recolectado es llevado a una tina de enfriamiento, para ser sumergida en una solución de salmuera, la cual reducirá su temperatura rápidamente y así evitar la sobre cocción de la pulpa.

Escurrido. La pulpa de fruta será extraída del área de refrigeración para proceder a escurrirla lo más posible, este proceso tardará de 2 a 3 minutos.

Molienda. Seguidamente es aquí en donde el producto es sometido a una máquina molinera para que la pulpa sea más fina, esta operación deberá ser lo más rápido posible para que la pulpa no pierdas sus enzimas y no pueda provocar una oxidación acelerada.

Mezclado. Se empieza con el proceso de mezclado de la pulpa hasta adquirir una pasta consistente, esta operación dura de 8 a 10 minutos, también serán agregados todos los insumos para dar un sabor característico de la salsa de aguacate, obteniendo un producto homogenizado.

Envasado. El producto final es envasado en presentaciones de 100gr, en donde se adhieren las etiquetas nutricionales, el logotipo del producto, y el registro sanitario

Almacenamiento. Finalmente el producto es almacenado en cuartos fríos de temperatura a 4°C, para ser trasladado oportunamente a su sitio de expendio, cabe recalcar que el transporte también contará con equipo de refrigeración para preservar el producto.

4.4.2. Diagrama de bloque del proceso productivo de la salsa de aguacate

ILUSTRACIÓN 5 FLUJOGRAMA DE PROCESOS



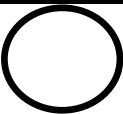
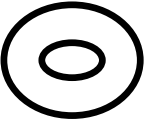




Fuente: SAPAG, CH. Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyectos.
Elaborado por: La autora

4.4.3. Flujograma de operaciones

Estos tipos de flujogramas sirven para especificar las diferentes actividades en forma secuencial y con asignación de tiempos para poder controlar su requerimiento.

TABLA 38 SIMBOLOGÍA

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Almacenamiento
	Inspección
	Operación simple
	Operación doble
	Proceso
	Transporte

Elaborado por: La autora

TABLA 39 DIAGRAMA DEL PROCESO

SIMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
	Recepción de la Materia Prima.	15 minutos
	Selección	60 minutos
	Desinfección.	30 minutos
	Pelado/cortado	60 minutos
	Inmersión	15 minutos
	Troceado	30 minutos
	Escaldado	30 minutos
	Enfriado	60 minutos
	Ecurrido	30 minutos
	Molienda	30 minutos
	Mezclado	30 minutos
	Envasado y Etiquetado	30 minutos
	Almacenado	60 minutos
TOTALTIEMPO DESTINADO		8 HORAS

Elaborado por: La autora

4.5. Inversiones

El presupuesto de inversiones corresponden a dos rubros que son: Propiedad Planta y equipo correspondientes a los activos fijos depreciables e inversion variable que es el Capital de Trabajo.

Las inversiones del proyecto son:

4.5.2. Inversión Fija

Correspondiente a los activos fijos depreciables divididos en inversiones de la área administrativa, ventas y producción.

4.5.3. Inversiones Área Administrativa

Esta área requiere los siguientes activos para el normal desenvolvimiento administrativo y de control interno:

Terreno

El área donde se construirá la microempresa es de 200 m²

TABLA 40 TERRENO

DETALLE	TERRENO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	TERRENO 200 M2	10.000,00	10.000,00
	TOTAL	10.000,00	10.000,00

Fuente: Avalúos y Catastros Municipio de Mira

Elaborado por: La autora

Infraestructura

Para el efectuar las actividades, es importante realizar inversiones para construir las instalaciones.

Tabla 41 INFRAESTRUCTURA

DETALLE	EDIFICIO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	EDIFICIO 120 METROS	24.000,00	24.000,00
	TOTAL	24.000,00	24.000,00

Fuente: Arquitecta

Elaborado por: La autora

TABLA 42 BIENES MUEBLES Y ENSERES

CANTIDAD	MUEBLES DE OFICINA	CTO UNITARIO	CTO TOTAL
2	ESTACIÓN DE TRABAJO	236,61	473,22
2	SILLONES GIRATORIOS	77,68	155,36
6	SILLA NORMALES	41,96	251,76
2	ARCHIVADORES AÉREOS	98,00	196,00
TOTAL			1.076,34

Elaborado por: La autor

TABLA 43 EQUIPOS DE OFICINA

CANTIDAD	EQUIPOS DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	CLACULADORA	120,00	120,00
1	EXTENSIÓN TELEFÓNICA	61,43	61,43
TOTAL			181,43

Elaborado por: La autora

TABLA 44 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE

CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
2	COMPUTADORA	495,02	990,04
2	FLASH MEMORY 8 GB	5,60	11,20
1	IMPRESORA MATRICIAL	240,00	240,00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIÓN A COLORES	246,00	246,00
TOTAL			1.487,24

Elaborado por: La autora

4.5.4. Inversiones área de ventas

Las inversiones que se necesitan para el área de ventas se indican en el siguiente detalle:

TABLA 45 MUEBLES DE OFICINA

CANTIDAD	MUEBLES DE OFICINA	CTO UNITARIO	CTO TOTAL
1	ESTACIÓN DE TRABAJO	120,00	120,00
1	SILLON GIRATORIO	75,00	75,00
2	SILLAS NORMALES	50,00	100,00
1	Letrero 3 x 2	240,00	240,00
1	ARCHIVADOR DE 1,80 X 0,60 CM	130,00	130,00
TOTAL			665,00

Elaborado por: La autora

TABLA 46 EQUIPOS DE OFICINA

CANTIDAD	EQUIPOS DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	SUMADORA	120,00	120,00
1	EXTENSIÓN TELEFÓNICA	61,43	61,43
TOTAL			181,43

Elaborado por: La autora

TABLA 47 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE

CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	COMPUTADORA	495,02	495,02
2	FLASH MEMORY 8 GB	5,60	11,20
1	IMPRESORA MULTIFUNCIÓN A COLORES	246,00	246,00
TOTAL			752,22

Elaborado por: La autora

TABLA 48 VEHÍCULO

CANTIDAD	VEHÍCULO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Camión pequeño Hyundai	17.025,68	17.025,68
TOTAL			17.025,68

Elaborado por: La autora

4.5.5. Inversión Área de Producción

Esta área encargada de la transformación de la materia prima en productos elaborados requiere los siguientes activos:

TABLA 49 MUEBLES DE OFICINA

CANTIDAD	MUEBLES DE OFICINA	CTO UNITARIO	CTO TOTAL
1	MESA	60,00	60,00
6	SILLA	41,96	251,76
1	ARCHIVADOR METÁLICO	120,00	120,00
3	MESA INDUSTRIALES	500,00	1.500,00
2	ESTANTERIAS	120,00	240,00
TOTAL			431,76

Elaborado por: La autora

Maquinaria y Equipo

La maquinaria y equipo a adquirirse para la producción de salsa de aguacate se detalla a continuación:

TABLA 50 MAQUINARIA Y EQUIPO

CANTIDAD	MAQUINARIA Y EQUIPO	CTO UNITARIO	CTO TOTAL
2	LICUADOR INDUSTRIAL	520,00	1.040,00
1	DESPULPADORA	2.200,00	2.200,00
1	MEZCLADORA DOBLE EJE	1.328,24	1.328,24
2	BALANZA ELECTRÓNICA	130,00	260,00
1	EMPACADORA AUTOMÁTICA	3.100,00	3.100,00
1	MÁQUINA DE ETIQUETAS	250,00	250,00
1	GENERADOR ELÉCTRICO	1.500,00	1.500,00
1	TINA ACERO INOXIDABLE	280,00	280,00
4	OLLAS INDUSTRIALES	120,00	480,00
1	MESA METÁLICA	60,00	60,00
6	SILLA METÁLICAS	41,96	251,76
1	ARCHIVADOR METÁLICO	120,00	120,00
3	MESA INDUSTRIALES	500,00	1.500,00
2	ESTANTERIAS	120,00	240,00
1	BATIDORA INDUSTRIAL	1.300,00	1.300,00
1	ENFRIADOR	420,00	420,00
TOTAL			14.330,00

Fuente: Almacén Import

Elaborado por: La autora

Equipo de Producción

Para la integridad del talento humano y permiso de los bomberos es necesario contar con equipos de seguridad de acuerdo al siguiente cuadro:

TABLA 51 EQUIPOS DE SEGURIDAD

CANTIDAD	EQUIPOS DE SEGURIDAD	v. Unitario	v. total
2	Extintor	120,00	240,00
1	Alarma	164,00	164,00
1	Equipo con 10 metros manguera	125,00	125,00
5	Señalética	25,00	125,00
Total Equipos de seguridad Operativos			654,00

4.5.5.1. Resumen de Propiedad Planta y Equipo

Las inversiones fijas que se necesitan para poner en marcha el proyecto de fabricación de salsa de tomate es:

TABLA 52 RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS

RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS			
NRO.	DESCRIPCION		v. total
INVERSIONES ÁREA ADMINISTRATIVA			
1	TERRENO		10.000,00
2	EDIFICIO		24.000,00
3	MUEBLES DE OFICINA		1.076,34
4	EQUIPOS DE OFICINA		181,43
5	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE		1.487,24
	subtotal		36.745,01
INVERSIONES ÁREA VENTAS			
1	MUEBLES DE OFICINA		665,00
2	EQUIPOS DE OFICINA		181,43
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE		752,22
4	VEHÍCULO		17.025,68
	Subtotal Ventas		18.624,33
INVERSIONES OPERATIVAS			
1	MAQUINARIA Y EQUIPO		14.330,00
2	EQUIPOS DE SEGURIDAD		654,00
	Subtotal		14.984,00
	INVERSIONES		70.353,34

4.6. Capital de Trabajo

El capital de trabajo esta presupuesto para un mes, corresponde al dinero en efectivo, que se necesita para cubrir los costos y gastos del proyecto hasta que adquiera independencia operativa.

El capital de trabajo es el fondo rotativo que se requiere para cumplir con todas las obligaciones financieras como pago de nómina, impuestos, amortización bancaria, fondos terceros, proveedores, mientras se realizan las primeras ventas. Pues este fondo se mantiene con las ventas.

El capital de trabajo se calcula de los presupuestos de costos y gastos anual dividido para seis, lo que significa que el capital de trabajo está dividido, para dos meses.

TABLA 53 CAPITAL DE TRABAJO

RESUMEN DE INVERSIONES VARIABLES		CANTIDAD
	CAPITAL DE TRABAJO	TOTAL
1	Proyección Costos Producción	34.331,65
2	Proyección Gastos Administrativos	3.104,11
3	Proyección Gastos Ventas	1.488,97
4	Proyección Gastos Financieros	1.169,05
	<i>total Capital Trabajo</i>	40.093,77

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

4.7. Inversión Total

La inversión total del proyecto está compuesta de: activos fijos que es inversión fija y capital de trabajo que de acuerdo al siguiente detalle:

TABLA 54 RESUMEN DE INVERSIONES

RESUMEN DE INVERSIONES			
NRO.	DESCRIPCION		v. total
	INVERSIONES ADMINISTRATIVAS		
1	TERRENO		10.000,00
2	EDIFICIO		24.000,00
3	MUEBLES DE OFICINA		1.076,34
4	EQUIPOS DE OFICINA		181,43
5	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE		1.487,24
	subtotal		36.745,01
	INVERSIONES VENTAS		
1	MUEBLES DE OFICINA		665,00
2	EQUIPOS DE OFICINA		181,43
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE		752,22
4	VEHÍCULO		17.025,68
	Subtotal Ventas		18.624,33
	INVERSIONES OPERATIVAS		
1	MAQUINARIA Y EQUIPO		14.330,00
2	EQUIPOS DE SEGURIDAD		654,00
	Subtotal		14.984,00
	TOTAL		70.353,34
	CAPITAL DE TRABAJO		40.093,77
	INVERSIONES		110.447,11

Elaborado por: La autora

CUADRO No. 54 INVERSIÓN TOTAL

DETALLE DEL CAPITAL		
DESCRIPCION	VALOR	%
Capital Propio	60.447,11	54,73
Préstamo	50.000,00	45,27
TOTAL	110.447,11	100,00

Elaborado por: La autora

4.8. Financiamiento del Proyecto

Para la implementación del proyecto se necesita una inversión inicial que asciende a 110.447,11 dólares, de los cuales 60.447,11 será de origen propio, y el financiado será de 50.000 dólares, el cual se lo obtendrá a través de la Corporación Financiera Nacional.

Tabla 55 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

CUADRO DE INVERSIONES		
DESCRIPCION		
1	Inversión Variable	40.093,77
2	Inversión Fija	70.353,34
	TOTAL	110.447,11

Elaborado por: La autora

4.9. Requerimiento de Talento Humano

La microempresa contará con el siguiente talento humano distribuido en áreas para la producción, administración y distribución del producto:

TABLA 56 REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO

CANTIDAD	PERSONAL	CODIGO MRL/IESS	SALARIO BASICO UNIFICADO 2013
	Área Administrativa		
1	Administrador Gerencial	1918200000101	650,00
1	Contador	1910000000012	368,20
	Área de Ventas		
1	Vendedor	1930000000020	363,27
	Mano de Obra Directa		
1	Jefe de producción	504154910001	371,95
3	Operarios	504152001089	367,70

Elaborado por: La autora

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

5.1. Determinación de ingresos proyectados

El presupuesto de ingresos está dado por la producción y comercialización de salsa de aguacate en fundas plásticas de 250 gramos. Para la proyección en años futuros se toma en cuenta un crecimiento del 3,80 % en concordancia al crecimiento económico del país en el último año, y para el aumento de precios se toma en cuenta el 3,67 % de la inflación de acuerdo al año anterior, estas variables fueron consultadas en las páginas WEB, del INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos y del Banco Central del Ecuador.

