



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HUMITAS, EMPACADO AL VACÍO EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI.”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORA: HIGUERA MOLINA JOSSELINE ANDREA

DIRECTOR: MSC. MARLON PINEDA

IBARRA, 2017

RESUMEN EJECUTIVO

El desarrollo de investigación del proyecto se lo realizó en la ciudad de San Gabriel, la cual se encuentra en una zona fronteriza, motivo por el cual cuenta con una gran actividad económica. La ciudad de San Gabriel, cuenta con una gran variedad gastronómica como es la elaboración de humitas; en la ciudad de San Gabriel, existen varios productores de humitas que las realizan de una manera empírica, dichas humitas son vendidas en cafeterías y restaurantes acompañados de una bebida caliente ya sea una taza de café o una taza de aromática. Este estudio se lo ejecutó con la finalidad de sustentar la factibilidad de la creación de una microempresa de producción y comercialización de humitas empacado al vacío en la ciudad de San Gabriel, Cantón Montúfar, provincia del Carchi, por ello se ha utilizado diferentes técnicas de investigación como: la encuesta, la entrevista, la observación directa y también se ha apoyado en la investigación documental y la opinión de expertos. Al realizar la investigación de mercado se ha determinado que existe una gran demanda insatisfecha, la cual es una oportunidad para la nueva microempresa, la disponibilidad en la zona norte del país en cuanto a la materia prima los productores de maíz suaves son excelentes aliados para poder desarrollar las actividades de producción y comercialización, al igual que el conocimiento y la experiencia que se ha obtenido en la producción de humitas. Además, mediante los análisis financieros que se presentan en el trabajo se podrá tomar decisiones con criterio profesional, las cuales llevarán a obtener excelentes resultados y el buen funcionamiento de todas las actividades en cada una de las áreas y al no generar impactos negativos altos se ha determinado que el desarrollo del proyecto es factible y rentable.

SUMMARY

The development of investigation of the project of carried out it in San Gabriel's city, which is in a border area, motivates for which has a great economic activity. San Gabriel's city, has a great gastronomic variety as it is the humitas elaboration; in San Gabriel's city, several producing of humitas that carry out them in a way empiric, this humitas exist they are either sold in cafeterias or restaurants accompanied by a hot drink a cup of coffee or a cup of aromatic. This study was carried out it with the purpose of sustaining “el Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de humitas empacado al vacío en la ciudad de San Gabriel, Cantón Montúfar, provincial del Carchi” for it has been used it different investigation techniques like: the survey, the interview, the direct observation and he/she has also leaned on in the documental investigation and the opinion of experts. When carrying out the market investigation it has been determined that a great unsatisfied demand exists, which is an opportunity for the new microempresa, the readiness in the north area of the country as for the matter prevails those producing of soft corn they are excellent allies to be able to develop the production activities and commercialization, the same as the knowledge and the experience that it has been obtained in the humitas production. Also, by means of the financial analyses that are presented in the work he/she will be able to take decisions with professional approach, which will take to obtain excellent results and the good operation of all the activities in each one of the areas and when not generating high negative impacts it has been determined that the development of the project is feasible and profitable.

AUTORÍA

Yo, JOSSELINE ANDREA HIGUERA MOLINA, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 040184352-9, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HUMITAS, EMPACADO AL VACÍO EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI"**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación personal: y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Josseline Andrea Higuera

C.C. 0401843529

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, Presentado por el Srta. Josseline Andrea Higuera Molina, para optar por el título de Ingeniera Comercial, cuyo tema es "Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de humitas, empacado al vacío en la ciudad de San Gabriel, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi".

Considero que el presente trabajo de investigación cumple con los requerimientos y méritos suficientes para ser sometido a presentación y evaluación por parte del Jurado Examinador que se designe.



Msc. Marlon Pineda

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, Josseline Andrea Higuera Molina, con cédula de ciudadanía N° 04184352-9, dedico con voluntad de ceder a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE los derechos patrimoniales consagrados en la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HUMITAS, EMPACADO AL VACÍO EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI"**, que ha sido desarrollado para optar por el título en **Ingeniería Comercial** 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 de la entrega del trabajo final, en formato impreso y digital a la Biblioteca de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.

Josseline Andrea Higuera
C.C. 0401843529

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA



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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar a 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 la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD	040184352-9		
APELLIDOS Y NOMBRE	Josseline Andrea Higuera Molina		
DIRECCIÓN	San Gabriel, Colón y Rocafuerte		
EMAIL	jahigueram@utn.edu.ec		
TELÉFONO MÓVIL	0986413502		
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HUMITAS, EMPACADO AL VACÍO EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI		
AUTORA	Josseline Andrea Higuera Molina		
FECHA:	04/02/2017		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA	PREGRADO	X	POSTGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA	Ingeniería Comercial		
ASESOR/DIRECTOR	MSc. Marlon Pineda		

Yo, Josseline Andrea Higuera Molina, con la cédula de ciudadanía Nro. 040184352-9, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega de este 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.

CONSTANCIAS

El autor 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, también manifiesta que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad, en caso de reclamación por parte de terceros.



Josseline Andrea Higuera
C.C. 0401843529

DEDICATORIA

Este trabajo final de grado se lo dedico con mucho cariño y respeto a:

A mis padres: Pablo y Teresa, quienes confiaron en mí, y estuvieron dispuestos y de todo corazón a hacer grandes esfuerzos y sacrificios para poder brindarme su apoyo y ayuda en esta importante etapa de mi vida, por sus palabras de ánimo en el momento preciso.

A mis queridos hermanos Douglas y Belén, por su apoyo constante e incondicional, por su comprensión y cariño en todo tiempo.

A mis apreciados y queridos hermanos en la fe, por sus palabras de ánimo y consejos que me permitieron asegurarme de lo más importante y tomar las decisiones acertadas en todo este proceso, lo que me ha permitido ser realmente feliz.

JOSELINE H.

AGRADECIMIENTO

Gracias a Jehová Dios por mostrar su bondad inmerecida y darme la fuerza para seguir adelante en las diferentes etapas de mi vida.

Por darme su guía y consejo para poder dirigir mis pasos en el camino correcto.

A la UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, a todos los docentes de la carrera de ingeniería comercial que compartieron sus conocimientos y profesionalismo en esta etapa estudiantil

A mi familia; mis padres Pablo y Teresa, mis hermanos Douglas y Belén por su apoyo constante e incondicional en todo momento.

A mis apreciados y queridos hermanos en la fe, por sus palabras de ánimo y consejos.

Al Mgs. Ing. CPA. Lenin Ubidia G, por compartir su valioso tiempo, conocimientos y experiencia para guiarme en el desarrollo de este trabajo.

JOSELINE H.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HUMITAS, EMPACADO AL VACÍO EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI.”**, comprenderá de las siguientes partes y actividades para el desarrollo del mismo:

Capítulo I Diagnóstico situacional: Se realizó el diagnóstico situacional en la ciudad de San Gabriel, el cual permitió evaluar las siguientes variables; Ubicación geográfica, aspectos demográficos, comercialización, talento humano y aspecto ambiental. Contiene antecedentes del consumo de humitas, datos estadísticos de la población de la ciudad de San Gabriel, lo que permitirá identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

Capítulo II Marco teórico: Mediante una investigación bibliográfica- documental, se obtuvo conceptos y teorías referentes a la temática del trabajo de investigación como: La empresa, fundamentos de administración, producción, estudio de mercado, comercialización, empacado al vacío, entre otros.

Capítulo III Investigación de mercado: Se desarrolló la investigación del mercado para poder recopilar y analizar la información, la cual permitió tomar decisiones sobre el proyecto. Además, se determinó la muestra poblacional y, mediante la aplicación de diferentes instrumentos de investigación, se logró determinar la población demandante, así como también la oferta, y la demanda potencial insatisfecha, para determinar y conocer los requerimientos y expectativas de los consumidores.

Capítulo IV Estudio técnico: Este estudio permitió conocer macro localización y micro-localización del proyecto, la ubicación de la empresa, el diseño y distribución de las instalaciones, diagramas y el cuadro de proceso, requerimientos de la empresa y la valoración de las inversiones fijas, así como también su financiamiento para el mejor desarrollo del proyecto.

Capítulo V Estructura técnica: Se creó la estructura organizativa, actividades, coordinación de tareas y delegación de autoridad, estructura organizacional y funcional que tendrá la microempresa, además se identificó aspectos de planificación estratégica como la misión, visión, políticas, principios, valores, objetivos, organigrama estructural, descripciones de puestos y los requerimientos del personal.

Capítulo VI Estudio financiero: Se realizó la evaluación económica y financiera, por lo tanto se registró todas las especificaciones necesarias para el funcionamiento de la microempresa como son inversiones, presupuesto de ingresos, costos, gastos, y el correspondiente análisis financiero determinando la factibilidad del proyecto.

Capítulo VII Impactos: Se identificó los posibles impactos en el ámbito económico, social, tecnológico, empresarial y ambiental, los cuales pueden generarse en el desarrollo del proyecto para cuantificarlos y cualificarlos.

Se terminó realizando las respectivas conclusiones después de haber cumplido con las etapas del proceso de investigación, luego se formularon recomendaciones que serán de importancia para la buena marcha de la nueva microempresa.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	i
SUMMARY	ii
AUTORÍA	¡Error! Marcador no definido.
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	iv
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	v
DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO.....	x
INTRODUCCIÓN	xi
ÍNDICE GENERAL	xiii
ÍNDICE DE CUADROS	xxv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxxi
JUSTIFICACIÓN	xxxiv
OBJETIVO GENERAL	xxxiv
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	xxxv
CAPÍTULO I	1
1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	1
1.1 Antecedentes diagnósticos.....	1
1.2 Objetivos diagnósticos.....	2

1.2.1	Objetivo general:	2
1.2.2	Objetivos específicos:	2
1.3	Variables diagnósticas.....	3
1.4	Indicadores	4
1.5	Matriz de relación diagnóstica	5
1.6	Análisis de variables diagnósticas	6
1.6.1	Antecedentes históricos	6
1.6.2	Ubicación geográfica.....	7
1.6.3	Aspectos demográficos.....	10
1.7	Población y muestra	13
1.7.1	Determinación de la población.....	13
1.7.2	Determinación de la muestra	16
1.8	Instrumentos de Recolección de Información.....	18
1.8.1	Información primaria	19
1.8.2	Información Secundaria	19
1.9	Evaluación y análisis de la información	20
1.9.1	Análisis de encuestas aplicadas a consumidores potenciales	20
1.9.2	Análisis de entrevistas aplicada a los productores de humitas	31
1.9.3	Análisis de entrevista aplicada a un funcionario del GAD Montúfar	37
1.10	Análisis AOOD (Aliados, Oponentes, Oportunidades, Riesgos),	39

1.11	Determinación de oportunidades de inversión	40
CAPÍTULO II		41
2	MARCO TEÓRICO	41
2.1	Empresa	41
2.1.1	Definición	41
2.1.2	Tipos de empresa	41
2.1.3	Funciones de la empresa.....	42
2.1.4	Estructura de la empresa.....	43
2.2	Microempresa.....	44
2.2.1	Definición	44
2.2.2	Empresario individual.....	45
2.2.3	Requisitos para el funcionamiento	45
2.2.4	Clasificación de microempresa	46
2.2.5	Obligaciones tributarias.....	47
2.2.6	Recursos de una microempresa	47
2.3	Maíz.....	50
2.3.1	Definición	50
2.3.2	Beneficios del maíz	51
2.4	Producto	51
2.4.1	Cualidades de un buen producto	52

2.4.2	Ciclo de vida de un producto.....	52
2.4.3	Calidad.....	54
2.4.4	Tipos de procesos productivos	55
2.4.5	Proveedores.....	56
2.5	Gestión Administrativa.....	56
2.5.1	Definición	56
2.5.2	Importancia de la Administración	56
2.5.3	Proceso Administrativos.....	56
2.5.4	Organigrama	57
2.6	Mercado.....	58
2.6.1	Definición de mercado	58
2.6.2	Precio.....	60
2.6.3	Demanda	60
2.6.4	Oferta	61
2.6.5	Publicidad	61
2.6.6	Distribución	62
2.7	Gestión financiera.....	64
2.7.1	Valor Actual Neto	64
2.7.2	Tasa Interna de Retorno	64
2.7.3	Relación Costo Beneficio	65

2.7.4	Punto de Equilibrio	65
2.7.5	Periodo Promedio De Recuperación.....	65
CAPÍTULO III		67
3	ESTUDIO DE MERCADO	67
3.1	Introducción	67
3.2	Objetivos.....	68
3.2.1	Objetivo General	68
3.2.2	Objetivos Específicos.....	68
3.3	Identificación del producto	68
3.3.1	Descripción Física.....	68
3.3.2	Valor agregado	69
3.4	Determinación de la población	69
3.5	Determinación de la muestra.....	70
3.6	Aplicación de los resultados y encuestas realizadas	70
3.7	Tabulación y análisis de datos.....	71
3.7.1	Análisis de encuestas aplicadas a restaurantes, cafeterías y supermercados	71
3.8	Establecimiento e identificación del mercado meta	82
3.9	Tipo de segmentación	82
3.9.1	Segmentación según el estatus social.....	82

3.9.2	Segmentación demográfica	82
3.9.3	Segmentación geográfica	83
3.9.4	Segmentación conductual.....	83
3.10	Análisis de la demanda	84
3.10.1	Cálculo de la demanda actual.....	84
3.10.2	Proyección de la demanda.....	87
3.11	Análisis de la oferta	88
3.11.1	Cálculo de la oferta actual.....	89
3.11.2	Proyección de la oferta por parte de los productores de humitas	90
3.12	Demanda insatisfecha.....	90
3.13	Demanda a captar.....	91
3.14	Estrategias de mercado	95
3.14.1	Precio.....	96
3.14.2	Producto.....	96
3.14.3	Plaza.....	100
3.14.4	Promoción.....	100
3.15	Conclusiones del estudio de mercado.....	104
CAPÍTULO IV.....		107
4	ESTUDIO TÉCNICO.....	107
4.1	Presentación.....	107

4.2	Objetivos.....	108
4.2.1	Objetivo general.....	108
4.2.2	Objetivos Específicos.....	108
4.3	Localización del proyecto	108
4.3.1	Macro-localización	109
4.3.2	Micro-localización.....	110
4.4	Tamaño del proyecto.....	112
4.4.1	Mercado	112
4.4.2	Cobertura de demanda potencial a satisfacer.....	112
4.4.3	Tecnología del proceso productivo	113
4.4.4	Disponibilidad de materia prima e insumos.....	113
4.4.5	Capacidad de la planta	115
4.5	Ingeniería del proyecto	116
4.6	Proceso Productivo	120
4.6.1	Diagrama de operación.....	121
4.6.2	Diagrama de bloques	122
4.6.3	Flujo grama del proceso productivo	123
4.7	Distribución de la Planta	125
4.8	Presupuesto Técnico.....	128
4.8.1	Inversiones fijas	128

4.8.2	Resumen de la inversión fija	133
4.9	Capital de trabajo	134
4.9.1	Materia prima	134
4.9.2	Mano de obra	136
4.9.3	Suministros de oficina	137
4.9.4	Suministros de aseo.....	137
4.9.5	Servicios básicos	138
4.9.6	Gastos de venta	139
4.9.7	Publicidad	140
4.9.8	Gastos de constitución.....	141
4.9.9	Resumen del capital de trabajo.....	141
4.10	Inversión total	142
4.11	Financiamiento	143
4.11.1	Aporte de los socios.....	143
4.11.2	Resumen del financiamiento.....	144
4.12	Conclusión del estudio técnico	145
CAPÍTULO V		147
5	ESTUDIO FINANCIERO	147
5.1	Presentación.....	147
5.2	Objetivos.....	147

5.2.1	Objetivo general	147
5.2.2	Objetivos específicos	147
5.3	Estado de situación financiera	148
5.4	Ingresos proyectados	149
5.4.1	Determinación del precio del producto	149
5.4.2	Resumen del precio de venta	151
5.5	Egresos proyectados	152
5.5.1	Materia prima directa	152
5.5.2	Materia prima indirecta.....	153
5.5.3	Mano de obra directa	154
5.5.4	Gastos administrativos.....	155
5.5.5	Proyección de servicios básicos	157
5.5.6	Proyección de gastos de venta	157
5.6	Fuentes de financiamiento.....	158
5.7	Tabla de amortización	158
5.7.1	Pago de interés de deuda	160
5.8	Depreciaciones.....	161
5.9	Resumen de egresos proyectados	162
5.9.1	Resumen de ingresos y egresos proyectados	162
5.10	Estado de resultados proyectado	163

5.11	Flujo de caja proyectado	164
5.12	Punto de equilibrio.....	165
5.13	Evaluación financiera	165
5.13.1	Costo de oportunidad.....	166
5.13.2	Tasa de rendimiento medio.....	167
5.13.3	Valor actual neto	167
5.13.4	Tasa interna de retorno.....	169
5.13.5	Relación costo beneficio	171
5.13.6	Periodo de recuperación de la inversión	172
5.14	Conclusión del estudio financiero.....	174
CAPÍTULO VI.....		175
6	PROPUESTA DE ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	175
6.1	Presentación.....	175
6.2	Objetivos.....	175
6.2.1	Objetivo general	175
6.2.2	Objetivos específicos	175
6.3	Nombre o razón social de la microempresa	176
6.4	Logotipo de la microempresa	176
6.4.1	Descripción del logotipo	176
6.4.2	Eslogan de la microempresa.....	176

6.4.3	Marca	177
6.5	Conformación jurídica de la microempresa	177
6.5.1	Registro Único de Contribuyente (RUC)	177
6.5.2	Certificado de seguridad del cuerpo de bomberos.....	178
6.5.3	Patentes Municipales	178
6.5.4	Afiliación al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).....	179
6.5.5	Permiso de salud pública	179
6.5.6	Inscripción del producto al Registro sanitario.....	180
6.6	Filosofía micro empresarial.....	181
6.6.1	Misión.....	181
6.6.2	Visión	182
6.6.3	Objetivos	182
6.6.4	Valores.....	182
6.7	Estructura Organizacional	184
6.7.1	Organigrama estructural	184
6.7.2	Identificación de puestos y funciones.....	185
6.8	Estructura legal.....	194
CAPÍTULO VII		195
7	IMPACTOS	195
7.1	Presentación.....	195