TABLA 57 PRESUPUESTO DE INGRESOS

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Cantidad de Salsa de aguacate 250 GRS.	155.054	160.946	167.062	173.410	180.000
Precio	1,9	1,97	2,04	2,12	2,19
TOTAL	294.603	317.020	341.144	367.103	395.038

5.2. Determinación de egresos proyectados

Para el crecimiento de la cantidad se realizó en concordancia a la variable macroeconómica del Crecimiento País. Como toda variable macro se calcula anualmente. Que para el año 2014 cerró con 3,80 %, de aumento. Consulta que se realizó en la Página web del INEC. Este criterio es válido porque entre más se mejora el poder adquisitivo de la población tiene mayores posibilidades de adquirir más productos por lo tanto es una variable relativa.

5.2.1. Costos de producción

Los rubros que componen los costos de Producción son: Materia Prima, Mano de Obra Directa, Costos Indirectos de Fabricación que son recuperables cuando se vende el producto.

5.2.1.1. Materia Prima Directa

La materia prima es el principal elemento de la producción porque se la transforma en productos terminados o semi elaborados para el crecimiento se toman los mismos parámetros que de las ventas, 3,80 crecimientos y 3,67 de aumento de los precios.

TABLA 58 MATERIA PRIMA DIRECTA

Materia Prima Directa					
AÑOS RUBROS	2015	2016	2017	2018	2019
Aguacates					
Cantidad Unidad	34.456	35.766	37.125	38.536	40.000
Precio	0,50	0,52	0,54	0,56	0,58
Total	17.228,23	18.539,20	19.949,94	21.468,02	23.101,62

5.2.1.2. Mano de Obra Directa

La mano de obra directa son los obreros que se dedican a la elaboración de los productos para lo cual se requiere que perciban una remuneración mensual unificada, más los componentes que por ley le corresponden como Décimo Tercer Sueldo, Décimo Cuarto Sueldo, Aporte Patronal, Fondos de Reserva, Vacaciones, para lo cual tendrá un crecimiento del 8,20 %, que es el resultado de los cinco últimos año decretados por el Gobierno Nacional.

En esta Área, laborarán un Jefe de Producción, y tres operarios.

TABLA 59 MANO DE OBRA DIRECTA

Mano de Obra Directa					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	2015	2016	2017	2018	2019
Jefe de producción	371,95	402,45	435,45	471,16	509,79
Operario 1	367,70	397,85	430,48	465,77	503,97
Operario 2	367,70	397,85	430,48	465,77	503,97
Operario 3	367,70	397,85	430,48	465,77	503,97
MENSUAL	1.475,05	1.596,00	1.726,88	1.868,48	2.021,70
ANUAL	17.700,60	19.152,05	20.722,52	22.421,76	24.260,35
COMPONENTES SALARIALES					
DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Salario Básico Unificado	17.700,60	19.152,05	20.722,52	22.421,76	24.260,35
Vacaciones	737,53	798,00	863,44	934,24	1.010,85
Aporte Patronal	2.150,62	2.326,97	2.517,79	2.724,24	2.947,63
Fondos de Reserva	-	1.595,37	1.726,19	1.867,73	2.020,89
Décimo Tercero	1.475,05	1.596,00	1.726,88	1.868,48	2.021,70
Décimo Cuarto	1.416,00	1.532,11	1.657,75	1.793,68	1.940,76
total	23.479,80	27.000,51	29.214,55	31.610,14	34.202,17

TABLA 60 CRECIMIENTO HISTÓRICO DE LOS SALARIOS

AÑO	CRECIMIENTO HISTÓRICO DE LOS SALARIOS	$i = \frac{Q_n}{Q_o} - 1$
2010	240	
2011	264	0,10
2012	292	0,11
2013	318	0,09
2014	340	0,07
2015	354	0,04
SUBTOTAL		0,41
TOTAL		$\sum i = 0,082$

La tasa promedio representa el $0.082 = 8.20 \%$

$$\sum i = 0.42$$

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0.42}{5} = 0.082 (i)$$

$$n = 5$$

5.2.1.3. Costos Indirectos de Fabricación

Los Costos Indirectos de Fabricación es el complemento para transformar la materia prima en productos terminados y semi elaborados. Para el crecimiento se toma en cuenta el 3,80 % de crecimiento del país y 3,67% en aumento de precios en concordancia a la inflación.

TABLA 61 INSUMOS E INGREDIENTES

Insumos e ingredientes					
AÑOS					
RUBROS	2015	2016	2017	2018	2019
LIMONES					
Cantidad unidad	310.108	321.892	334.124	346.821	360.000
Precio	0,10	0,10	0,11	0,11	0,12
Total	31.010,81	33.370,56	35.909,88	38.642,43	41.582,91
Ají					
Cantidad Unidad	155054	160.744,52	166.643,85	172.759,68	179.099,96
Precio	0,05	0,05	0,05	0,06	0,06
Total	7.752,70	8.332,19	8.955,00	9.624,36	10.343,75
Culantro					
Cantidad Porción	77527	80372	83322	86380	89550
Precio	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29
Total	19.381,76	20.830,48	22.387,49	24.060,89	25.859,37
Ajos					
Cantidad Porción	77527	80372	83322	86380	89550
Precio	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29
Total	19.381,76	20.830,48	22.387,49	24.060,89	25.859,37
Aceite de Oliva					
Cantidad litro	388	402	417	432	448
Precio	2,50	2,59	2,69	2,79	2,89
Total	969,09	1.041,52	1.119,37	1.203,04	1.292,97
SAL					
Cantidad Kilos	775	804	833	864	895
Precio	1,50	1,56	1,61	1,67	1,73
Total	1.162,91	1.249,83	1.343,25	1.443,65	1.551,56
Comino					
Cantidad Kilos	388	402	417	432	448
Precio	1,25	1,30	1,34	1,39	1,44
Total	484,54	520,76	559,69	601,52	646,48
Persevantes					
Cantidad litros	2	2	2	2	2
Precio	25,00	25,92	26,87	27,85	28,88
Total	50,00	53,74	57,75	62,07	66,71
Empaques					
Cantidad unidad	155.054	160.946	167.062	173.410	180.000
Precio	0,15	0,16	0,16	0,17	0,17
Total	23.258,11	25.027,92	26.932,41	28.981,82	31.187,18
ANUAL	103.451,66	111.257,49	119.652,35	128.680,68	138.390,30

TABLA 62 UTENSILIOS DE COCINA

Utensilios de cocina					
AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019
RUBROS					
Cuchillos					
Cantidad Unidad	5	5	5	5	5
Precio	15,00	15,55	16,12	16,71	17,33
TOTAL	75,00	77,75	80,61	83,56	86,63
Cubetas plásticas					
Cantidad Unidad	15				
Precio	10,00				
TOTAL	150,00				
Balde plástico					
Cantidad Unidad	3				
Precio	55,00				
TOTAL	165,00				
Colador de aluminio					
Cantidad Unidad	4				
Precio	42,00				
TOTAL	168,00				
Cucharones					
Cantidad Unidad	5	5	5	5	5
Precio	10,00	10,37	10,75	11,14	11,55
Valor mensual	50,00	51,84	53,74	55,71	57,75
TOTAL	293,00	129,59	134,34	139,27	144,39

TABLA 63 SERVICIOS BÁSICOS DE PRODUCCIÓN

Servicios Básicos de Producción					
AÑOS					
RUBROS	2015	2016	2017	2018	2019
Agua Potable					
Cantidad (m3)	10,00	10,38	10,77	11,18	11,61
Precio	0,12	0,12	0,13	0,13	0,14
Valor mensual	1,20	1,29	1,39	1,50	1,61
ANUAL	14,40	15,50	16,67	17,94	19,31
Energía Electrica					
Cantidad (KW)	500	518,35	537,37	557,10	577,54
Precio	0,120	0,12	0,13	0,13	0,14
Valor mensual	60,00	64,48	69,30	74,49	80,05
ANUAL	720,00	773,82	831,66	893,82	960,63
Teléfono					
Cantidad (minutos)	200	207,34	214,95	222,84	231,02
Precio	0,06	0,06	0,06	0,07	0,07
Valor mensual	12,00	12,90	13,86	14,90	16,01
ANUAL	144,00	154,76	166,33	178,76	192,13
Internet					
Valor (plan) mensual	10,00	10,37	10,75	11,14	11,55
ANUAL	120,00	124,40	128,97	133,70	138,61
TOTAL	998,40	1.068,48	1.143,63	1.224,23	1.310,68

TABLA 64 MATERIALES DE PROTECCIÓN

Materiales de protección					
AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019
RUBROS	2015	2016	2017	2018	2019
Mandiles					
Cantidad	6		6		
Cantidad	20,00		21,08		
Total	120,00	-	126,48	-	-
Botas					
Cantidad	6,00		6,00		
Precio	10,00		10,54		
Total	60,00	-	63,24		
Gorros					
Cantidad	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Precio	5,00	5,18	5,37	5,57	5,78
Total	30,00	31,10	32,24		
Guantes					
Cantidad	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Precio	5,00	5,18	5,37	5,57	5,78
Total	30,00	31,10	32,24	33,43	34,65
Total	240,00	62,20	254,20	33,43	34,65

TABLA 65 RESUMEN DE COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

Resumen de Costos Indirectos de Producción						
DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019	
1 Utensilios de cocina	293,00	129,59	134,34	139,27	144,39	
2 Insumos e ingredientes	103.451,66	111.257,49	119.652,35	128.680,68	138.390,30	
3 Servicios Básicos operativos	998,40	1.068,48	1.143,63	1.224,23	1.310,68	
4 Materiales de protección	240,00	62,20	254,20	33,43	34,65	
Total	104.983,06	112.517,76	121.184,53	130.077,62	139.880,02	

TABLA 66 PROYECCIÓN COSTOS PRODUCCIÓN

Proyección Costos Producción					
DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
Materia Prima Directa	77.527,02	83.426,41	89.774,71	96.606,08	103.957,28
Mano de Obra Operativa	23.479,80	27.000,51	29.214,55	31.610,14	34.202,17
Costos Indirectos Operativos	104.983,06	112.517,76	121.184,53	130.077,62	139.880,02
TOTAL	205.989,88	222.944,68	240.173,79	258.293,84	278.039,47

5.2.2. Gastos administrativos

Los gastos administrativos no son recuperables y son de apoyo para la administración de la empresa.

5.2.2.1. Remuneraciones Administrativas

Dentro del área administrativa laborarán un Administrador Gerencial y contador que se encargarán de la administración y ejecución presupuestaria, los mismos que percibirán una remuneración mensual unificada más los componentes salariales.

TABLA 67 REMUNERACIONES ADMINISTRATIVAS

Remuneraciones Administrativas					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	2015	2016	2017	2018	2019
Administrador Gerencial	650,00	703,30	760,97	823,37	890,89
Contador	368,20	398,39	431,06	466,41	504,65
MENSUAL	1.018,20	1.101,69	1.192,03	1.289,78	1.395,54
ANUAL	12.218,40	13.220,31	14.304,37	15.477,33	16.746,47
COMPONENTES SALARIALES					
DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Salario Básico Unificado	12.218,40	13.220,31	14.304,37	15.477,33	16.746,47
Vacaciones	509,10	550,85	596,02	644,89	697,77
Aporte Patronal	1.484,54	1.606,27	1.737,98	1.880,50	2.034,70
Fondos de Reserva	-	1.101,25	1.191,55	1.289,26	1.394,98
Décimo Tercero	1.018,20	1.101,69	1.192,03	1.289,78	1.395,54
Décimo Cuarto	708,00	766,06	828,87	896,84	970,38
Total	15.938,24	18.346,42	19.850,83	21.478,60	23.239,84

fuelle : MRL 2015

5.2.2.2. Gastos Generales Administrativos

Para el cálculo de los gastos administrativos se considera para el crecimiento el 3,80 % y para el aumento de precios el 3,67 %. Dentro de este rubro se consideran, los servicios básicos, Materiales de Oficina, Materiales de Aseo, Gastos de Constitución.