7.2	Objetivos.....	196
7.2.1	Objetivo general.....	196
7.2.2	Objetivos específicos.....	196
7.3	Análisis de impactos.....	197
7.3.1	Impacto económico.....	197
7.3.2	Impacto social.....	198
7.3.3	Impacto tecnológico.....	199
7.3.4	Impacto empresarial.....	200
7.3.5	Impacto ambiental.....	201
7.4	Impacto general.....	202
7.5	Conclusión de impactos.....	202
	Conclusiones.....	203
	Recomendaciones.....	205
	Bibliografía.....	207
	Linkografía.....	211
	Anexos.....	215
	Anexo N° A: Encuesta a intermediarios.....	215
	Anexo N° B: Encuesta a familias.....	216
	Anexo N° C: Entrevista dirigida a un funcionario del GAD MUNICIPAL DE MONTÚFAR.....	217

Anexo N° D: Entrevista dirigida a productores de humitas en la ciudad de San Gabriel.....	218
Anexo N° E: Patente Municipal.....	219
PROFORMAS	220
Proforma N° A: Cuñas en radio horizonte.....	220
Proforma N° B: Informe de avaluo del terreno	221
Proforma N° C: Precios de materia prima.....	223
Proforma N° D: Precio de la selladora al vacío.....	224
CERTIFICADOS DE SOCIOS.....	225

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: <i>Variables e indicadores</i>	4
Cuadro N° 2: Matriz de relación diagnóstica	5
Cuadro N° 3: Población urbana y rural de Montúfar 2016.....	11
Cuadro N° 4: Población por grupos de edad	11
Cuadro N° 5: Población de San Gabriel	14
Cuadro N° 6: Actualización de la población de la Ciudad de San Gabriel.....	14
Cuadro N° 7: Restaurantes de la ciudad de San Gabriel	15
Cuadro N° 8: Cafeterías de la ciudad de San Gabriel.....	15
Cuadro N° 9: Supermercados de la ciudad de San Gabriel	16
Cuadro N° 10: Identificación de variables	17
Cuadro N° 11: Consumo de entremeses.....	20

Cuadro N° 12: Opinión de las humitas	21
Cuadro N° 13: Tradición del consumo de humitas	22
Cuadro N° 14: Consumo de humitas empacadas al vacío	23
Cuadro N° 15: Precio aceptado para una funda de 5 unidades de humitas	24
Cuadro N° 16: Frecuencia del consumo de humitas	25
Cuadro N° 17: Cantidad de consumo de humitas 1 funda de cinco unidades.....	26
Cuadro N° 18: Razones de compra.....	27
Cuadro N° 19: Lugar donde comprar las humitas empacadas.....	28
Cuadro N° 20: Preferencias de alimentos según el número de encuestados	29
Cuadro N° 21: Preferencias de alimentos (5 más gusta- 1 el que menos le gusta) 29	
Cuadro N° 22: Preferencias de alimentos	30
Cuadro N° 23: Matriz AOOD	39
Cuadro N° 24: Población de San Gabriel.....	69
Cuadro N° 25: Actividad de la empresa	71
Cuadro N° 26: Comercialización de entremeses en el negocio.....	72
Cuadro N° 27: Conocimiento de una microempresa de humitas.....	73
Cuadro N° 28: Creación de una microempresa de producción y comercialización de humitas.....	74
Cuadro N° 29: Disponibilidad a adquirir humitas empacadas	75
Cuadro N° 30: Preferencia de ubicación de la microempresa de humitas	76
Cuadro N° 31: Abastecimiento de la mercadería	77
Cuadro N° 32: Estrategias utilizadas para vender.....	78
Cuadro N° 33: Preferencia de unidades de humitas por paquete	79

Cuadro N° 34: Forma de pago del producto.....	80
Cuadro N° 35: Relaciones comerciales con la empresa	81
Cuadro N° 36: Cálculo del número de familias que consumen humitas.....	85
Cuadro N° 37: Calculo de la demanda anual según la población total.....	86
Cuadro N° 38: Proyección de la demanda	87
Cuadro N° 39: Productores de humitas.....	88
Cuadro N° 40: Producción anual de las humitas	89
Cuadro N° 41: Proyección de la oferta	90
Cuadro N° 42: Cálculo de la demanda potencial insatisfecha.....	91
Cuadro N° 43: Análisis de la demanda potencial insatisfecha	91
Cuadro N° 44: Tiempo necesario en el proceso de producción de humitas.....	92
Cuadro N° 45: Producción de la microempresa	93
Cuadro N° 46: Capacidad de producción.....	94
Cuadro N° 47: Demanda a captar	94
Cuadro N° 48: Proyección de participación en el mercado	95
Cuadro N° 49: Micro localización del proyecto.....	110
Cuadro N° 50: Mercado disponible para el producto.....	112
Cuadro N° 51: Cobertura de la demanda potencial insatisfecha.....	113
Cuadro N° 52: Características del motor HP	117
Cuadro N° 53: Características de la empacadora al vacío.....	119
Cuadro N° 54: Diagrama de operación para la fabricación de 277 humitas empacadas al vacío	121
Cuadro N° 55: Diagrama de bloques del proceso productivo.....	122

Cuadro N° 56: Flujo grama del proceso productivo (277 humitas)	123
Cuadro N° 57: Valor del terreno	125
Cuadro N° 58: Distribución de la planta	125
Cuadro N° 59: Costo del terreno	128
Cuadro N° 60: Costo de la construcción	129
Cuadro N° 61: Costo de maquinaria y equipo de producción.....	131
Cuadro N° 62: Costo de herramientas de producción	131
Cuadro N° 63: Costo de muebles y enseres	132
Cuadro N° 64: Costo de equipo de computación	132
Cuadro N° 65: Costo de quipo de oficina	133
Cuadro N° 66: Resumen de la inversión fija.....	133
Cuadro N° 67: Materia prima directa (gramos).....	134
Cuadro N° 68: Materia prima directa (unidad).....	135
Cuadro N° 69: Materia prima indirecta	135
Cuadro N° 70: Costo anual de materia prima.....	135
Cuadro N° 71: Mano de obra directa.....	136
Cuadro N° 72: Sueldo del personal administrativo	136
Cuadro N° 73: Costo de suministros de oficina.....	137
Cuadro N° 74: Costo suministros de limpieza	138
Cuadro N° 75: Costos de servicios básicos	138
Cuadro N° 76: Gasto telefónico.....	139
Cuadro N° 77: Gastos de venta.....	139
Cuadro N° 78: Gastos de publicidad (intermediarios)	140

Cuadro N° 79: Gastos publicidad	140
Cuadro N° 80: Gastos de constitución	141
Cuadro N° 81: Capital de trabajo.....	141
Cuadro N° 82: Inversión total	142
Cuadro N° 83: Aporte socio 1	143
Cuadro N° 84: Aporte socio 2.....	143
Cuadro N° 85: Aporte socio 3.....	144
Cuadro N° 86: Resumen del financiamiento	144
Cuadro N° 87: Determinación de costos de materia prima directa.....	149
Cuadro N° 88: Determinación de costos de mano de obra directa.....	149
Cuadro N° 89: Determinación de costos indirectos de fabricación.....	150
Cuadro N° 90: Determinación de los gastos administrativos.....	150
Cuadro N° 91: Determinación de los gastos de venta	150
Cuadro N° 92: Determinación del precio de venta de fabrica.....	151
Cuadro N° 93: Ingresos proyectados	152
Cuadro N° 94: Proyección de materia prima	153
Cuadro N° 95: Proyección de materia prima indirecta.....	154
Cuadro N° 96: Proyección de la mano de obra directa	155
Cuadro N° 97: Proyección de gastos administrativos.....	155
Cuadro N° 98: Proyección de suministros de oficina.....	156
Cuadro N° 99: Proyección de gastos de servicio de internet y teléfono	156
Cuadro N° 100: Proyección de servicios básicos	157
Cuadro N° 101: Proyección Gasto publicidad	157

Cuadro N° 102: Proyección gastos de ventas	158
Cuadro N° 103: Fuente de financiamiento	158
Cuadro N° 104: Amortización de la deuda	158
Cuadro N° 105: Interés de deuda.....	160
Cuadro N° 106: Tabla de depreciación	161
Cuadro N° 107: Resumen de depreciación de activos fijos.....	161
Cuadro N° 108: Resumen de ingresos y egresos	162
Cuadro N° 109: Estado de resultados proyectado	163
Cuadro N° 110: Estado de flujo de efectivo.....	164
Cuadro N° 111: Costo de oportunidad	166
Cuadro N° 112: Cálculo del Valor Actual Neto	168
Cuadro N° 113: Cálculo de la Tasa Interna de Retorno	170
Cuadro N° 114: Flujos netos actualizados	171
Cuadro N° 115: Cálculo del periodo de recuperación	172
Cuadro N° 116: Nivel de impactos	195
Cuadro N° 117: Impacto económico.....	197
Cuadro N° 118: Impacto social.....	198
Cuadro N° 119: Impacto tecnológico.....	199
Cuadro N° 120: Impacto empresarial	200
Cuadro N° 121: Impacto ambiental	201
Cuadro N° 122: Impacto general	202