TABLA 68 SERVICIOS BÁSICOS ADMINISTRATIVOS

Servicios Básicos Administrativos						
AÑOS	RUBROS	2015	2016	2017	2018	2019
	Agua Potable					
	Cantidad (m3)	5,00	5,19	5,39	5,59	5,80
	Precio	0,12	0,12	0,13	0,13	0,14
	Valor mensual	0,60	0,65	0,69	0,75	0,80
	ANUAL	7,20	7,75	8,34	8,97	9,65
	Energía Electrica					
	Cantidad (KW)	100	103,67	107,47	111,42	115,51
	Precio	0,120	0,12	0,13	0,13	0,14
	Valor mensual	12,00	12,90	13,86	14,90	16,01
	ANUAL	144,00	154,76	166,33	178,76	192,13
	Teléfono					
	Cantidad (minutos)	100	103,67	107,47	111,42	115,51
	Precio	0,06	0,06	0,06	0,07	0,07
	Valor mensual	6,00	6,45	6,93	7,45	8,01
	ANUAL	72,00	77,38	83,17	89,38	96,06
	Internet					
	Valor (plan) mensual	10,00	10,37	10,75	11,14	11,55
	ANUAL	120,00	124,40	128,97	133,70	138,61
	TOTAL	343,20	364,30	386,80	410,82	436,45

TABLA 69 MATERIALES DE OFICINA

Materiales de oficina					
AÑOS					
RUBROS	2015	2016	2017	2018	2019
Carpetas archivadoras					
Cantidad	12	12	12	12	12
Precio	1,50	1,56	1,61	1,67	1,73
Valor	18,00	18,66	19,35	20,06	20,79
Carpetas plásticas					
Cantidad	20	20	20	20	20
Precio	0,50	0,52	0,54	0,56	0,58
Valor	10,00	10,37	10,75	11,14	11,55
Tableros					
Cantidad	2	2	2	2	2
Precio	2,00	2,07	2,15	2,23	2,31
Valor	4,00	4,15	4,30	4,46	4,62
Basureros					
Cantidad	4	4	4	4	4
Precio	10,00	10,37	10,75	11,14	11,55
Valor	40,00	41,47	42,99	44,57	46,20
Bolígrafos					
Cantidad	24	24	24	24	24
Precio	0,30	0,31	0,32	0,33	0,35
Valor	7,20	7,46	7,74	8,02	8,32
Papel Bond					
Cantidad (resmas)	6	6	6	6	6
Precio	4,50	4,67	4,84	5,01	5,20
Valor	27,00	27,99	29,02	30,08	31,19
Grapadora					
Cantidad	4	4	4	4	4
Precio	6,00	6,22	6,45	6,69	6,93
Valor	24,00	24,88	25,79	26,74	27,72
Perforadora					
Cantidad	4	4	4	4	4
Precio	6,00	6,22	6,45	6,69	6,93
Valor	24,00	24,88	25,79	26,74	27,72
Agendas					
Cantidad	4	4	4	4	4
Precio	6,00	6,22	6,45	6,69	6,93
Valor	24,00	24,88	25,79	26,74	27,72
TOTAL	178,20	184,74	191,52	198,55	205,84

TABLA 70 MATERIALES DE ASEO

Materiales de aseo					
DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
1 Escobas					
Cantidad	6	6	6	6	6
Valor Unitario	3,00	3,11	3,22	3,34	3,47
Valor anual	18,00	18,66	19,35	20,06	20,79
2 Detergente					
Cantidad grande	12	12	12	12	12
Valor Unitario	6,50	6,74	6,99	7,24	7,51
Valor anual	78,00	80,86	83,83	86,91	90,10
3 Trapeador					
Cantidad	6	6	6	6	6
Valor Unitario	4,00	4,15	4,30	4,46	4,62
Valor anual	24,00	24,88	25,79	26,74	27,72
4 Desinfectante					
Cantidad galones	4	4	4	4	4
Valor Unitario	4,00	4,15	4,30	4,46	4,62
Valor anual	16,00	16,59	17,20	17,83	18,48
5 Factureros					
Cantidad	2	2	2	2	2
Valor Unitario	6,50	6,74	6,99	7,24	7,51
Valor anual	13,00	13,48	13,97	14,48	15,02
6 Recogedor					
Cantidad	2	2	2	2	2
Valor Unitario	5,00	5,18	5,37	5,57	5,78
Valor anual	10,00	10,37	10,75	11,14	11,55
7 Franelas					
Cantidad	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Valor Unitario	1,00	1,04	1,07	1,11	1,16
Valor anual	6,00	6,22	6,45	6,69	6,93
TOTAL	165,00	171,06	177,33	183,84	190,59

TABLA 71 GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Gastos de Constitución			
CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Gastos de constitución	400	400
1	Estudios y diseños	300	300
1	Publicaciones	250	250
1	Capacitación	950	950
1	Patente	100	100
TOTAL			2.000,00

TABLA 72 PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS

Proyección Gastos Administrativos					
DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
Servicios Básicos Administrativos	343,20	364,30	386,80	410,82	436,45
Materiales de aseo	165,00	171,06	177,33	183,84	190,59
Materiales de oficina	178,20	184,74	191,52	198,55	205,84
Gastos Constitución	2.000,00				
Sueldos Administrativos	15.938,24	18.346,42	19.850,83	21.478,60	23.239,84
TOTAL	18.624,64	19.066,52	20.606,49	22.271,81	24.072,72

5.2.3. Gastos de ventas

5.2.3.1. Remuneraciones Ventas

La remuneración del personal administrativo corresponde a un vendedor despachador encargado de las ventas a los clientes potenciales como tiendas, abacerías, supermercados; quién van percibir una remuneración mensual más beneficios de ley.

TABLA 73 REMUNERACIONES VENTAS

Remuneraciones ventas					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	2015	2016	2017	2018	2019
Vendedor despachador	363,27	393,06	425,29	460,16	497,90
MENSUAL	363,27	393,06	425,29	460,16	497,90
ANUAL	4.359,24	4.716,70	5.103,47	5.521,95	5.974,75
COMPONENTES SALARIALES					
DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Salario Básico Unificado	4.359,24	4.716,70	5.103,47	5.521,95	5.974,75
Vacaciones	181,64	196,53	212,64	230,08	248,95
Aporte Patronal	529,65	573,08	620,07	670,92	725,93
Fondos de Reserva	-	392,90	425,12	459,98	497,70
Décimo Tercero	363,27	397,42	434,77	475,64	520,35
Décimo Cuarto	354,00	383,03	414,44	448,42	485,19
total	5.787,79	6.659,65	7.210,51	7.806,99	8.452,87

5.2.3.2. Gastos de Publicidad

Los gastos de publicidad y propaganda van en concordancia a las estrategias de publicidad realizadas en el estudio de mercado, que tienen la finalidad de dar a conocer las bondades del producto y aumentar la cobertura.

TABLA 74 GASTOS DE PUBLICIDAD

Gastos de Publicidad						
AÑOS	RUBROS	2015	2016	2017	2018	2019
Radio América		720	720	720	720	720
Cantidad(2 cuñas diarias)		1,80	1,87	1,93	2,01	2,08
total		1.296,00	1.343,56	1.392,87	1.443,99	1.496,98
Tarjetas de presentación		1	1	1	1	1
Cantidad mil		30,00	31,10	32,24	33,43	34,65
total		30,00	31,10	32,24	33,43	34,65
Página WEB						
Cantidad		1,00				
Unidad		950,00				
total		950,00	-	-	-	-
Hojas volantes						
Cantidad		2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Unidad		0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
Total		40,00	41,47	42,99	44,57	46,20
Salsa de aguacate de 10 gramos degustación						
Cantidad		1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Unidad		0,05	0,05	0,05	0,06	0,06
Total		50,00	51,84	53,74	55,71	57,75
Diario el Norte						
Cantidad(1 Publicación al mes)		12	12	12	12	12
Precio		60,00	62,20	64,48	66,85	69,30
Total		720,00	746,42	773,82	802,22	831,66
total		3.146,00	2.276,59	2.360,14	2.446,76	2.536,56

TABLA 75 PROYECCIÓN GASTOS VENTAS

Proyección Gastos Ventas					
DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
Gastos de Publicidad	3.146,00	2.276,59	2.360,14	2.446,76	2.536,56
Sueldos Ventas	5.787,79	6.659,65	7.210,51	7.806,99	8.452,87
TOTAL	8.933,79	8.936,25	9.570,66	10.253,75	10.989,43

5.3. Gastos Financieros

Los gastos financieros son los intereses pagados por el préstamo concedido, por el Banco Nacional de Fomento por un valor de \$ 50.000,00, pagaderos a 5 años, con un interés del 15 % , con una tabla de amortización decreciente, entre más capital paga menos intereses cancela,. Se utilizó la siguiente fórmula

$$V_c = \frac{(M_p)(i)(1+i)^n}{[(1+i)^n - 1]}$$

Simbología y datos:

Valor cuota: $V_c = ?$

Monto del préstamo: $M_p = 50.000,00$ USD

Tasa interés mensual: $i = 0,0125$

Períodos: $n = 60$ meses (5 años)

$$V_c = \frac{(50.000) (0,0125) (1 + 0,0125)^{60}}{[(1 + 0,0125)^{60} - 1]}$$

$$V_c = 1.189,50 \text{ USD}$$

La tasa de interés mensual se obtiene a partir del interés anual del 15,00 %, el cual, se divide para 12 meses dando el valor de 1,25% mensual, es decir una tasa de interés mensual de 0,0125. Los 60 meses corresponden a los cinco años de duración del proyecto.

La tabla de amortización indica la cuota mensual e intereses, conforme se irá pagando el capital, donde los primeros meses, se pagará el interés alto.

TABLA 76 TASA DE INTERÉS BNF

MICROCRÉDITO DE PRODUCCIÓN	TASA DE INTERÉS 15%	EL MARGEN DE REAJUSTE DURANTE EL PERIODO DE CRÉDITO SERÁ DE 2 PUNTOS SOBRE LA TASA ACTIVA REFERENCIAL BCE VIGENTE A LA SEMANA DE REAJUSTE. LA TASA RESULTANTE NO SERÁ INFERIOR AL 15% NI MAYOR A LA TASA DE REAJUSTE DE LOS MICROCRÉDITOS
----------------------------	---------------------	---

TABLA 77 AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

NRO	CUOTA FIJA	INTERES	SALDO SOLUTO	SALDO INSOLUTO
1	1.189,50	625,00	564,50	49.435,50
2	1.189,50	617,94	571,55	48.863,95
3	1.189,50	610,80	578,70	48.285,25
4	1.189,50	603,57	585,93	47.699,32
5	1.189,50	596,24	593,25	47.106,07
6	1.189,50	588,83	600,67	46.505,40
7	1.189,50	581,32	608,18	45.897,22

8	1.189,50	573,72	615,78	45.281,44
9	1.189,50	566,02	623,48	44.657,96
10	1.189,50	558,22	631,27	44.026,69
11	1.189,50	550,33	639,16	43.387,52
12	1.189,50	542,34	647,15	42.740,37
13	1.189,50	534,25	655,24	42.085,13
14	1.189,50	526,06	663,43	41.421,70
15	1.189,50	517,77	671,73	40.749,97
16	1.189,50	509,37	680,12	40.069,85
17	1.189,50	500,87	688,62	39.381,23
18	1.189,50	492,27	697,23	38.683,99
19	1.189,50	483,55	705,95	37.978,05
20	1.189,50	474,73	714,77	37.263,28
21	1.189,50	465,79	723,71	36.539,57
22	1.189,50	456,74	732,75	35.806,82
23	1.189,50	447,59	741,91	35.064,91
24	1.189,50	438,31	751,19	34.313,72
25	1.189,50	428,92	760,57	33.553,15
26	1.189,50	419,41	770,08	32.783,07
27	1.189,50	409,79	779,71	32.003,36
28	1.189,50	400,04	789,45	31.213,90
29	1.189,50	390,17	799,32	30.414,58
30	1.189,50	380,18	809,31	29.605,27
31	1.189,50	370,07	819,43	28.785,84
32	1.189,50	359,82	829,67	27.956,16
33	1.189,50	349,45	840,04	27.116,12
34	1.189,50	338,95	850,55	26.265,57
35	1.189,50	328,32	861,18	25.404,40
36	1.189,50	317,55	871,94	24.532,45

37	1.189,50	306,66	882,84	23.649,61
38	1.189,50	295,62	893,88	22.755,74
39	1.189,50	284,45	905,05	21.850,69
40	1.189,50	273,13	916,36	20.934,33
41	1.189,50	261,68	927,82	20.006,51
42	1.189,50	250,08	939,42	19.067,09
43	1.189,50	238,34	951,16	18.115,93
44	1.189,50	226,45	963,05	17.152,89
45	1.189,50	214,41	975,09	16.177,80
46	1.189,50	202,22	987,27	15.190,53
47	1.189,50	189,88	999,61	14.190,91
48	1.189,50	177,39	1.012,11	13.178,80
49	1.189,50	164,74	1.024,76	12.154,04
50	1.189,50	151,93	1.037,57	11.116,47
51	1.189,50	138,96	1.050,54	10.065,93
52	1.189,50	125,82	1.063,67	9.002,26
53	1.189,50	112,53	1.076,97	7.925,29
54	1.189,50	99,07	1.090,43	6.834,86
55	1.189,50	85,44	1.104,06	5.730,80
56	1.189,50	71,63	1.117,86	4.612,94
57	1.189,50	57,66	1.131,83	3.481,10
58	1.189,50	43,51	1.145,98	2.335,12
59	1.189,50	29,19	1.160,31	1.174,81
60	1.189,50	14,69	1.174,81	-0,00
TOTALES	71.369,79	21.369,79	50.000,00	

TABLA 78 INTERES ANUAL AL CREDITO FINANCIERO

TABLA DE INTERES ANUAL AL CREDITO FINANCIERO						
CONCEPTO/ AÑO	2015	2016	2017	2018	2019	TOTAL
INTERES	7.014,33	5.847,31	4.492,69	2.920,31	1.095,16	21.369,79
CAPITAL	7.259,63	8.426,65	9.781,27	11.353,65	13.178,80	50.000,00
TOTAL	14.273,96	14.273,96	14.273,96	14.273,96	14.273,96	71.369,79

Requisitos

Copia blanco/negro o a color de la cédula de ciudadanía vigente y certificado de votación (último proceso electoral) del cliente, garante y sus respectivos cónyuges, según sea el caso.

Copia del Registro Único de Contribuyentes, RUC, Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano RISE.

Copia del comprobante de luz, agua o teléfono del cliente y garante según sea el caso. (con una antigüedad no mayor a 60 años)

Plan de inversiones, formato entregado por el banco, para préstamos de \$ 20.000,00 a \$ 100.000,00.

5.4. Tabla de depreciaciones

En concordancia al artículo Nro. 28 REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DE LA LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO manifiesta:

“6. Depreciaciones de activos fijos.

a) La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable.

Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

Para bienes muebles se deprecia 10%, para vehículos 20%, para construcciones 5%, para equipos de computación 33,33%, y para maquinaria, equipo y otros 10% de manera anual; como se muestra a continuación:

TABLA 79 RESUMEN GASTO DEPRECIACION

RESUMEN GASTO DEPRECIACION								
Nº	DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019	DEPRE. ACUMU.	SALDO LIBROS
	ÁREA ADMINISTRATIVA							
1	TERRENO							10.000,00
2	EDIFICIO	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	6.000,00	18.000,00
3	MUEBLES DE OFICINA	107,63	107,63	107,63	107,63	107,63	538,17	538,17
4	EQUIPOS DE OFICINA	18,14	18,14	18,14	18,14	18,14	90,72	90,72
5	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	495,75	495,75	495,75			1.487,24	-
6	Reinversión Equipos de computación				495,75	495,75	991,49	495,75
	subtotal	1.821,52	1.821,52	1.821,52	1.821,52	1.821,52	9.107,62	29.124,63
	ÁREA DE VENTAS							
1	MUEBLES DE OFICINA	66,50	66,50	66,50	66,50	66,50	332,50	332,50
2	EQUIPOS DE OFICINA	18,14	18,14	18,14	18,14	18,14	90,72	90,72
3	VEHÍCULO	3.405,14	3.405,14	3.405,14	3.405,14	3.405,14	17.025,68	-
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	250,74	250,74	250,74			752,22	-
4	Reinversión Equipos de computación				250,74	250,74	501,48	250,74
	Subtotal Ventas	3.740,52	3.740,52	3.740,52	3.740,52	3.740,52	18.702,60	673,96
	INVERSIONES OPERATIVAS							
1	MAQUINARIA Y EQUIPO	1.433,00	1.433,00	1.433,00	1.433,00	1.433,00	7.165,00	7.165,00
2	EQUIPOS DE SEGURIDAD	65,40	65,40	65,40	65,40	65,40	327,00	327,00
	Subtotal	1.498,40	1.498,40	1.498,40	1.498,40	1.498,40	7.492,00	7.492,00
	TOTAL USD.....	7.060,44	7.060,44	7.060,44	7.060,44	7.060,44	35.302,21	37.290,59

TABLA 80 BIENES A DEPRECIAR

NRO.	BIENES	PORCENTAJE	AÑOS	REINVERSIÓN	INVERSIÓN
	ÁREA ADMINISTRATIVA				
1	TERRENO				10.000,00
1	EDIFICIO	5%	20 AÑOS		24.000,00
2	MUEBLES DE OFICINA	10%	10 AÑOS		1.076,34
3	EQUIPOS DE OFICINA	10%	10 AÑOS		181,43
4	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	33,33%	3 AÑOS		1.487,24
5	Reinversión Equipos de computación	33,33%	3 AÑOS	1.487,24	
	ÁREA DE VENTAS				
1	MUEBLES DE OFICINA	10%	10 AÑOS		665,00
2	EQUIPOS DE OFICINA	10%	10 AÑOS		181,43
3	VEHÍCULO	20%	5 AÑOS		17.025,68
4	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	33,33%	3 AÑOS		752,22
5	Reinversión Equipos de computación	33,33%	3 AÑOS	752,22	
	INVERSIONES OPERATIVAS				
2	MAQUINARIA Y EQUIPO	10%	10 AÑOS		14.330,00
3	EQUIPOS DE SEGURIDAD	10%	10 AÑOS		654,00
	TOTAL USD.....			2.239,46	70.353,34

TABLA 81 CALCULO DEPRECIACIÓN

ACTIVOS FIJOS	% ANUAL
Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares	5 %
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10 %
Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil.	20 %
Equipos de cómputo y software	33 %

5.5. Tabla resumen de egresos proyectados

Los egresos proyectados del proyecto en estudio sirven para calcular el Costo Beneficio. Son los costos y gastos incurridos durante los cinco años de la vida útil del proyecto.

TABLA 82 PRESUPUESTO DE EGRESOS

PRESUPUESTO DE EGRESOS					
CONCEPTO/ ANOS	2015	2016	2017	2018	2019
GASTO PERSONAL					
Mano de Obra Directa	23.479,80	27.000,51	29.214,55	31.610,14	34.202,17
Remuneraciones Administrativas	15.938,24	18.346,42	19.850,83	21.478,60	23.239,84
Remuneraciones ventas	5.787,79	6.659,65	7.210,51	7.806,99	8.452,87
TOTAL	45.205,83	52.006,58	56.275,89	60.895,73	65.894,89
COSTOS Y GASTOS					
Materia Prima Directa	77.527,02	83.426,41	89.774,71	96.606,08	103.957,28
Costos Indirectos Producción	104.983,06	112.517,76	121.184,53	130.077,62	139.880,02
Gastos Administrativos	2.686,40	720,09	755,66	793,21	832,88
Gastos de ventas	3.146,00	2.276,59	2.360,14	2.446,76	2.536,56
Gastos Financieros	7.014,33	5.847,31	4.492,69	2.920,31	1.095,16
TOTAL	195.356,81	204.788,17	218.567,73	232.843,97	248.301,89
Depreciaciones	7.060,44	7.060,44	7.060,44	7.060,44	7.060,44
Utilidades trabajadores	7.046,94	7.974,77	8.885,97	9.945,44	11.067,07
Impuesto Renta	3.797,40	4.779,08	5.811,77	7.012,50	8.320,34
TOTAL PRESUPUESTO	258.467,42	276.609,04	296.601,81	317.758,09	340.644,63

5.6. Estado de Situación Inicial

Dentro del Estado de Situación Inicial proforma componen todas las cuentas de activos corrientes que son de libre disponibilidad como el capital de trabajo y la Propiedad Planta y Equipo o activos fijos que se requieren para poner en marcha la empresa. Dentro de los pasivos están las obligaciones a Largo Plazo, que es el préstamo concedido por el Banco y el patrimonio que es la inversión propia del inversionista.

TABLA 83 ESTADO DE SITUACION INICIAL PROFORMA

ESTADO DE SITUACION INICIAL PROFORMA			
AÑO 0			
<u>ACTIVOS</u>			<u>Obligaciones con Instituciones Financieras</u>
Propiedad del Proyecto	40.093,77		
<u>Activos de Libre Disponibilidad</u>	40.093,77		Obligación Largo Plazo 50.000,00
Capital Trabajo	40.093,77		
			TOTAL PASIVO 50.000,00
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO 70.353,34			
<u>Administrativos</u>			
TERRENO	10.000,00		
EDIFICIO	24.000,00		
MUEBLES DE OFICINA	1.076,34		
EQUIPOS DE OFICINA	181,43		
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	1.487,24		
<u>Ventas</u>			PATRIMONIO 40.000,00
MUEBLES DE OFICINA	665,00		
EQUIPOS DE OFICINA	181,43		
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	752,22		Inversión Propia 60.447,11
VEHÍCULO	17.025,68		
<u>Producción</u>			TOTAL PATRIMONIO
MAQUINARIA Y EQUIPO	14.330,00		
EQUIPOS DE SEGURIDAD	654,00		
			TOTAL PASIVO + OBLIGACIONES FINANCIERAS 110.447,11
TOTAL ACTIVO	110.447,11		

5.7. Estado de Resultados Integral

En el estado de Situación de Resultados Integral están todos los Costos y Gastos restados de las ventas con la finalidad de establecer la utilidad.

TABLA 84 ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL

Proyección Costos Operativos					
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019
Materia Prima Directa	77.527,02	83.426,41	89.774,71	96.606,08	103.957,28
Mano de Obra Operativa	23.479,80	27.000,51	29.214,55	31.610,14	34.202,17
Costos Indirectos Operativos	106.481,46	114.016,16	122.682,93	131.576,02	141.378,42
TOTAL	207.488,28	224.443,08	241.672,19	259.792,24	279.537,87
ESTADO DE PERDIDAS O GANANCIA PROYECTADO					
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019
VENTAS PROYECTADAS	294.602,68	317.020,35	341.143,89	367.103,10	395.037,66
VENTAS NETAS	294.602,68	317.020,35	341.143,89	367.103,10	395.037,66
(-) Costos de Operativos	207.488,28	224.443,08	241.672,19	259.792,24	279.537,87
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	87.114,40	92.577,27	99.471,70	107.310,86	115.499,79
GASTOS ADMINISTRACION	20.446,16	20.888,04	22.428,01	24.093,33	25.894,24
Servicios Básicos Administrativos	343,20	364,30	386,80	410,82	436,45
Materiales de aseo	165,00	171,06	177,33	183,84	190,59
Materiales de oficina	178,20	184,74	191,52	198,55	205,84
Gastos Constitución	2.000,00				
Sueldos Administrativos	15.938,24	18.346,42	19.850,83	21.478,60	23.239,84
Gastos depreciación	1.821,52	1.821,52	1.821,52	1.821,52	1.821,52
GASTOS VENTAS	12.674,31	12.676,76	13.311,18	13.994,27	14.729,95
Gastos Personal	5.787,79	6.659,65	7.210,51	7.806,99	8.452,87
Gastos Publicidad	3.146,00	2.276,59	2.360,14	2.446,76	2.536,56
Gastos depreciación	3.740,52	3.740,52	3.740,52	3.740,52	3.740,52
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	53.993,93	59.012,47	63.732,52	69.223,26	74.875,60
GASTOS FINANCIEROS	7.014,33	5.847,31	4.492,69	2.920,31	1.095,16
Intereses Pagados	7.014,33	5.847,31	4.492,69	2.920,31	1.095,16
UTILIDAD O PERDIDA EJERCICIO	46.979,60	53.165,16	59.239,83	66.302,95	73.780,44
Participación trabajadores 15 %	7.046,94	7.974,77	8.885,97	9.945,44	11.067,07
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS	39.932,66	45.190,39	50.353,85	56.357,51	62.713,38
Impuesto a la Renta	3.797,40	4.779,08	5.811,77	7.012,50	8.320,34
UTILIDAD O PERDIDA NETA	36.135,26	40.411,31	44.542,08	49.345,01	54.393,03

Cálculo Impuesto para el quinto año			
base imponible	fracción básica	excedente	total
62.713,38	61.980,00	733,38	
valor a pagar	8.137,00	183,34	8.320,34

TABLA 85 TABLA DEL IMPUESTO A LA RENTA

TABLA IMPUESTO A LA RENTA 2015, PERSONAS NATURALES			
Fracción Basica	Exceso hasta	Impuesto a la Fraccion Basica	% Impuesto a la fracción excedente
0	10,800	0	
10,800	13,770	0	5%
13,770	17,210	149	10%
17,210	20,670	493	12%
20,670	41,330	908	15%
41,330	61,980	4,007	20%
61,980	82,660	8,137	25%
82,660	110,190	13,307	30%
110,190	En adelante	21,566	35%

Resolución: NAC-DGERCGC14-00001085

5.8. Flujo de efectivo financiero

El estado de Flujo de Efectivo es el estado más importante para un proyecto porque de este resultado se realiza la evaluación financiera, para determinar la rentabilidad o no de la empresa en estudio. Es el mismo estado de resultados pero solo del movimiento del efectivo.

TABLA 86 FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	AÑO 0	2015	2016	2017	2018	2019
Capital propio	(60.447,11)					
Capital Financiado	(50.000,00)					
INVERSION TOTAL	(110.447,11)					
Utilidad del Ejercicio		36.135,26	40.411,31	44.542,08	49.345,01	54.393,03
(+) Depreciaciones		7.060,44	7.060,44	7.060,44	7.060,44	7.060,44
TOTAL DE INGRESOS		43.195,70	47.471,75	51.602,52	56.405,45	61.453,47
Egresos						
Pago de deuda		7.259,63	8.426,65	9.781,27	11.353,65	13.178,80
Reinversión					2.239,46	
(-) Total de egresos		7.259,63	8.426,65	9.781,27	13.593,11	13.178,80
(+) Recuperación efectivo						40.093,77
(+) Recuperación Activos Fijos (saldo en libros)						37.290,59
FLUJO NETO	(110.447,11)	35.936,07	39.045,10	41.821,26	42.812,34	125.659,03

RECUPERACION EFECTVA	
O CAPITAL DE TRABAJO	40.093,77
RECUPERACION ACTIVOS	
O SALDO EN LIBROS	37.290,59
TOTAL	77.384,36

5.9. Evaluación financiera

5.9.1. Costo de oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio

Para cálculo de costo de oportunidad se requiere los siguientes parámetros:

- a) Costo de capital del inversionista y del crédito.
- b) Nivel de riesgo expresado en una tasa de inflación.