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Límites de Cantón Montúfar.....	8
Gráfico N° 2: División política del Cantón Montúfar.....	10
Gráfico N° 3: Principales actividades que generan mayor ingreso.....	13
Gráfico N° 4: Consumo de entremeses.....	20
Gráfico N° 5: Opinión de las humitas.....	21
Gráfico N° 6: Tradición del consumo de humitas.....	22
Gráfico N° 7: Consumo de humitas empacadas al vacío.....	23
Gráfico N° 8: Precio aceptado para una funda de 5 unidades de humitas.....	24
Gráfico N° 9: Frecuencia del consumo de humitas.....	25
Gráfico N° 10: Cantidad de consumo de humitas 1 funda de cinco unidades.....	26
Gráfico N° 11: Razones de compra.....	27
Gráfico N° 12: Lugar donde comprar las humitas empacadas.....	28
Gráfico N° 13: Preferencias de alimentos.....	30
Gráfico N° 14: Clasificación de la empresa.....	42
Gráfico N° 15: Ciclo de vida de un producto.....	53
Gráfico N° 16: Etapas del proceso administrativo.....	57
Gráfico N° 17: Definición de mercado.....	59
Gráfico N° 18: Gráfico de la TIR.....	64
Gráfico N° 19: Descripción física de las humitas.....	69
Gráfico N° 20: <i>Actividad de la empresa</i>	71
Gráfico N° 21: Comercialización de entremeses en el negocio.....	72

Gráfico N° 22: Conocimiento de una microempresa de humitas	73
Gráfico N° 23: Creación de una microempresa de producción y comercialización de humitas.....	74
Gráfico N° 24: Disponibilidad a adquirir humitas empacadas	75
Gráfico N° 25: Preferencia de ubicación de la microempresa de humitas.....	76
Gráfico N° 26: Abastecimiento de la mercadería.....	77
Gráfico N° 27: Estrategias utilizadas para vender	78
Gráfico N° 28: Preferencia de unidades de humitas por paquete.....	79
Gráfico N° 29: Forma de pago del producto	80
Gráfico N° 30: Relaciones comerciales con la empresa.....	81
Gráfico N° 31: Información Nutricional por una humita	97
Gráfico N° 32: Ingredientes de las humitas	98
Gráfico N° 33: Logotipo de la microempresa.....	98
Gráfico N° 34: Cocción de las humitas	99
Gráfico N° 35: Sistema de comercialización.....	100
Gráfico N° 36: Afiche publicitario de la microempresa.....	101
Gráfico N° 37: Página web de la microempresa	102
Gráfico N° 38: Cuña radial.....	103
Gráfico N° 39: Red social de la microempresa.....	104
Gráfico N° 40: Ubicación de la microempresa	109
Gráfico N° 41: Micro localización del proyecto	111
Gráfico N° 42: Motor HP	116
Gráfico N° 43: Molino de mano	117

Gráfico N° 44: Poleas	118
Gráfico N° 45: Molino a motor	118
Gráfico N° 46: Portátil doble barra EV-4002B/G.....	119
Gráfico N° 47: Simbología del diagrama de operación.....	120
Gráfico N° 48: Distribución de la planta.....	126
Gráfico N° 49: Vista frontal de la planta.....	127
Gráfico N° 50: Vista superior de la planta.....	127
Gráfico N° 51: Logotipo de la microempresa.....	176

JUSTIFICACIÓN

La creación de la microempresa de producción y comercialización de humitas tiene como finalidad de ofrecer un producto que cuente con las normas de higiene y seguridad adecuadas para su elaboración, para garantizar su consumo y lograr la caracterización de la “Ciudad de la Eterna Primavera” con este producto tradicional.

Con la nueva propuesta se apoyará al proceso de cambio de la matriz productiva que permita al Ecuador generar mayor valor agregado a su producción en el marco de la construcción de una sociedad del conocimiento, también beneficiará al crecimiento económico de la zona Norte del país y a la creación de fuentes de empleo, maximizando la actividad económica. Como también el beneficio para los productores de la zona y tener una identificación de comidas tradicionales frente al turismo. Teniendo como beneficiarios directos a las personas de la ciudad de San Gabriel.

En la actualidad existe apoyo por parte del Ministerio de Industrias y Productividad que está impulsando diferentes ferias para permitir a las microempresas posicionarse y realizar contactos a nivel empresarial con miras a futuros intercambios y exportación de sus productos.

OBJETIVO GENERAL

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización humitas empacado al vacío, en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar, provincia del Carchi, con la finalidad de contribuir al mejoramiento económico de la zona norte.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional que sustente la creación de una microempresa productora y comercializadora de humitas, empacado al vacío en la ciudad de San Gabriel, identificando; aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que influyen el desarrollo del proyecto.
- Establecer una conceptualización de términos propios del proyecto para facilitar la comprensión del mismo.
- Analizar la factibilidad para la implantación de una microempresa productora y comercializadora de humitas empacadas al vacío en la ciudad de San Gabriel.
- Determinar la capacidad de producción de la microempresa productora y comercializadora de humitas empacadas al vacío.
- Elaborar el estudio financiero para obtener información que permita anticiparse a condiciones futuras y que permita comprobar la factibilidad del proyecto.
- Efectuar el estudio organizacional para determinar los aspectos organizativos en lo que se refiere a la microempresa para poder alcanzar las metas propuestas por la misma.
- Identificar los posibles impactos que puedan generarse en el desarrollo del proyecto de producción y comercialización de humitas.

CAPÍTULO I

1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes diagnósticos

El cantón Montúfar con su cabecera cantonal la ciudad de San Gabriel, se encuentran ubicado en la región Centro- Este de la Provincia del Carchi, con un área total de 398,3 Km², por su creación es el segundo Cantón de la Provincia.

En la población del Cantón Montúfar según los Datos del INEC censo 2010 es de 51.13% (15.601) de mujeres y el 48,87% (14.910) de hombres, de los cuales 21.096 habitantes corresponden a la ciudad de San Gabriel, es decir el 69,14% del total de la población. La cabecera cantonal de Montúfar se encuentra a 50km del puente de Rumichaca, debido a su limitación con la ciudad colombiana Ipiales, se ha desarrollado varias actividades en lo que respecta al comercio.

Para los montufareños la principal actividad económica es la agrícola ganadera con un 38%, seguido por el comercio 12%. La actividad ganadera se orienta a la producción de leche; en la zona existen 4 empresas agroindustriales que se dedican a la elaboración de productos lácteos. La utilización de tierras se ha enfocado en la producción agropecuaria rotando el cultivo de; papa-pasto y entre los principales productos que se dan en la zona son; melloco, haba, oca, arveja y maíz.

En San Gabriel existe una larga tradición cultural, motivo por el cual constantemente se organizan programas culturales, brindando un escenario de artistas locales, nacionales y extranjeros. Las diferentes ferias gastronómicas tienen

como objetivo dinamizar la economía local, fortalecer el turismo y ofertar a los visitantes uno de los platos típicos de esa zona, en un ambiente adecuado.

Las humitas tienen origen con la población inca, y a pesar de la conquista española, algunas personas conservan aún las costumbres y creencias antiguas. Los países como; Perú, Bolivia y el norte de nuestro país fueron hogares del antiguo pueblo Inca y hoy, aunque existen grandes ciudades hay quienes no han olvidado sus tradiciones, y las han transmitido de padres a hijos.

Las mujeres Incas molían los granos de maíz en batanes de piedra, hacían bollitos, y los envolvían en panká, hojas de chala y luego las hervían en abundante agua salada. En la actualidad después de tantos siglos, seguimos comiéndolas y disfrutando tanto grandes como chicos de su exquisito sabor.

1.2 Objetivos diagnósticos

1.2.1 Objetivo general:

Realizar un diagnóstico situacional que sustente la creación de una microempresa productora y comercializadora de humitas, empacado al vacío en la ciudad de San Gabriel, identificando; aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que influyen el desarrollo del proyecto.

1.2.2 Objetivos específicos:

- Establecer los antecedentes históricos de la ciudad de San Gabriel.
- Determinar la ubicación geográfica de la zona de investigación pertinente.
- Analizar los aspectos sociodemográficos del sector.

- Identificar las formas de comercialización de las humitas.
- Determinar las condiciones, disponibilidad y requisitos del talento humano existente en la elaboración de humitas empacado al vacío.
- Analizar las estrategias de prevención y manejo del medio ambiente.

1.3 Variables diagnósticas

- Antecedentes históricos
- Ubicación geográfica
- Aspectos demográficos
- Comercialización
- Talento Humano
- Aspecto Ambiental

1.4 Indicadores

Cuadro N° 1: *Variables e indicadores*

VARIABLES	INDICADORES
ANTECEDENTES HISTÓRICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Fundación de la ciudad de San Gabriel • Tradición
UBICACIÓN GEOGRÁFICA	<ul style="list-style-type: none"> • Límites • Ubicación • Altitud • Extensión Población
ASPECTOS SOCIODEMOGRÁFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Distribución por género de la población • Distribución de la población por edades • Distribución por parroquias
COMERCIALIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de mercado • Competencia • Canal de distribución • Estrategia de venta
TALENTO HUMANO	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de trabajo • Nivel educativo • Capacitación y Cualificación • Estabilidad y Jornada Laboral • Política Salarial
ASPECTO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de aguas servidas • Manejo de desechos • Contaminación

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

1.5 Matriz de relación diagnóstica

Cuadro N° 2: Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVO	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICAS	INFORMANTE
Establecer los antecedentes históricos de la ciudad de San Gabriel.	Antecedentes Históricos	Fundación de la ciudad de San Gabriel Historia Tradición	Secundaria	Bibliográfica	Documentos Página web del GAD Montúfar
Determinar la ubicación geográfica de la zona de investigación pertinente.	Ubicación Geográfica	Ubicación Límites Altitud Clima Ambiente División política	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2011-2031 Del Cantón Montúfar
Analizar los aspectos sociodemográficos del sector.	Aspectos Sociodemográficos	Distribución de la población por género Distribución de la población por edades Principales actividades que generan mayor ingreso	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2011-2031 Del Cantón Montúfar Plan de Gestión Centro Histórico San Gabriel 2012-2016
Identificar las formas de comercialización de las humitas.	Comercialización	Tipo de mercado Competencia Canal de distribución	Primaria	Encuesta	Población Comerciantes Productores
Determinar las condiciones, disponibilidad y requisitos del talento humano existente en la elaboración de humitas empacado al vacío.	Talento Humano	Experiencia de trabajo Nivel educativo Capacitación	Primaria	Encuesta	Productores
Analizar las estrategias de prevención y manejo del medio ambiente	Aspecto Ambiental	Manejo de aguas servidas Manejo de desechos Contaminación	Primaria Y Secundaria	Entrevista Publicaciones	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Funcionario del GAD Montúfar

Fuente: Formulación de Objetivos, Variables e Indicadores

Elaborado por: La autora

1.6 Análisis de variables diagnósticas

1.6.1 Antecedentes históricos

1.6.1.1 Historia

Los pueblos pastos son los ancestros directos de la población que forma parte de la provincia del Carchi, entre las cuales se encuentra la ciudad de San Gabriel, antes llamada; “El pueblo Tusa”, el cual fue fundado el 5 de agosto de 1535 por Diego Tapia.