Para determinar el costo de capital, se estableció financiamiento propio y prestado, aplicándose una tasa del 12% del capital propio, tomando en cuenta que las pólizas por depósitos a plazo fijo pagan por mantener el efectivo durante un año sin ningún riesgo. Para el capital prestado se aplicó el 15%, que es el porcentaje del préstamo que la micro empresa solicitará al Banco Nacional de Fomento, por 50.000 USD para ejecutar el proyecto en estudio. Luego se estableció un ajuste de costo de capital, por efectos de riesgo, determinando la tasa de inflación del 3,67%,

TABLA 87 CÁLCULO DEL COSTO OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

CÁLCULO DEL COSTO OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO						
DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDE.	V. PROMEDIO		
INV. PROPIA	60.447,11	54,73	12,00	656,75		
INV. FINANCIERA	50.000,00	45,27	15,00	679,06		
TOTAL	110.447,11	100,00%		1.335,81	13,36	0,1336
TRM =	$(1+IF)(1+CK)-1$					
TRM=	$(1+0,0367)(1+0,1336)-1$		0,1752	17,52	BASE INFLACIÓN	

CK = COSTO DE OPORTUNIDAD
 IF = TASA DE INFLACIÓN

$$(1+IF)(1+CK)-1 = (1+0,0367)(1+0.1336)-1$$

TRM =17.52

5.9.2. Cálculo del VAN

El VAN no es más que el efectivo a valor presente que le sobra una vez cubierto todos costos, gastos e inversiones.

Si el Van es mayor a cero es viable el proyecto, los flujos descontados son superiores al monto de la inversión realizada

Si el VAN es menor a cero no es viable el proyecto, los flujos de recursos a valor actual son inferiores a monto de la inversión realizada.

Si el VAN es igual a cero, es viable pero es necesario un análisis más profundo de la sensibilidad del proyecto considerando que las expectativas de riesgos-rentabilidad están el limite previsto

Tabla 88 FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
Años Flujos	FLUJOS NETOS	Factor actualización 1/(1+r)^(n)	FCA
1	35.936,07	0,85	30.579,11
2	39.045,10	0,72	28.271,91
3	41.821,26	0,62	25.767,95
4	42.812,34	0,52	22.446,37
5	125.659,03	0,45	56.061,55
	285.273,80		163.126,90

VAN = FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS-INVERSIÓN

VAN =	163.126,90	-110.447,11	52.679,78	VAN
-------	------------	-------------	------------------	------------

$$VAN = -163.126,90 \text{ USD} + \left[\frac{35.936,07}{(1+0,1752)^1} + \frac{39.045,10}{(1+0,1752)^2} + \frac{41.821,26}{(1+0,1752)^3} + \frac{42.816,24}{(1+0,1752)^4} + \frac{125.659,03}{(1+0,1752)^5} \right] D$$

VAN= 52.679,78

5.9.3. Cálculo de la TIR

La TIR la Tasa Interna de Retorno, es el porcentaje con que se recupera la inversión, por lo tanto es una tasa de recuperación relativa; a mayor porcentaje más rápida la recuperación de la inversión..

TIR > i => realizar el proyecto

TIR < i => no realizar el proyecto

TIR = i => el inversionista es indiferente entre realizar el proyecto o no

Para la TIR se calculó la suma de flujos netos actualizados mediante dos tasas arbitrarias (K) que permitieron obtener un VAN de tasa inferior positivo y otro de tasa superior negativo.

La TIR es una Tasa relativa de recuperación que permite conocer a que porcentaje regresa la inversión.

Para ello se aplicó la fórmula del VAN, con la diferencia de que el valor de K= 0,32 y 0,34 respectivamente, como se muestra a continuación:

Tabla 89 FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS PARA TIR

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
AÑOS	FLUJOS NETOS.	VAN POSITIVO 32 %	VAN NEGATIVO 34 %
0	-110.447,11	-110.447,11	-110.447,11
1	35.936,07	27.224,30	26.817,96
2	39.045,10	22.408,81	21.744,88
3	41.821,26	18.183,41	17.381,32
4	42.812,34	14.101,76	13.278,52
5	125.659,03	31.356,25	29.085,04
	174.826,69	2.827,40	- 2.139,39

$$VAN_{32\%} = -110.447,11 \text{ USD} + \left[\frac{35.936,07}{(1+0,32)^1} + \frac{39.045,10}{(1+0,32)^2} + \frac{41.821,26}{(1+0,32)^3} + \frac{42.812,34}{(1+0,32)^4} + \frac{125.659,03}{(1+0,32)^5} \right] \text{USD}$$

$$\mathbf{VAN_{32\%} = 2.827,40 \text{ USD}}$$

$$VAN_{34\%} = -110.447,11 \text{ USD} + \left[\frac{35.936,07}{(1+0,34)^1} + \frac{39.045,10}{(1+0,34)^2} + \frac{41.821,26}{(1+0,34)^3} + \frac{42.812,34}{(1+0,34)^4} + \frac{125.659,03}{(1+0,34)^5} \right] \text{USD}$$

$$\mathbf{VAN_{34\%} = -2.139,39 \text{ USD}}$$

Simbología y datos

Tasa inferior: T.I. = 32%

Tasa Superior T.S.= 34%

VAN tasa inferior: VAN (T.I.) =2.827,40

VAN Tasa superior: VAN (T.S.)=-2.139,39

$$TIR = 32\% + (34\% - 32\%) \left(\frac{2.827,40USD}{2.827,40USD - (-2139,39USD)} \right)$$

TIR= 33,14 %

5.9.4. Recuperación de dinero en el tiempo

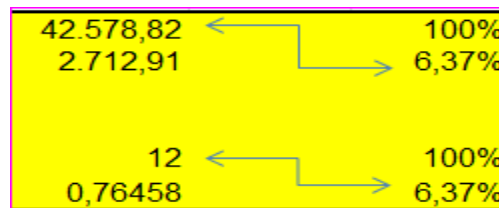
Para el presente proyecto en estudio la recuperación se la realizará a los cuatro años un mes.

La recuperación de la inversión se suman los Flujos de Caja Actualizados con Tasa de Rendimiento medio sumándose hasta recuperara la inversión total.

Tabla 90 FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS PARA RECUPERACIÓN

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS				
AÑOS	FLUJOS NETOS.	FCA	CANTIDAD	RUCUPERAC.
1	29.351,74	24.907,77	24.907,77	24.907,77
2	32.114,13	23.125,88	23.125,88	48.033,65
3	34.564,89	21.122,16	21.122,16	69.155,80
4	34.964,27	18.131,28	18.131,28	87.287,09
5	96.758,35	42.578,82	2.712,91	90.000,00
	227.753,37	129.865,91	90.000,00	

RECUPERACION 4 AÑOS 1 MESES



5.9.5. Índice beneficio-costo

El resultado del costo Beneficio es de un \$1,15, por cada dólar invertido retorna el mismo dólar con quince centavos adicionales.

El cálculo del Costo Beneficio es el resultado de los ingresos actualizados dividido para los egresos actualizados con la Tasa de del 17,52% de la Tasa de descuento.

Este parámetro sirve para indicar como retornar los ingresos en función de los egresos, para lo cual sirve de insumos de ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja.

Si B/C es mayor que uno es viable el Proyecto

Si B/C es menor que 1 no es viable el proyecto

Si B/C es igual a 1 significa indiferencia tampoco es factible

Tabla 91 INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	294.602,68	258.467,42	250.686,52	219.937,91
2	317.020,35	276.609,04	229.549,16	200.288,00
3	341.143,89	296.601,81	210.194,06	182.749,69
4	367.103,10	317.758,09	192.470,94	166.599,52
5	395.037,66	340.644,63	176.242,20	151.975,28
TOTAL	1.714.907,68	1.490.080,99	1.059.142,88	921.550,40

BENEFICIO COSTO	=	$\frac{\sum \text{Ingresos Deflactados}}{\sum \text{Egresos Deflactados}}$	=	$\frac{1.059.142,88}{921.550,40}$	=	1,15 COSTO BENEFICIO
POR CADA DÓLAR INVERTIDO RECUPERA 1,15, ES DECIR GANA 0,15						

5.9.6. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio en efectivo se lo obtiene aplicando la siguiente fórmula:

$$PEq = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IV}}$$

Simbología y datos:

Costos fijos: CF= 65.113,00 USD

Costos variables: CV= 182.510,08 USD

Ingresos por ventas: IV= 294.602,68 USD

Punto de equilibrio: PEq= ?

65.113,00 USD

PEq= $\frac{65.113,00 \text{ USD}}{1 - (182.510,08 \text{ USD} / 294.602,68 \text{ USD})}$ = 171.130,52 USD

$$PEq_u = \frac{IV_P}{PVU}$$

Simbología y datos:

Producto: salsa de aguacate en fundas de 250 g

Punto Equilibrio en ventas por $IV_p = 171.130,52$ USD

producto:

Precio de venta unitario: $PV_u = 1.90$ USD

Punto de equilibrio en $PE_{qu} = ?$

unidades:

$$PE_{qu} = \frac{171.130,52 \text{ USD}}{1.90 \text{ USD}} = 90.069$$

PRODUCTO $PE_{qu} = 90.069$ Fundas de 250 grs. de salsa de aguacate

Tabla 92 PROYECCION PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO

PROYECCION PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO					
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019
INGRESOS					
VENTAS	294.602,68	317.020,35	341.143,89	367.103,10	395.037,66
COSTOS FIJOS					
Remuneraciones Administrativas	15.938,24	18.346,42	19.850,83	21.478,60	23.239,84
Remuneraciones ventas	5.787,79	6.659,65	7.210,51	7.806,99	8.452,87
Mano de Obra Directa	23.479,80	27.000,51	29.214,55	31.610,14	34.202,17
Gastos de ventas	3.146,00	2.276,59	2.360,14	2.446,76	2.536,56
Gastos Administrativos	2.686,40	720,09	755,66	793,21	832,88
Gastos financieros	7.014,33	5.847,31	4.492,69	2.920,31	1.095,16
Depreciación	7.060,44	7.060,44	7.060,44	7.060,44	7.060,44
TOTAL COSTO FIJO	65.113,00	67.911,02	70.944,82	74.116,45	77.419,92
COSTOS VARIABLES					
Materia Prima Directa	77.527,02	83.426,41	89.774,71	96.606,08	103.957,28
Costos Indirectos Producción	104.983,06	112.517,76	121.184,53	130.077,62	139.880,02
TOTAL COSTO VARIABLE	182.510,08	195.944,17	210.959,24	226.683,69	243.837,30
PE DOLARES	171.130,52	177.815,12	185.908,19	193.765,10	202.273,22

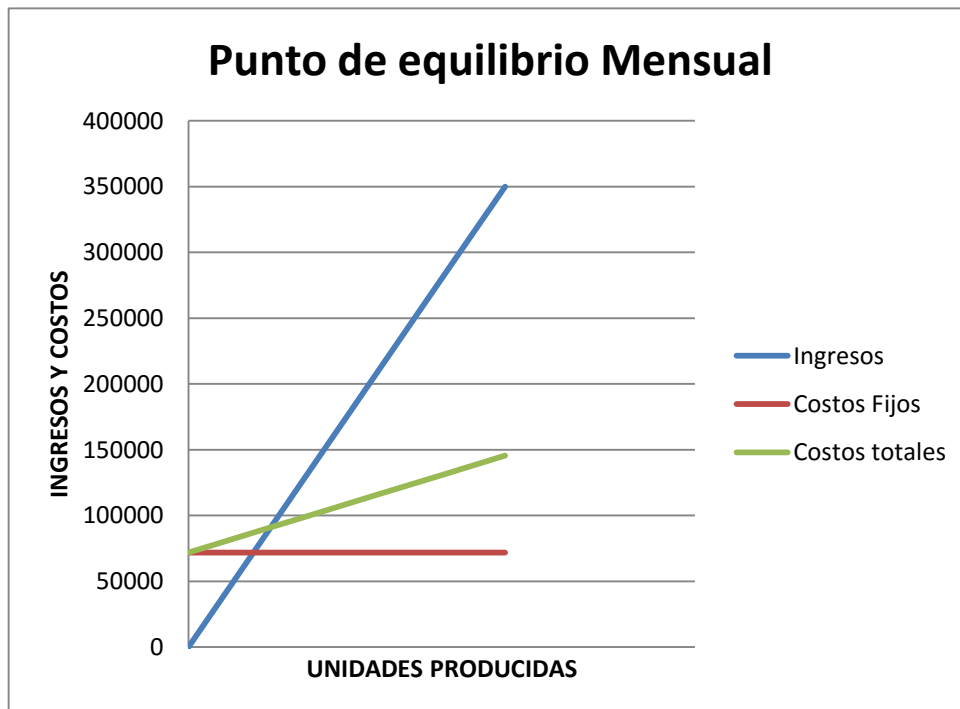
$$PE (\$) = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - (\text{costos variable} / \text{venta})} = \frac{65113,00}{0,38} = 171.130,52 \text{ USD}$$

DESCRIPCION	PRODUCTO	PORCENTAJE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	PORCENTAJE	P.E. DÓLARES	PUNTO EQUILIBRIO
Salsa de aguacate	155054	100,00%	1,9	294.602,68	100,00%	171.130,52	90.069
TOTAL	155.054	100,00%		294.602,68	100,00%	171.130,52	90.069

Tabla 93 PUNTO EQUILIBRIO EN PRODUCTO Y DOLARES

PUNTO EQUILIBRIO EN PRODUCTO Y DOLARES		
DESCRIPCION	PRODUCTO	DOLARES
Salsa de aguacate	90.069	171.130,52
TOTAL	90.069	171.130,52

ILUSTRACIÓN 6 PUNTO DE EQUILIBRIO



5.10. Resumen de la evaluación Financiera

La evaluación financiera determina que el proyecto es factible realizarlo, en la evaluación todos los indicadores son positivos.