1.6.1.2 Fundación de la ciudad de San Gabriel

Los hombres de la parroquia Tusa como agradecimiento y admiración al Dr. Gabriel García Moreno, mediante una Asamblea Popular solicitaron el cambio de nombre de su pueblo. La ciudad de San Gabriel antes conocida como, y luego el 23 de abril de 1884 cambia a su nombre original por San Gabriel, por mandato del Poder Legislativo. San Gabriel había alcanzado un notable progreso material y cultural así que sus propios hombres quisieron alcanzar la independencia administrativa del Cantón Tulcán, el único cantón de la provincia en ese entonces.

(GAD DE MONTÚFAR, 2013) El cantón Montúfar alcanzó su independencia político-administrativa el 27 de septiembre de 1905, convirtiéndolo así en el segundo cantón de la provincia del Carchi.

El Honorable Congreso Nacional concedió al cantón Montúfar el título de “Procerato Nacional del trabajo”, debido a la construcción de la carretera oriental que fue construida a base de mingas de hombres y mujeres montufareñas. En

1960 se presentó una imagen de un hombre que lleva en sus manos herramientas características del trabajo denominándose Procerato del Trabajo, el cual se exhibe en el parque central de la ciudad de San Gabriel.

1.6.1.3 Tradición

En la ciudad de San Gabriel existen hombres y mujeres trabajadores, que mediante el trabajo continuo y grupal han conseguido alcanzar metas comunes en beneficio de todos los habitantes del cantón, y eso es lo que los identifica culturalmente como un pueblo minguero.

El cantón Montúfar posee valiosas riquezas culturales y patrimoniales, motivo por el cual representa la construcción y arquitectura colonial, está se ha obtenido mediante el trabajo colectivo de todos los montufareños. Además, la cabecera cantonal, la ciudad de San Gabriel posee diseños arquitectónicos patrimoniales, acompañados por las tierras fértiles, la ciudad se la ha dominado ciudad de las “siete colinas” o la ciudad de la “eterna primavera”.

1.6.2 Ubicación geográfica

1.6.2.1 Ubicación

El cantón Montufar se encuentra ubicado en la zona norte del país, ya que cuenta con una superficie de 390 Km², siendo uno de los cantones más grandes en la provincia, el cantón Montufar está situado a 40 Km de la ciudad de Tulcán, con coordenadas geográficas Latitud Norte – 0066205 y longitud este – 0184373.

1.6.2.2 Límites

Los límites del Cantón Montúfar son;

- **Norte:** Cantones Tulcán y Huaca
- **Este:** provincia de Sucumbíos
- **Sur y Oeste:** Cantones Bolívar y Espejo



Gráfico N° 1: Límites de Cantón Montúfar

Fuente: Plan de Gestión Centro Histórico San Gabriel 2012-2016

1.6.2.3 Altitud

San Gabriel tiene una altitud promedio de 2860 msnm, ubicada en una meseta de 4.4 Km² de extensión.

1.6.2.4 Clima

El clima se caracteriza por ser templado-frío con una temperatura media multianual de 12.5°C. Las precipitaciones mínimas se ubican en agosto y enero con 36mm y 72mm respectivamente; y las máximas en abril y noviembre con 113mm y 109mm respectivamente.

1.6.2.5 Ambiente

El relieve de la zona está definido por la Cordillera Oriental, los páramos de El Ángel y el Nudo Mojanda-Cajas, con una altitud aproximada de 4.000 msnm; los cuales descienden progresivamente en forma de leves laderas hasta llegar al valle del Chota y del Mira. La orografía se ha configurado con la vegetación natural y los remanentes bosques, herbazales, matorrales o páramos donde el grado de intervención humana es muy baja y predomina la vegetación natural.

El cantón Montúfar posee una variabilidad de comidas típicas, además cuenta con hermosos paisajes, como también atractivos turísticos, lo que permite que la actividad económica sea muy activa.

1.6.2.6 División política

Administrativamente el Cantón Montúfar está conformado por:

Dos parroquias urbanas:

- Gonzales Suárez
- San José

Cinco parroquias rurales:

- Piartal
- Chitan de Navarretes
- Fernández Salvador
- Cristóbal Colón
- La Paz

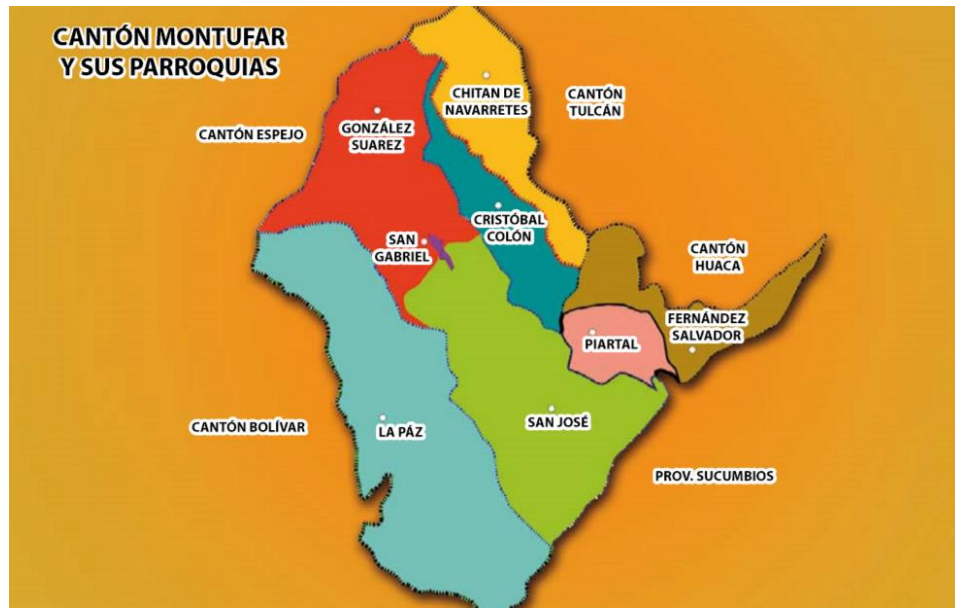


Gráfico Nº 2: División política del Cantón Montúfar

Fuente: Plan de Gestión Centro Histórico San Gabriel 2012-2016

1.6.3 Aspectos demográficos

1.6.3.1 Distribución de la población por género

En la población del Cantón Montúfar según los Datos del INEC censo 2010 es de 51.13% (15.601) de mujeres y el 48,87%(14.910) de hombres, de los cuales 21.096 habitantes corresponden a la ciudad de San Gabriel, es decir el 69,14% del total de la población. De la población total del cantón el 50.9% es considerada como parte de la población económicamente activa, lo que representa el 18.3% de la PEA de la provincia de CARCHI, teniendo el poder adquisitivo para poder satisfacer sus necesidades de alimentación. Según las dos parroquias urbanas y las cinco parroquias rurales, la población tanto de hombres y mujeres queda de la siguiente manera;

Cuadro N° 3: Población urbana y rural de Montúfar 2016

NOMBRE DE LA PARROQUIA	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
	51,13%	48,87%	100%
GONZÁLEZ SUAREZ	11.850	11.326	23.176
SAN JOSÉ			
CHITAN DE NAVARRETE	347	332	679
PIARTAL	640	612	1.252
FERNÁNDEZ SALVADOR	720	688	1.408
CRISTÓBAL COLON	1.653	1.580	3.233
LA PAZ	1.928	1.843	3.770
TOTAL	17.139	16.381	33.520

Fuente: Datos del INEC censo 2010

Elaborado por: La autora

Como se ha podido identificar la mayor parte de la población se concentra en las dos parroquias urbanas del cantón, las cuales forman parte de la cabecera cantonal, la ciudad de San Gabriel en donde hay una gran afluencia de personas, por lo que se ha desarrollado un gran movimiento comercial, razón por la cual la población de las cinco parroquias rurales del cantón visita frecuente la ciudad de San Gabriel.

1.6.3.2 Distribución de la población por edades

Cuadro N° 4: Población por grupos de edad

EDAD (años)	CHITAN DE NAVARRETE	CRISTÓBAL COLON	FERNÁNDEZ SALVADOR	PIARTAL	LA PAZ	SAN GABRIEL
Menos de 1	8	37	30	7	54	362
1 - 4	57	202	115	80	277	1.644
5 - 9	53	260	143	122	379	2.048
10 - 14	63	319	145	114	371	2.224
15 - 19	46	320	115	113	309	2.121
20 - 24	53	201	80	102	268	1.814
25 - 29	35	201	101	91	258	1.575
30 - 34	56	200	123	68	219	1.455
35 - 39	36	191	93	59	228	1.347
40 - 44	39	161	53	64	172	1.237
45 - 49	29	132	54	60	135	1.026
50 - 54	28	113	33	49	111	894
55 - 59	20	134	43	46	120	741
60 - 64	24	104	35	48	122	699

65 - 69	17	121	39	29	130	595
70 - 74	19	98	36	18	103	494
75 - 79	16	67	21	34	86	384
80 - 84	15	44	16	23	45	260
85 - 89	3	25	5	10	30	122
90 - 94	-	12	2	2	10	37
95 - 99	1	1	-	-	4	14
Más de 100	-	-	-	1	1	3
Total	618	2.943	1.282	1.140	3.432	21.096

Fuente: Datos del INEC censo 2010

Elaborado por: La autora

La información recopilada revela que en el cantón Montúfar hay un segmento considerable de habitantes, que se encuentran entre los 15 a 69 años, que corresponde al mercado meta de la microempresa a crearse en la ciudad de San Gabriel. Se considera hasta los 69 años ya que las personas de mayor de edad ya sea por motivos de salud se abstienen de comer ciertos alimentos porque podría afectar a su salud.

1.6.3.3 Principales actividades que generan mayor ingreso

Para los montufareños la principal actividad económica es la agrícola ganadera con un 38%, seguido por el comercio 12%. La actividad ganadera se orienta a la producción de leche; en la zona existen 4 empresas agroindustriales que se dedican a la elaboración de productos lácteos. La utilización de tierras se ha enfocado en la producción agropecuaria rotando el cultivo de; papa-pasto y entre los principales productos que se dan en la zona son; melloco, haba, oca, arveja y maíz. Como si existe la producción de maíz en ciertas temporadas se tendrá a disposición la materia prima para desarrollar las actividades de la microempresa además también se contribuirá a aumentar la economía para los productores del cantón.

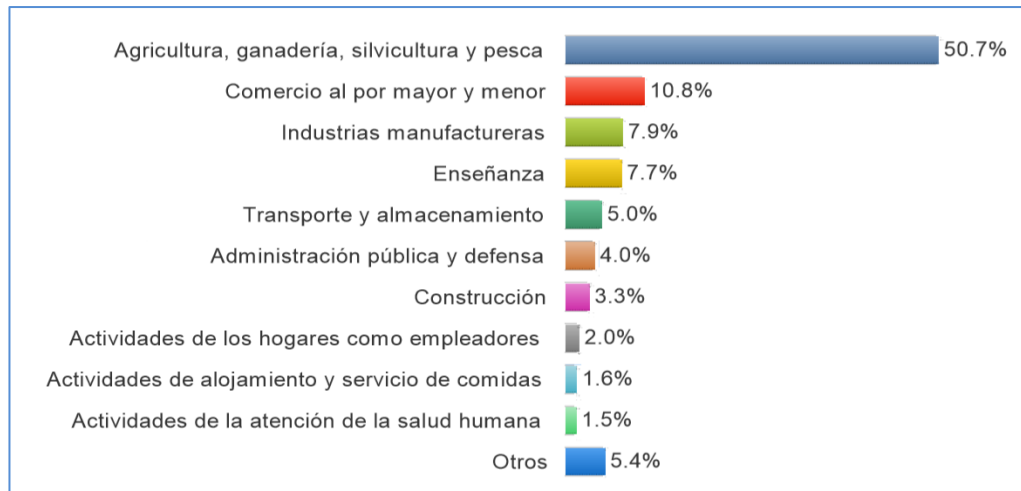


Gráfico Nº 3: Principales actividades que generan mayor ingreso
Fuente: Datos del INEC censo 2010

1.7 Población y muestra

1.7.1 Determinación de la población

Para el desarrollo del estudio de mercado, se ha optado por establecer dos nichos de mercados: el primero que tiene que ver con la población total de San Gabriel en su sector urbano, a fin de establecer un mercado potencial de clientes en forma abierta con posibilidad de venta en mostradores; mientras que, también se ha previsto establecer un segundo nicho de mercado referente a cafeterías, restaurantes y supermercados a los cuales se les considerará como clientes en forma cerrada, es decir, se les entregará el producto bajo pedido de acuerdo a los requerimientos de los respectivos negocios.

1.7.1.1 Población uno: referente a la población total de San Gabriel

Se encuentra conformada por las familias de la zona urbana de la ciudad de San Gabriel, es por ello que los habitantes de la ciudad se han tomado como dato poblacional. Los datos pertinentes se han obtenido de la

información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, según el Censo realizado en el año 2010 la población zona urbana de San Gabriel fue de 14.487 personas, se ha realizado la respectiva proyección y se ha determinado que para el año 2016 la población urbana de la ciudad de San Gabriel es de 15.916, dato importante para calcular la muestra para poder aplicar las respectivas encuestas.

Cuadro N° 5: Población de San Gabriel

NOMBRE DE LA PARROQUIA	ÁREA		TOTAL
	URBANO	RURAL	
SAN GABRIEL	14.487	6.609	21.096

Fuente: Datos del INEC censo 2010

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 6: Actualización de la población de la Ciudad de San Gabriel

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	POBLACIÓN
2010	-	14.487
2011	1,64%	14725
2012	1,61%	14962
2013	1,58%	15198
2014	1,56%	15435
2015	1,53%	15671
2016	1,56%	15916

Fuente: Datos del INEC censo 2010

Elaborado por: La autora

1.7.1.2 Población dos: Supermercados, cafeterías y restaurantes.

La población dos se refiere a cafeterías, restaurantes y supermercados. De la información obtenida de los registros del GAD Municipal de Montúfar y la observación directa en la ciudad de San Gabriel, se ha podido verificar la

existencia de los siguientes negocios, los cuales llevan en el mercado por más de cinco años.

Cuadro N° 7: Restaurantes de la ciudad de San Gabriel

RESTAURANTES		
N°	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN
1	RESTAURANTE MONTÚFAR	BOLÍVAR Y SUCRE
2	DELICIAS RESTAURANTE	COLÓN Y MONTÚFAR
3	LOS BALCONES	MONTÚFAR Y COLÓN
4	SAN JOSÉ	MONTÚFAR Y SUCRE
5	RESTAURANT GABY	OLMEDO Y MONTÚFAR
6	RESTAURANT DON DIEGO	MONTÚFAR Y COLÓN
7	EL GOURMET	BOLÍVAR Y SUCRE
8	RESTAURANT FC	BOLÍVAR Y CALDERÓN
9	RESTAURANT LOS ARRAYANES	COLÓN Y BOLÍVAR

Fuente: Documentos del GAD Municipal De Montúfar

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 8: Cafeterías de la ciudad de San Gabriel

CAFETERÍAS- HELADERÍAS		
N°	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN
1	RICO PAN	BOLÍVAR Y GARCÍA MORENO
2	SODA ARIES	BOLÍVAR Y MONTÚFAR
3	KIOSKO BELÉN	SUCRE Y MONTÚFAR
4	CAFETERÍA LOS AGACHADITOS	BOLÍVAR Y MEJÍA

Fuente: Documentos del GAD Municipal De Montúfar

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 9: Supermercados de la ciudad de San Gabriel

CENTROS DE ABASTECIMIENTOS DE INSUMOS DOMÉSTICOS		
N°	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN
1	SUPERMERCADO BASTIDAS	COLÓN Y LOS ANDES
2	SUPERMERCADO FAMILIAR	PIO V. GUZMÁN Y LOS ANDES

Fuente: Documentos del GAD Municipal De Montúfar

Elaborado por: La autora

Mediante la información indicada anteriormente se ha establecido que la población referente a este nicho es de 15, los cuales son negocios que se encuentran registrados en el GAD de Montúfar. Se aplicará la técnica de censo por cuanto, la población es menor a 100.

1.7.2 Determinación de la muestra

Como se señaló anteriormente, para el año 2016 la población urbana de la ciudad de San Gabriel es de 15.916 habitantes. En vista de que las humitas se las consumen en compañía de familiares o amigos, para determinar el tamaño de la población se ha dividido para cuatro, ya que según el INEC es número de integrantes por familia, obteniendo así el número de familias de la población de San Gabriel, convirtiéndose en nuestra población de la cual obtendremos la muestra.