Tabla 94 EVALUACIÓN FINANCIERA

EVALUACIÓN FINANCIERA				
NR O	SIGLA S	RUBRO	RESULTADO	OBSERVACIONES
1	TRM	TASA RENDIMIENTO MEDIO	17,52%	
2	TIR	TASA INTERNA DE RETORNO	33,13%	ES SUPERIOR A LA TRM
3	VAN	VALOR ACTUAL NETO	52.679,78	
4	RC	RECUPERACION INVERSIÓN	RECUPERACION 4 AÑOS 1 MESES	PROYECTO SOCIAL
5	CB	COSTO BENEFICIO	1,15	POR CADA DÓLAR GANA 0,15
6	PE	PUNTO DE EQUILIBRIO	171.130,52	PARA NO GANAR NI PERDER
			90.069	SALSAS DE AGUACATE

CAPÍTULO VI

6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

6.1. La empresa

6.1.1. Logotipo

ILUSTRACIÓN 7 LOGOTIPO DE LA SALSA DE AGUACATE



6.1.2. Nombre o razón social

La microempresa se llamará "Hass", en reconocimiento a la materia prima que es la variedad de aguacate Hass.

Tipo de empresa

a) Por el Tamaño

Por tener menos de 10 trabajadores y su capital propio menor a \$ 100.000,00, por su tamaño se encuentra ubicada en el sector microempresarial.

b) Por jurisdicción

Es una micro empresa de hecho unipersonal de responsabilidad limitada; persona natural por no cumplir con los parámetros establecidos por el SRI, no está obligada a llevar contabilidad.

c) Por su finalidad.

Es una microempresa con fines de lucro productora y comercializadora.

6.2. Conformación jurídica

6.2.1. Registro Único de Contribuyentes

Los requisitos indispensables para obtener el RUC son los siguientes:

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

6.2.2. Patente Municipal

Al iniciar una actividad económica es un requisito obligatorio obtener los permisos municipales, los cuales se deben obtener hasta después de treinta días de haber iniciado las actividades de la nueva unidad productiva, la cual se debe actualizar al iniciar cada año.

Los requisitos son:

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

6.2.3. Permiso Sanitario de Funcionamiento

El permiso sanitario de funcionamiento es de gran importancia para iniciar una nueva empresa.

Los requerimientos son los siguientes:

- Cédula
- Fotografías tamaño carne
- Examen Médico realizado en la unidad de salud de la ciudad.
- Solicitud de permiso de funcionamiento
- Inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios, para su adecuado funcionamiento.
- Informe final
- Permiso de funcionamiento.

6.2.4. Permiso 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, verificando todas las medidas de seguridad.

- Copia del Permiso de Funcionamiento del año anterior del Cuerpo de Bomberos
- Copia de la factura de recarga o compra de los extintores actualizada

- Copia del RUC
- Copia de la Papeleta de votación del Representante Legal actualizado.
- Copia del plan de emergencia y evacuación de la empresa o similares.

6.2.5. Registro Patronal

El número patronal es otorgado por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). Los requisitos son los siguientes:

- Contratos de trabajo inscritos en la Inspección de Trabajo.
- Cédula de identidad del representante de la empresa.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Una vez obtenido el número patronal se debe proceder a afiliar a cada uno de los trabajadores.

6.2.6. Flujo grama de constitución legal

TABLA 95 PERMISOS PARA LA OPERACIÓN DE LA MICROEMPRESA

Permiso Sanitario	Ministerio Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Certificados de Salud Empleados	Ministerio Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Patente	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Rótulos y Publicidad Exterior	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	Anual	P. Naturales y Jurídicas

ELABORADO POR: LA AUTORA

TABLA 96 OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Declaración Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Anexo Imp. Renta (Rel. Dependencia)	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Jurídicas
Anticipo Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Jul / Sep	P. Naturales y Jurídicas
Retenciones en la Fuente - Renta	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto al Valor Agregado - IVA	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Anexos Transaccionales (IVA /ICE /IR)	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Declaración Patrimonial	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Naturales

ELABORADO POR: LA AUTORA

TABLA 97 OBLIGACIONES PATRONALES

Décimo Cuarto Sueldo	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla de pago 14to. Sueldo	Ministerio Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Décimo Tercero Sueldo	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla de pago 13er. Sueldo	Ministerio Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Fondos de Reserva	IESS	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Pagar 15% utilidades a empleados	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla pago 15% utilidades	Ministerio Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Uniformes para el Personal	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Remuneraciones a empleados	Empleados	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Aportes Seguro Social Empleados	IESS	Mensual	P. Naturales y Jurídicas

ELABORADO POR: LA AUTORA

TABLA 98 OTRAS CONTRIBUCIONES Y OBLIGACIONES

Impuesto Predial	Municipios	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Matriculación de Vehículos	Jefaturas de Tránsito	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Revisión Técnica Vehicular	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Contratar SOAT para vehículos	Aseguradoras calificadas	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Teléfono	Empresa Telefónica	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Agua Potable	Empresa Agua Potable	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Energía Eléctrica	Empresa Eléctrica	Mensual	P. Naturales y Jurídicas

ELABORADO POR: LA AUTORA

6.3. Planificación estratégica

6.3.1. Misión

La empresa “HASS” es una empresa comercializadora y productora de salsa de aguacate de alta calidad nutricional el cual ofrece un servicio eficaz y oportuno, comprometiéndose mejora continua, a la alta productividad, innovación, excelentes precios y competitividad en el mercado; orientados a la satisfacción de los clientes potenciales y consumidores finales, de la Ciudad de Ibarra.

6.3.2. Visión

En el año 2019 “HASS” será una Microempresa líder en la comercialización y producción de salsa de aguacate en la Ciudad de Ibarra, aumentado su cobertura a otras ciudades aumentado su producción y comercialización en un 14 %.

6.4.3. Políticas

- 1 Atención al cliente y proveedor en prioridad de llegada y urgencia de pago.
- 4 El Talento Humano debidamente presentado y uniformado.
- 5 Las ventas del producto serán al contado y a crédito máximo 15 días.
- 6 Convenios interinstitucionales con productores de aguacate HASS para garantizar la materia prima.
- 7 Capacitar interinstitucionalmente sobre salsa de aguacate.
- 8 Cumplir con un sistema de Gestión de Calidad, que permita mejorar continuamente los procesos y productos; todo mediante la asignación de un Plan operativo elaborado por el administrador General.

6.4.4. Valores

Tabla 99 VALORES

	VALOR	DEFINICIÓN
OPERATIVOS	Calidad de trabajo	Cumpliendo con las expectativas de la micro empresa, aumentando la productividad y cobertura.
	Honestidad	Con la empresa, con el equipo de trabajo y los clientes.
	Competitividad	Demanda insatisfecha equilibrada y Justa.

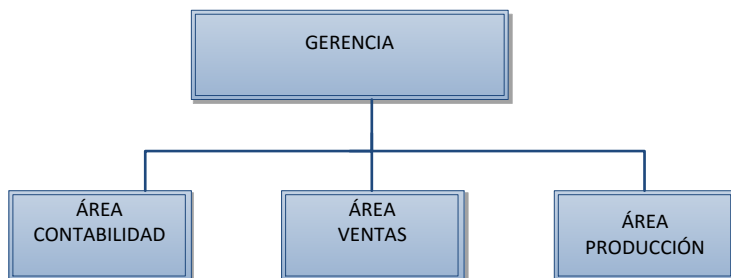
	Productividad	Productividad en tiempo y procesos, y aumento de la producción.
	Compromiso con el cliente	Agilizar los procesos para poder cumplir con el cliente potencial y sus expectativas.
SOCIALES	Respeto a las personas	Dar igual trato a los obreros sin ningún tipo de discriminación racial, religiosa.
	Calidad Humana	Solidaridad y compromiso personal con los demás.
	Sinceridad	Sinceridad con clientes, empleados y trabajadores y la micro empresa, manteniendo la verdad.
	Ética	El personal que labore en la micro empresa deberá mantener los valores éticos, morales con la empresa y los clientes.
ECONÓMICOS	Precio Justo	Optimizar los recursos operativos, administrativos, ventas y producción para obtener un precio justo.
	Rentabilidad	Crecimiento empresarial, económico rentabilidad incrementando las utilidades.

Elaborado por la autora (2015)

6.5. Estructura organizacional

6.5.1. Organigrama estructural

ILUSTRACIÓN 8 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Elaborado por la autora (2015)

Referencias:			
<p>———— Nivel autoridad</p>	<p>Elaborado por:</p>	<p>Aprobado por:</p>	<p>Fecha:</p>
<p>----- Nivel asesor</p>	<p>ALEXANDRA GUERRERO</p>	<p>Gerente</p>	<p>25-10-15</p>

Elaborado por la autora (2015)

6.6. Orgánico funcional

6.6.1. Nivel Ejecutivo

En este nivel está el administrador gerencial quien ejecuta los recursos financieros, económicos, y administra el talento humano de la micro empresa productora de salsa de aguacate; dentro de sus responsabilidades está la de representante legal ante los organismos administrativos y de control estatales como es el Instituto de Seguridad Social, IESS, Servicio de Rentas Internas, SRI, Ministerio de Trabajo, Gobierno Autónomo

descentralizado de Ibarra, entre otros. Además se encarga de la coordinación con las diferentes áreas y es el autorizador del gasto y las adquisiciones de bienes e insumos, ventas de productos y de la correcta utilización de los bienes de la micro empresa. Dentro de administración de Talento Humano autoriza permisos particulares y de calamidad doméstica justificados, vacaciones y otras actividades como amonestaciones, multas e ingresos de nuevo personales a la empresa. Otras tareas que realiza es la elaboración de los presupuestos anuales de ventas, Costos y Gastos e inversiones conjuntamente con la contadora.

6.6.2. Nivel de Apoyo

A este nivel le corresponde dos áreas que son Contabilidad y ventas.

a) Contabilidad.- Las principales funciones de contabilidad es ser agente de retención, declaraciones y pago de impuestos como retenciones del IVA, Impuesto del Valor Agregado, Adelanto del Impuesto a la renta e impuesto a la renta, e información de los anexos, Transaccional Simple, y Relación de Dependencia. Además se encarga de los registros diarios por transacciones realizadas y el archivo cronológico de la documentación de soporte contable para la preparación de los Estados Financieros. Además realiza el Control preventivo y permanente de los recursos financieros, como las constataciones físicas de bienes, insumos, además se encarga de la recaudación y depósitos diarios por venta de productos. Elabora facturas y comprobantes de retención y realiza pago a proveedores, nómina y fondos de terceros y realiza los presupuestos de costos gastos, ventas e inversiones.

b) Ventas.- En esta área labora un vendedor encargado de las ventas y adquisiciones, además promueve la buena imagen institucional, promoción y publicidad de las bondades del producto. Es el encargado de realizar conferencias demostraciones en organismos públicos y privados sobre el Producto, Además se encarga de los convenios interinstitucionales con cultivadores de plantas medicinales.

6.6.3. Nivel Operativo

Dentro de este nivel labora un jefe de producción encargado de la supervisión y de la calidad del producto quien elaborará, informes diarios, semanales y mensuales de la producción de salsa de aguacate; cuatro trabajadores manuales, encargados de la elaboración, fabricación, empackado y etiquetado de la salsa de aguacate, además realizan el mantenimiento, limpieza de las instalaciones. Al equipo de esta área se le da la responsabilidad de la custodia de toda la maquinaria equipo, vehículo, e insumos, productos procesados disponibles.

6.7. Descripción de puestos y tareas

TABLA 100 ADMINISTRACIÓN GERENCIAL

Puesto: Administración Gerencial	NIVEL: Ejecutivo
Perfil:	
Instrucción : Estudios superiores en Administración de empresas o afines	
Cursos: Relaciones Humanas, Tributación, Marketing, Administración de pequeños negocios.	
Competencias :	
<ul style="list-style-type: none">• Aplicar las nuevas tendencias en gestión de recursos humanos• Hacerse responsable del trabajo de su equipo y del éxito o fracaso del mismo.• Conocer detalladamente las actividades que se realizan en la empresa• Lograr influir en los demás utilizando de forma eficaz hechos e informaciones.• Trabajar con detalles, números, gráficos, etc.	

- Demostrar confianza en el éxito de las acciones y planes que propone.
- Tener un conocimiento detallado y preciso de la situación del mercado laboral.

Funciones:

- Elaborar el presupuesto anual de ventas, inversiones, costos y gastos conjuntamente con el contador y supervisor de producción.
- Revisar Contratos, actas de finiquito, para subir la información de decimos y utilidades al Ministerio de Relaciones Laborales por parte de contabilidad.
- Panificación anual conjuntamente con el contador de los presupuestos de ventas, costos y gastos e inversiones
- Ejecución del presupuesto de ingresos y gastos
- Autorización de adquisiciones, ventas.
- Administración y control de los Recursos Humanos, financieros y materiales de la empresa.
- Autorización de permisos, vacaciones.
- Manejo de la página WEB, del Ministerio de Relaciones Laborales para el envío de información y elaboración de contratos y actas.
- Autorizar las adquisiciones, pagos a proveedores.
- Autorización pago nómina.