Fórmula:

$$N^{\circ} \text{ familias} = \frac{\text{población}}{4}$$

$$N^{\circ} \text{ familias} = \frac{15916}{4}$$

$$N^{\circ} \text{ familias} = 3.979$$

Como si se dispone los datos del tamaño de la población, se utiliza la siguiente fórmula para poder realizar el cálculo de muestra:

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

IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES:

Cuadro N° 10: Identificación de variables

VARIABLES	SÍMBOLO	DETALLE
Tamaño de la muestra	n	Tamaño de la muestra a determinarse.
Tamaño de la población	N	Población de San Gabriel= 3.979 familias
Nivel de confianza	Z	En vista que no se dispone de este valor constante se utiliza el 95% de confianza cuyo equivalente es 1,96%.
Error estimado	e	Se ha determinado que el limite aceptable de error es del 0,06
Desviación estándar	δ	Por la razón que no se dispone de su valor se utiliza el valor constante que es de 0,5

Con los datos obtenidos se reemplaza en la fórmula para determinar el tamaño de la muestra y se obtiene lo siguiente;

$$n = \frac{3.979 * 0,5^2 * 1,96^2}{(3.979 - 1) * 0,06^2 + 1,96^2 * 0,5^2}$$

$$n = \frac{3.979 * 0,25 * 3,8416}{3.978 * 0,06^2 + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{3.821,4316}{14,3208 + 0,9604}$$

$$n = \frac{3.821,4316}{15,2812}$$

$$n = 250$$

Para determinar el número de encuestas a aplicarse de una población 3.979 familias y así obtener información, se ha efectuado las operaciones respectivas y se ha determinado que las encuestas se aplicaran a 250 familias de la ciudad de San Gabriel.

1.8 Instrumentos de Recolección de Información

Para poder realizar el análisis de cada una de las variables indicadas en el diagnóstico situacional, ha sido necesario realizar una investigación adecuada y minuciosa con la finalidad de obtener información y datos pertinentes para el desarrollo del mismo. Por lo cual se ha aplicado la siguiente mecánica operativa.

1.8.1 Información primaria

Mediante el contacto directo con las fuentes de estudio para obtener información y datos certeros se ha aplicado lo siguiente;

a. Encuestas

Mediante esta técnica cuantitativa se formula una serie de preguntas pertinentes dirigidas a un grupo o muestra, la cual representa a una parte de población. Los resultados obtenidos son datos e información que permitirá llegar a conclusiones y realizar un análisis que tenga veracidad. Se ha realizado encuestas dirigidas a los dos nichos de mercados; los clientes del mercado potencial y al mercado meta que son los dueños y/o administradores de restaurants, cafeterías y supermercados.

b. Entrevistas

Para conocer la opinión y criterio de los entrevistados se elaborará preguntas predeterminadas para tener una conversación objetiva y formal con la finalidad de conocer problemas reales. Se ha elaborado entrevistas dirigidas a; un funcionario del GAD Municipal de Montúfar y a lo que respecta la competencia.

1.8.2 Información Secundaria

Como ya se dispone de esta información, se realiza una recolección de información, la cual fue realizada por otros investigadores y por ende son datos públicos que están disponibles para realizar el análisis respectivo de cada una de las variables.

1.9 Evaluación y análisis de la información

1.9.1 Análisis de encuestas aplicadas a consumidores potenciales

1. ¿Consume entremeses (humitas –quimbolitos, empanadas, etc.) fuera de su hogar?

Cuadro N° 11: Consumo de entremeses

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	233	93%
NO	17	7%
TOTAL	250	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

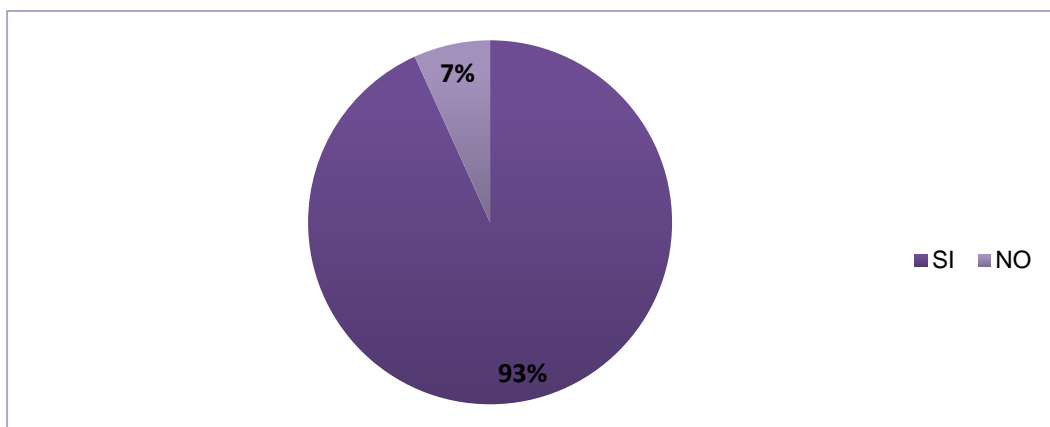


Gráfico N° 4: Consumo de entremeses

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis

La mayor parte de las familias de la ciudad de San Gabriel consumen o compran entremeses, que son porciones de alimentos como; humitas, quimbolitos, sandwiches, etc. Adicionalmente señalaron que los entremeses comparten con familia o amigos en el transcurso del día. Mientras que una mínima parte no consume este tipo de entremeses debido a que no les gusta la preparación o no están seguros de la higiene de la elaboración de los mismos, por lo que prefieren prepararlos ellos mismo en cada uno de sus hogares.

2. ¿Qué opina de las humitas?

Cuadro N° 12: *Opinión de las humitas*

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me encanta	126	50%
Me gusta	116	46%
No me gusta	6	2%
No he probado	2	1%
TOTAL	250	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

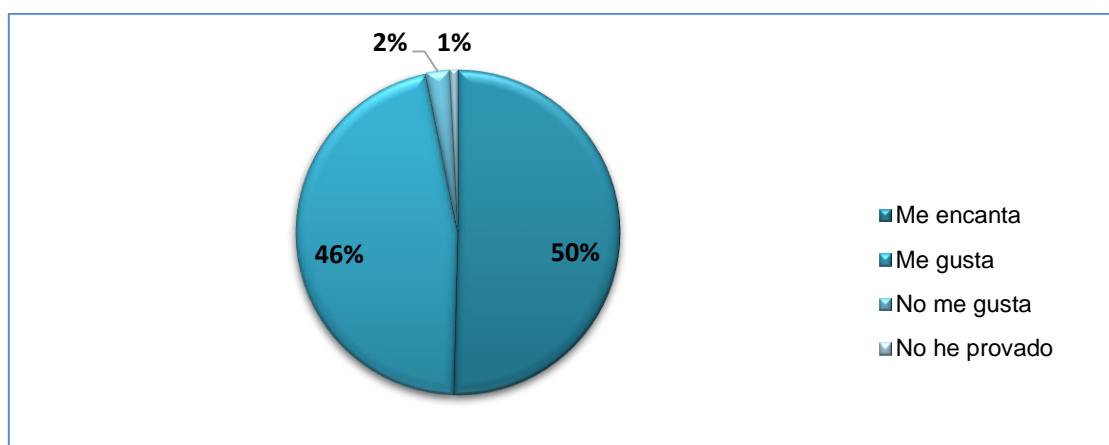


Gráfico N° 5: Opinión de las humitas

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis

En la ciudad de San Gabriel pocas familias no han encontrado humitas con un exquisito sabor para su paladar, motivo por el cual no tienen una buena experiencia en cuanto al consumo de dichos productos, pero si se les ofreciera un producto de buen sabor ellos si estarían dispuestos a consumir las humitas. Según resultados obtenidos se puede notar que la mayor parte de las familias consumen humitas debido a su sabor, su aporte nutricional ya que son cocinadas al vapor.

3. ¿El consumo de humitas en su familia es una tradición heredada de padres a hijos?

Cuadro N° 13: Tradición del consumo de humitas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	227	91%
No		9%
TOTAL	250	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora

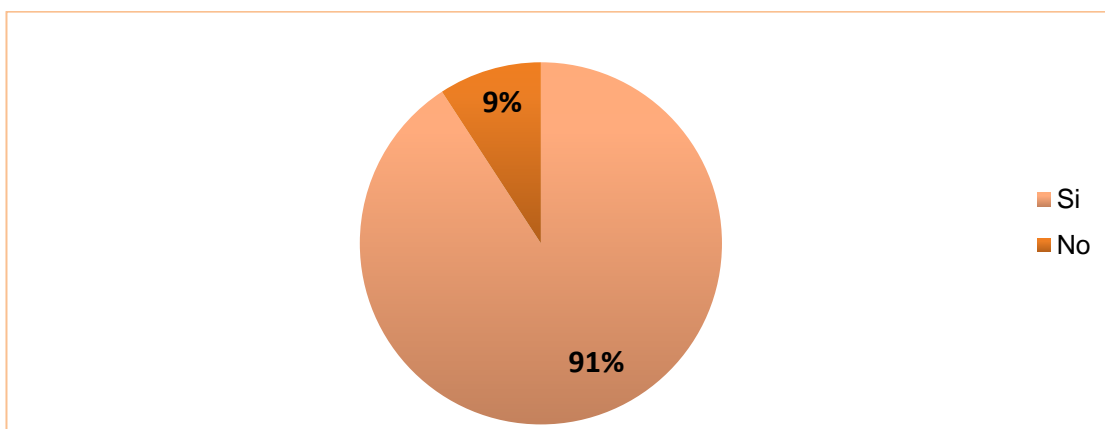


Gráfico N° 6: Tradición del consumo de humitas

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora

Análisis

Un gran número de las familias de la ciudad de San Gabriel considera que la costumbre de consumir y elaborar humitas se ha ido conservándose de generación en generación desde la antigüedad y muchos se sienten identificados por estos productos ya que les recuerda su infancia como también el aporte cultural que ha en la región Sierra. Adicionalmente indicaron que la elaboración de las humitas lo aprendieron de sus anteriores generaciones, pero no las elaboran con frecuencia debido a la complejidad de su elaboración.

4. ¿Estaría dispuesto a comprar humitas empacadas al vacío y así tener una mayor seguridad e higiene en los productos?