Responsabilidades:

- Representante legal ante organismos estatales SRI, IESS, MRL
- Ejecución Presupuestaria.

Elaborado por la autora (2015)

TABLA 101 PUESTO CONTADOR (A)

Puesto : Contador (a)	NIVEL: Apoyo
<p>Perfil: Instrucción :Ingeniero (a), doctor, o licenciado(a), CPA, en Contabilidad y Auditoría Cursos: Cursos sobre las NIFFS. Tributación, Computación avanzada Excel, Word. Años de experiencia: 1 año Otros: Sólidos conocimientos en contabilidad de la PYMES.</p>	
<p>Competencias :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utilizar los sistemas y programas informáticos disponibles y saber cómo funcionan. • Poner en marcha un plan o actividad sin esperar que otros se lo digan. • Identificar y desarrollar los métodos apropiados para la consecución de los objetivos del equipo o del departamento y los de la empresa. • Trabajar con técnicas e instrumentos que cambian con frecuencia y cuyas modificaciones han de aprenderse en poco tiempo. • Organizar y coordinar los recursos implicados en la implantación de los planes. 	
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar el presupuesto de ventas, inversiones, costos y gastos conjuntamente con el Gerente. • Realizar contratos, actas de finiquito, subir información de decimos y utilidades al Ministerio de Relaciones Laborales • Constatación física de inventarios, Propiedad, Planta y Equipo, y bienes de control interno y de consumo interno. • Realizar transferencias, previa autorización de gerencia, de adquisición, servicios básicos y nómina. • Recaudación y depósitos diarios de las ventas de productos. • Realizar los formularios anexos y pagos al Servicio de Rentas Internas (SRI) • Manejo de la historia laboral del IESS. • Registro diario y mayorización de transacciones por ventas y compras. • Elaboración de Estados financieros para ser aprobados por gerencia. • Encargado de historia laboral del IESS en lo referente a pagos, ingresos y salidas de personal. • Control previo, permanente y posterior de recursos humanos, financieros y materiales. 	
<p>Responsabilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agente de Retención. • Administración de Recursos financieros. • Control interno. • Archivo. 	

Elaborado por la autora (2015)

TABLA 102 PUESTO: VENDEDOR

Nivel : Apoyo	Puesto: Vendedor
Área : Ventas	
Perfil:	
<p>Título: Tecnólogo en marketing o mercadeo. Licencia Sportman.</p> <p>Años de experiencia: Un año.</p> <p>Capacitación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relaciones Humanas • Oratoria • Computación • Diseño y publicidad 	
Competencias:	
<ul style="list-style-type: none"> • Hacer presentaciones en público adaptadas a las necesidades y al nivel de comprensión de la audiencia. • Poner en marcha un plan o actividad sin esperar que otros se lo digan. • Hacer un uso adecuado del buen humor para reducir la tensión en el trabajo. • Reconocer y expresar la importancia de satisfacer las necesidades del cliente. • Establecer buenas relaciones de comunicación con los clientes. • Escuchar y atender los problemas y quejas de los clientes, así como plantear soluciones efectivas. • Dar información telefónica de manera clara y precisa, abandonando cualquier otra ocupación mientras se habla o escucha. • Elogiar y estimular el buen trabajo realizado por otros. 	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar adquisiciones de materia prima e insumos. • Realizar un plan de promoción y publicidad en los medios masivos de comunicación. • Vender a los clientes potenciales como tiendas, abacerías, supermercados, comisariatos. • Conducir y mantener el vehículo de las ventas. <p>Diseñar etiquetas, material publicitario para el producto.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promover mediante exposiciones y ferias el producto. • Manejo de la página WEB, ventas y publicidad mediante correo electrónico. • Demás funciones que le asigne el Administrador Gerencial. 	
Responsabilidades:	
<ul style="list-style-type: none"> • Imagen Institucional • Promoción publicidad • Adquisiciones y ventas. 	

Elaborado por la autora (2015)

TABLA 103 PUESTO JEFE DE PRODUCCIÓN

Nivel : Operativo	Puesto: Jefe de Producción
Área : Producción	
Perfil:	
Título: Ing. Agroindustrial o de Alimentos.	
Años de experiencia: Un Año.	
Capacitación:	
<ul style="list-style-type: none"> • Riesgos del trabajo. • Seguridad industrial. • Elaboración de alimentos procesados • 	
Competencias:	
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar planes y establecer calendarios de formación para los colaboradores. • Elogiar y estimular el buen trabajo realizado por otros. • Identificar y comentar las necesidades y preferencias de desarrollo de los empleados. • Crear un ambiente de trabajo en el que los empleados puedan auto desarrollarse. • Hacer presentaciones en público adaptadas a las necesidades y al nivel de comprensión de la audiencia. 	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • Control y supervisión del talento humano a su cargo. • Control de calidad y cumplir con las normas de higiene del producto. • Control del cumplimiento de los procesos y el tiempo asignado en la elaboración de salsa de aguacate. • Realizar un informe diario, semanal mensual, de la producción y maquinaria y equipo. • Realiza el plan anual y mensual de compras de materia prima e insumos y de rendimiento. • Recibir materia prima y entregar los productos terminados al vendedor mediante un comprobante de egreso. • Demás funciones que le asigne el administrador gerencial 	

Elaborado por la autora (2015)

TABLA 104 PUESTO OBRERO

Nivel : Operativo	Puesto: Obrero
Área : Producción	
Perfil:	
Nivel Educativo: Bachiller agroindustrial o de alimentos.	
Años de experiencia: Un año.	
Capacitación:	
<ul style="list-style-type: none"> • Procesamiento de salsa de aguacate • Procesamiento de alimentos 	
Competencias:	
<ul style="list-style-type: none"> • Conservar la calma en situaciones de urgencia o presión. • Hacer un uso adecuado del buen humor para reducir la tensión en el trabajo. • Proporcionar ayuda a otros compañeros cuando éstos se la solicitan. • Utilizar los conocimientos técnicos y la experiencia para mejorar su efectividad. • Conocer los riesgos y aplicar medidas de prevención más adecuadas en su trabajo. • Entender cómo se llevan a cabo los procesos de trabajo. 	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración, procesamiento, fabricación de salsa de aguacate. • Empacado y etiquetado de la salsa de aguacate. • Almacenamiento del producto en la bodega. • Mantenimiento y limpieza de las instalaciones, maquinaria y equipo. • Demás funciones que le asignen el supervisor. 	
Responsabilidades:	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración del Producto que es salsa de aguacate. • Custodia, manejo y mantenimiento de la maquinaria. 	

Elaborado por la autora (2015)

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

Para el proyecto Estudio de Factibilidad para la creación de una micro empresa productora y comercializadora de plantas medicinales deshidratadas en la ciudad de Ibarra se ha programado aplicar una tabla de valoración de los impactos, siendo la siguiente:

7.1. Análisis de Impactos

Tabla 105 ANÁLISIS DE IMPACTOS

Significado	Negativo alto	Negativo medio	Negativo bajo	No hay impacto	Positivo bajo	Positivo medio	Positivo alto
Puntaje	-3	-2	-1	0	1	2	3

Elaborado por las autoras (2015)

Los impactos que sobresalen y están sujetos de análisis son: social, empresarial, Económico, salud y ambiental

La matriz está compuesta por su indicador con su respectiva valoración dependiendo de su nivel, luego se realiza la siguiente operación para obtener el resultado del nivel de impacto.

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}}$$

Con esta tabla se procedió a aplicar en los siguientes impactos el puntaje de evaluación, siendo el siguiente:

7.2. Impacto Social

Tabla 106 IMPACTO SOCIAL

IMPACTO SOCIAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Decisiones democráticas autoridades						x		2
Atención personalizada a clientes potenciales							x	3
Trabajo en equipo							x	3
Plan capacitación						x		2
TOTAL								10

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{10}{4} = 2,50 \text{ Alto positivo} = 2$$

Análisis

La microempresa impulsará el desarrollo organizacional, implementando un plan de capacitación anual, sobre atención al cliente, técnicas de ventas, producción, además todas las actividades se realizarán en equipo para minimizar esfuerzos y sobre todo ahorrar recursos económicos. Para implementar el desarrollo organizacional, se tomarán decisiones democráticas aprobadas por la gerencia en beneficio de la institución.

7.3. Impacto Económico

Tabla 107 IMPACTO ECONÓMICO

IMPACTO ECONÓMICO								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Nuevas Fuentes de trabajo					x			1
Producto nuevo y a precio justo							x	3
Infraestructura adecuada						x		2
Clientes satisfechos					x			2
TOTAL								8

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{8}{4} = 2,00 \quad \text{Medio positivo} = 2$$

Análisis

Dentro del impacto económico se analiza los beneficiarios internos que son las nuevas fuentes de trabajo creadas por la microempresa, y el dueño, quienes se benefician por los ingresos económicos por las utilidades percibidas; y los clientes externos que son los que adquieren un producto como es la salsa de aguacate a precios justos, y los proveedores de materia prima e insumos que negocian con la microempresa, Además la PYME contará con una infraestructura y maquinaria adecuada para la producción.

7.4. Impacto Ético

Tabla 108 IMPACTO ETICO

IMPACTO ETICO								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Poner en práctica principios y valores							x	3
Transparencia en información económica						x		2
Relaciones con el clientes sin discriminación							x	3
Pagos de impuestos y contribuciones a tiempo							x	3
TOTAL								11

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{11}{4} = 2,75 \text{ Alto positivo} = 3$$

Análisis

Dentro de los principios y valores éticos y morales se pondrá en práctica la transparencia de la información a través de la publicación de la situación financiera y económica de la empresa, que permitirá el pago justo de las utilidades a los trabajadores, y la cancelación a tiempo de los impuestos, contribuciones evitando perjuicios al estado. El trato a los clientes será igual sin discriminación racial, religiosa o de ninguna naturaleza.

7.5. Impacto Ambiental

Tabla 109 IMPACTO AMBIENTAL

IMPACTO AMBIENTAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Reciclaje de desechos sólidos						x		2
Clasificación de desechos Orgánicos						x		2
Cuidado del agua potable						x		2
Ruido					x			1
TOTAL								7

Sumatoria total

7

$$= \frac{7}{4} = 1,75 \quad \text{Medio positivo} \quad = 2$$

Número de indicadores

4

Análisis

Se tomará conciencia con el ambiente pues el reciclaje de desechos sólidos biodegradables como papel, cartón, y no degradables como el plástico serán recicladas y entregadas a la empresa municipal y los desechos orgánicos serán entregados a parte para abono. Se entiende que el agua potable debe ser consumida lo necesario por lo que se tomará en cuenta la revisión periódica de las instalaciones y ahorro del líquido vital. El ruido de la maquinaria es mínimo lo que molestaría por ser un lugar céntrico la bulla de los vehículos.

7.6. Impacto General

Tabla 110 IMPACTO GENERAL

IMPACTO GENERAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
IMPACTO SOCIAL						x		2
IMPACTO ECONÓMICO						x		2
IMPACTO ETICO							x	3
IMPACTO AMBIENTAL						x		2
TOTAL								9

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{9}{5} = 1,80 \text{ Alto positivo} = 2$$

Análisis

Analizado los impactos positivamente y negativamente, se concluye como impacto general que todos son positivos y que no existen impactos negativos que puedan poner en riesgo la creación del presente proyecto

CONCLUSIONES

1. Se concluye que en el diagnóstico existen oportunidades y aliados para poner en ejecución la microempresa productora y comercializadora de salsa de aguacate, pues en el sector existe la materia prima suficiente, mano de obra calificada, servicios básicos adecuados e infraestructura necesaria.
2. En el estudio de mercado se determina que existe aceptación del producto, puesto que no hay competencia, tan solo es indirecta por productos sustitutivos como son la salsa de tomate, existiendo una demanda potencial suficiente, y el precio es justo para todos los estratos sociales.
3. Se concluye que la capacidad del proyecto es aceptable, y que sus procesos productivos, como su maquinaria son fáciles de manejar, y que es un lugar óptimo porque está cerca de la Ciudad a comercializarse.
4. La evaluación financiera determina que el proyecto es factible realizarlo, pues económicamente es rentable, todos sus indicadores son positivos.
5. El estudio organizacional determina funciones y responsabilidades a los actores del proyecto, y la normativa a seguir.
6. El impacto general del proyecto en estudio es medio positivo, pues no existen aspectos negativos que puedan poner en peligro la realización del proyecto, por lo tanto es factible realizarlo.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda implantar la microempresa en el lugar estudiado, pues existen todas las posibilidades socio-económicas como el abastecimiento de la materia prima, principal elemento para la producción de salsa de aguacate.
2. Existe la aceptación del producto por el sabor y los beneficios nutritivos que posee es por ello que la demanda insatisfecha es sustancial, por lo que se recomienda poner en marcha el proyecto, pues existen los canales de comercialización como son tiendas, abacerías y mercados.
3. Se recomienda realizar la producción con los sistemas procedimientos, tecnología utilizando la materia prima e insumos establecido en el estudio técnico, con el fin de realizar un producto de alta calidad.
4. La evaluación financiera determina que el proyecto es factible realizarlo, pues se sugiere poner en marcha con todas las inversiones indicadas, para que de la rentabilidad programada sea la esperada.
5. Se sugiere que el talento humano a contratarse sea experimentado y cuente con el perfil y competencias adecuados.
6. Se debe poner en práctica las sugerencias que protegen el ambiente, para minimizar aspectos negativos que pueda ocasionar la puesta en marcha de la microempresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Arboleda, G. (2009). El Mercado. En *Economía de mercado* (pág. 2200).
- ARBOLEDA, G. (2009). El Mercado. En *Economía de mercado* (pág. 2200).
- Bernal, C. H. (2013). *PROCESO ADMINISTRATIVO PARA LAS ORGANIZACIONES DEL SIGLO XXI*. BOGOTÁ COLOMBIA: PEARSON.
- GORDON J, A. (2010). *Fundamentos de inversiones: Teoría y práctica*.
- GRANILLO JARAMILLO, S. A. (2009). *Taller de acercamiento al mercado y negocio de crédito*.
- Kloter, P., & Armstrong, G. (2013). *Principios de marketing*. Pearson.
- Lerma y Kirchner, A., & Juárez Bárcena, S. (2012). *Planeación Estratégica por Áreas Funcionales*. México, D.F.: Alfaomega.
- Lerma y Kirchner, A., & Juárez Bárcena, S. (2012). Planeación Estratégica por Áreas Funcionales. En L. y. Kirchner, *Planeación Estratégica por Áreas Funcionales* (pág. 520). MÉXICO: ALFAOMEGA.
- Murcia, J. d. (2009). *Proyectos Formulación y Criterios*. Alfa.
- Padilla, M. C. (2011). *Formulacion y evaluacion de proyectos*. Bogota: Segunda edicion D.C.
- RIVERA MARTINEZ, F. (2010). Flujo de Caja y Flujo de efectivo. Bogotá.
- Vega, J. C. (2009). *Contabilidad Básica*. Quito: EDINUN.
- ZAPATA, P. (2011).

LINKOGRAFÍA

[http://definicion. \(25 de 11 de 2012\).](http://definicion.de/oferta/2012,) [http://definicion.de/oferta/2012,.](http://definicion.de/oferta/2012,)

[http://www.crecenegocios. \(20 de 03 de 2015\).](http://www.crecenegocios.com/)
[http://www.crecenegocios.com/.](http://www.crecenegocios.com/)

[http://www.es.slideshare. \(15 de 02 de 2015\).](http://www.es.slideshare.net/)
[http://www.es.slideshare.net//.](http://www.es.slideshare.net/)

ANEXOS

ANEXO 1

Salsa de aguacate



Porciones: Rinde ~2 ½ tazas de salsa de aguacate

Salsa cremosa de aguacate preparada con aguacates, limones, cilantro, ajíes o chiles, ajo, aceite de oliva y comino.

Ingredientes

- 2 aguacates maduros
- El jugo de 4 limones, ~ ½ taza de jugo
- 1 manojo de cilantro, picado
- 2-3 jalapeños, serranos o ajíes de su preferencia
- 3-4 dientes de ajo, machacados
- ½ taza de aceite de oliva
- 1 cucharadita de comino molido
- Sal al gusto

Preparación

1. Ponga todos los ingredientes en la licuadora; pique los aguacates en pedazos medianos antes de ponerlos en la licuadora, eso ayuda a que se mezclen mejor. También recomiendo triturar el ajo antes de ponerlo en la licuadora para asegurar que evitar que a alguien le toque un pedazo sorpresa de ajo en la salsa.
2. Licue hasta obtener una salsa bien cremosa. Use inmediatamente o refrigere hasta la hora de servir.

El precio del m³ de agua se mantiene

La Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Guayaquil (Emapag) ratificó mediante un comunicado de prensa que la tarifa que aprobó el año pasado para el inicio del tercer quinquenio (entre agosto del 2011 y julio del 2016) de la concesión tiene un valor referencial promedio de \$ 0,55 por metro cúbico de agua potable.

La estructura tarifaria por rangos de consumo de m³ es de 0 a 15, \$ 0,29; de 16 a 30, \$ 0,44; de 31 a 60, \$ 0,62; de 61 a 100, \$ 0,75; de 101 a 300, \$ 0,83; de 301 a 2.500, \$ 1,26; de 2.501 a 5.000, \$ 1,60 y de 5.000 en adelante cuesta \$ 2,59.

La aclaración de la tarifa se da a causa del arbitraje internacional entre Emapag e Interagua, en el que se decidirá si se acepta o no la petición de la concesionaria de incrementar el valor referencial promedio a \$ 0,82.

Dentro del proceso se produjo la advertencia de Interagua de que en caso de no aprobar una tarifa justa dejaría de invertir, lo que desembocó en que Emapag iniciara un proceso de terminación de contrato.

El pasado 19 de febrero empezó un plazo de 15 días para que Interagua implemente las condiciones que le impuso Emapag, con lo que quedaría sin efecto el proceso.

En días pasados, el presidente de la Asamblea de Usuarios de Servicios Básicos, Alfredo Carrasco, criticó a Emapag por no terminar la concesión.

ANEXO 3

Pulse sobre la imagen para (+) información

Nuestros clientes:

- Prisma Hogar
- Promodescuentos
- Pollo Andino
- Porto
- Rainforestur
- Reflitoner
- Saz Computers
- Sein

Contáctenos: info@diego.com.ec
(098) 784 9471

Sitios Web de alto impacto

Le ofrecemos la garantía y experiencia de más de **16 años** creando soluciones web, nosotros tenemos la calidad que está buscando.

La inversión que haga hoy en su sitio web, se verá recompensada con un incremento en las ventas, una mayor exposición a clientes, y por último un **crecimiento general** de su empresa o negocio.

- **Diseño único** y personalizado
- Creación de un Home
- Creación ilimitada de páginas
- 1 página de contacto
- Manejador de contenido
- Manejo de banners
- Soporte online x 1 año

Sin costo adicional **GRATIS**
Hosting con espacio en disco **ilimitado**, cuentas de correo **ilimitadas**, y base de datos **ilimitadas**.*

*Sólo durante en 1er año, Aplican restricciones



Diego WebStudio

A 3166 personas les gusta Diego WebStudio

Plug-in social de Facebook

Diseño de páginas web en Ecuador ¿Cuánto cuesta una página web?

- Todos nuestros paquetes de diseño web incluyen un **Diseño único y personalizado** de su empresa o negocio
- Incluye también: Editor de Contenidos **100% autoadministrables**, para actualizar de manera fácil y rápida textos e imágenes en su página web
- Utilizamos tecnologías **Open Source**, de esta manera no debe pagar **NINGUN VALOR EXTRA**
- Y lo mejor de todo es que se beneficiará de la experiencia, seriedad y profesionalismo de 16 años en el mercado Ecuatoriano
- ¿Cuánto cuesta una página web? **Su inversión es desde 950usd* + iva**. Y obsequiamos un hosting ilimitado a todos nuestros nuevos clientes.

*Consulte nuestros planes de financiamiento.

Si desea realizar con nosotros el **diseño de su página web**, comuníquese a los números:

(02) 245 6539 / (098) 784 9471

o escribamos a info@diego.com.ec

Diseño de páginas web Diseño de sitios web



Síguenos en twitter @DiegoWebStudio

Estas empresas realizaron su diseño web con nosotros:

www.arashavillages-villasdearasha.com	www.ecosolar.com.ec	www.maxiarimplant.com
www.arasharesort.com	www.enerprime.com	www.metrogourmet.com.ec
www.armony.com.ec	www.euro-viajes.com	www.mercadostenible.com

Algunos ejemplos de Diseño Multimedia:

Desde junio se aplicará ajuste de tarifas eléctricas

QUITO

Los usuarios residenciales de las empresas eléctricas de la Costa, Sucumbíos y de la región Insular que consuman entre 501 y 700 kilovatios/hora deberán pagar una tarifa distinta desde junio de este año.

De acuerdo con fuentes del Consejo Nacional de Electricidad (Conelec), no se trata de un aumento en el pago del servicio, sino de un ajuste estacional, basado en una resolución que este organismo emitió en junio del 2011.

La disposición establece que entre diciembre y mayo, que es la época invernal en la Costa, el precio del kw/h para los rangos de mayor consumo: de 351 a 500 kw/h y de 501 a 700 kw/h, se mantiene en \$ 0,095.

Aseguran que este nivel de tarifa se aplica para esos dos rangos porque entre diciembre y mayo los consumidores demandan más energía.

Pero con el inicio de la época de verano, la demanda baja, por lo que la mencionada tarifa se mantiene solo para el rango de consumo de 351 a 500 kw/h. Mientras que desde los 501 kw/h hasta los 700 kw/h se aplica una carga tarifa diferente: \$ 0,1185 por kw/h. Esto significa un ajuste de \$ 0,0235 por cada kw/h.

En el caso de Guayaquil, el ajuste pasa de \$ 0,093 a \$ 0,118, es decir un ajuste de \$0,025.

Fernando Salinas, presidente del Colegio de Ingenieros Eléctricos del Ecuador, explica que este esquema busca una mayor eficiencia energética, de manera que quienes consuman más electricidad en una época en que no debe haber tanta demanda, paguen más. Asegura que con ello el cliente tratará de reducir su consumo.

Agrega que si este ajuste se aplica desde junio solo a quienes consumen de 501 a 700 kw/h es porque en ese rango de usuarios hay mayor consumo.

Según el pliego tarifario del Conelec, en los niveles de consumo de 701 a más de 3.500 kw/h no se producen variaciones para la época de verano.

10

focos, un refrigerador, un equipo de sonido, cuatro televisores, tres aires acondicionados (de 20 mil BTU), una licuadora, una plancha y una lavadora, requieren 501 kw/h.

ANEXO 5



Banco Central del Ecuador





[BCE](#)
[Transparencia](#)
[Comunicación](#)
[Atención Ciudadana](#)
[Dinero Electrónico](#)
[Cuestiones Económicas](#)

Usted está aquí: Inicio > Boletines de prensa > EN 2014 LA ECONOMÍA ECUATORIANA CRECIÓ EN 3.8%, ES DECIR 3.5 VECES MÁS QUE EL CRECIMIENTO PROMEDIO DE AMÉRICA LATINA QUE ALCANZÓ 1.1%

EN 2014 LA ECONOMÍA ECUATORIANA CRECIÓ EN 3.8%, ES DECIR 3.5 VECES MÁS QUE EL CRECIMIENTO PROMEDIO DE AMÉRICA LATINA QUE ALCANZÓ 1.1%

Quito, 27 de marzo de 2015

- Durante el año 2014 el Producto Interno Bruto (PIB) tuvo una variación anual positiva de 3.8%.
- En el cuarto trimestre de 2014 la economía creció en 0.5%, respecto al trimestre anterior; y, en 3.5 % comparada con igual período de 2013.
- El Valor Agregado no Petrolero creció en 4.3% entre el cuarto trimestre de 2014 y el cuarto trimestre de 2013, y contribuyó con 3.71 puntos porcentuales al crecimiento total de la economía (3.5 %).

COMUNICACIÓN

BOLETINES DE PRENSA

ARCHIVO

VIDEOS DE INTERÉS

FOTOS

RESPONDIENDO A LOS MEDIOS

PIB DE ECUADOR Y AMÉRICA LATINA
Tasas de variación 2007-2014



	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
-AL	5.8	4.0	-1.2	6.2	4.3	2.7	2.8	1.1
Ecuador	2.2	6.4	0.6	3.5	7.9	5.2	4.6	3.8

Fuente: CEPAL y BCE.

ANEXO 6

Ecuador cierra el 2014 con una inflación de 3,67%

8 de enero de 2015 - 8:56 am

Tiempo de lectura: 2 minutos | No. de palabras: 305 | 29796 vistas

[Compartir](#) [Twitter](#) [9](#) [Imprimir](#) [Enviar](#)



Ecuador registró una inflación anual de 3,67% en el 2014 frente al 2,70% del 2013, según el último reporte del Índice de Precios al Consumidor (IPC), publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

En diciembre del 2014, el país registró una inflación mensual de 0,11% en comparación al 0,20% del doceavo mes del año previo.

La división de Alimentos y Bebidas no alcohólicas es la que más contribuyó en la variación mensual del IPC con el 27,74% del total, seguida de Recreación y Cultura con el 19,27%.

Esmeraldas es la ciudad con la inflación mensual más alta con el 0,60%, seguida de Machala con 0,41%. Mientras, Loja y Manta son las que menos inflación tienen con el -0,12 y -0,18% respectivamente.

La Canasta Básica se ubicó en 646,30 dólares, mientras el ingreso familiar mensual con 1,6 perceptores es de 634,67 dólares. En diciembre del 2013, la Canasta Básica llegó a 620,86 dólares con un ingreso familiar de 593,60 dólares.

Dentro de nuestro compromiso de entregarle al país cifras de calidad de manera adecuada y oportuna y respetando el calendario estadístico, el INEC publicó a las 09h00 del cuarto día laborable de enero el reporte del IPC.

Finalmente, el INEC informa que cumpliendo con su política de calidad estadística, realizará el Cambio de Año Base del Índice de Precios al Consumidor a partir de enero del 2015, el cual será presentado, según calendario estadístico, el cuarto día laborable de febrero. El cambio de año base es un procedimiento estadístico cuyo objeto es el actualizar los productos que componen la canasta del índice de precios al consumidor, así como sus ponderaciones, de manera que reflejen las tendencias actuales de consumo de la población. El índice con año base 2014 reemplazará al índice vigente que tiene como base el año 2004.

- Presentación de Inflación – Diciembre 2014