Cuadro N° 14: Consumo de humitas empacadas al vacío

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	226	90%
No	24	10%
TOTAL	250	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

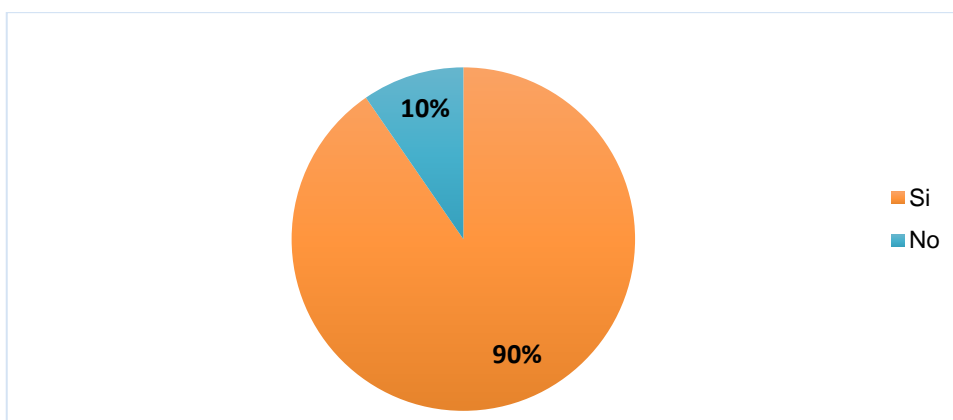


Gráfico N° 7: Consumo de humitas empacadas al vacío

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis

Un gran número de familias consumirían humitas empacadas al vacío, siempre y cuando su sabor sea excelente, este a un precio accesible, se garantice su duración y se las elabore tomando en cuenta todas las medidas de higiene y calidad, mostrando así el producto si tendría aceptación en el mercado. Una pequeña parte no estarían dispuestas a consumir los productos ya que consideran que las humitas refrigeradas no son frescas y que contienen muchos preservantes lo que perjudicaría su salud.

5. ¿Cuánto pagaría por una funda de 5 unidades de humitas?

Cuadro N° 15: Precio aceptado para una funda de 5 unidades de humitas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3,50 Dólares	48	19%
4.00 Dólares	194	78%
4,50 Dólares	8	3%
TOTAL	250	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

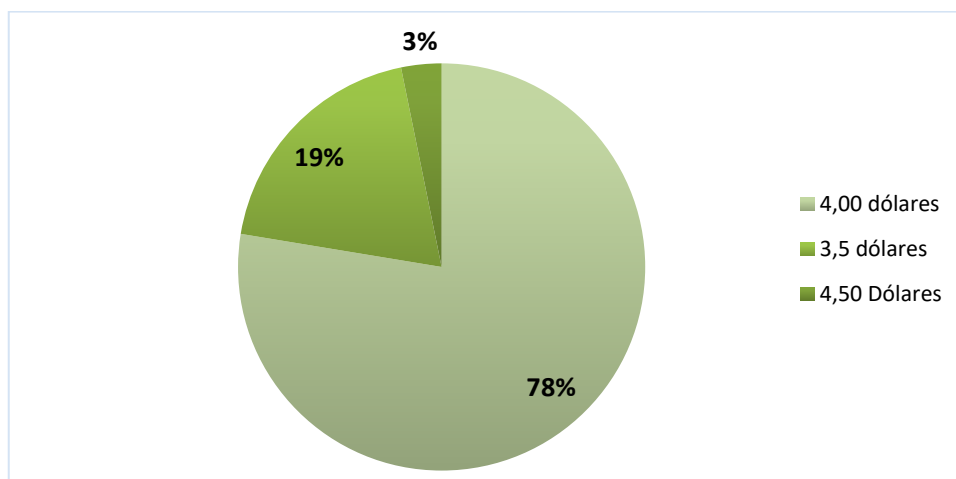


Gráfico N° 8: Precio aceptado para una funda de 5 unidades de humitas

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis

De la información recolectada se ha obtenido que gran parte de las familias de la ciudad de San Gabriel que están dispuestas a adquirir humitas empacadas al vacío, consideran que el valor más adecuado para adquirir una funda de cinco unidades de humitas es hasta cuatro dólares, siempre y cuando tengan un excelente sabor y sean de buen tamaño. Adicionalmente señalaron en el mercado encuentran a bajos precios, pero no son de buen sabor y no son frescas.

6. ¿Con qué frecuencia compraría nuestras humitas?

Cuadro N° 16: Frecuencia del consumo de humitas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 vez a la semana	122	49%
2 veces a la semana	67	27%
1 vez al mes	45	18%
2 veces al mes	16	6%
TOTAL	250	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora

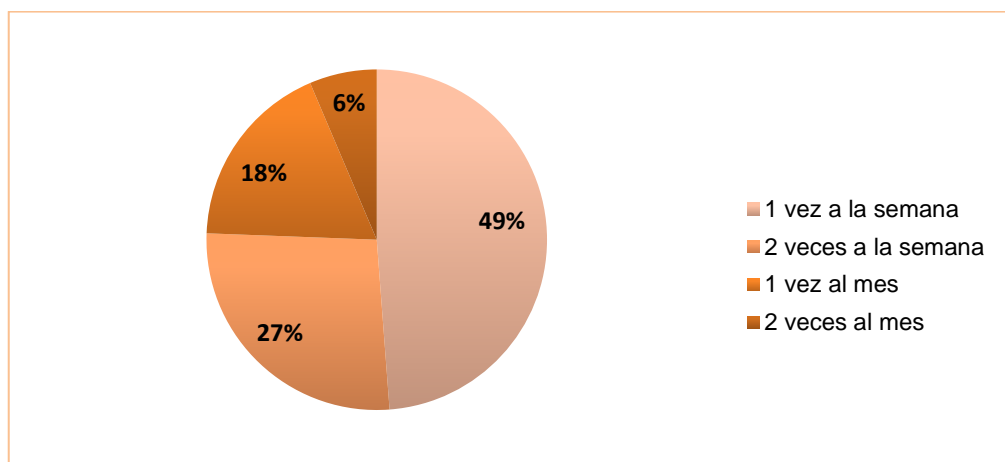


Gráfico N° 9: Frecuencia del consumo de humitas

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora

Análisis

Las familias de la ciudad de San Gabriel indican que ellos consumen humitas cuando cuentan con la visita de familiares o amigos, además como las humitas es un producto que no es alto en grasa, sal o azúcar es mejor que algunos entremeses por ello la mayoría de familias consume al menos una vez a la semana ya que ellos señalaron que las humitas se las puede encontrar a precios accesibles a su poder adquisitivo.

7. En cada ocasión, ¿cuántas fundas de 5 humitas compraría?

Cuadro N° 17: Cantidad de consumo de humitas 1 funda de cinco unidades

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 funda	170	68%
2 fundas	72	29%
3 a 5 fundas	6	2%
6 fundas o más	2	1%
TOTAL	250	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

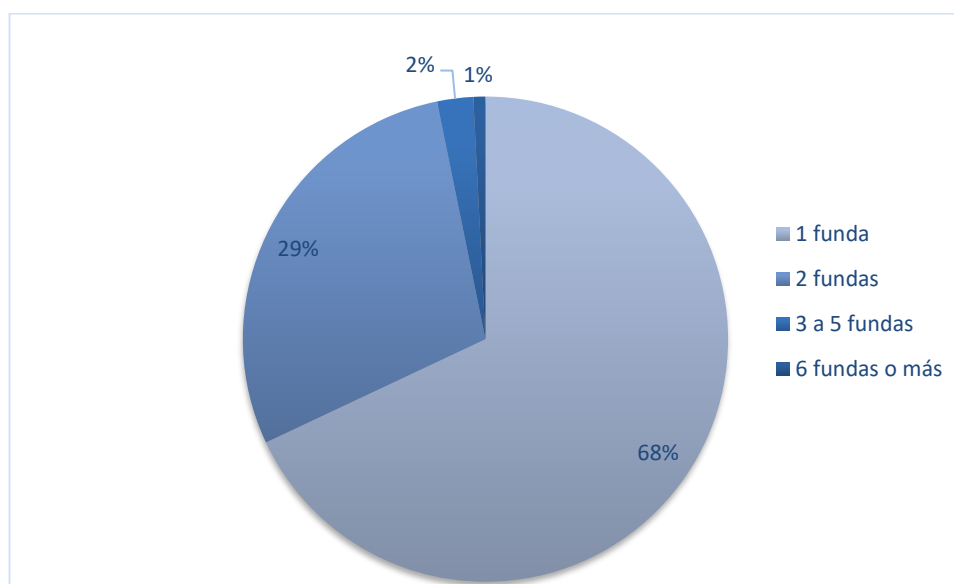


Gráfico N° 10: Cantidad de consumo de humitas 1 funda de cinco unidades

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis

Ya que el promedio de número de miembros de una familia es de cuatro, una gran parte de las familias de la ciudad de San Gabriel estarían dispuestas a comprar una funda que contenga cinco unidades de humitas. Adicionalmente mencionaron que les gusta adquirir productos frescos para cuidar su salud, también indicaron que con una humita es suficiente para acompañar a una tasa de café o té.

8. Usted compra de acuerdo a:

Cuadro N° 18: *Razones de compra*

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Motivaciones Alimenticias	124	50%
Antojos	110	44%
Promociones	16	6%
TOTAL	250	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

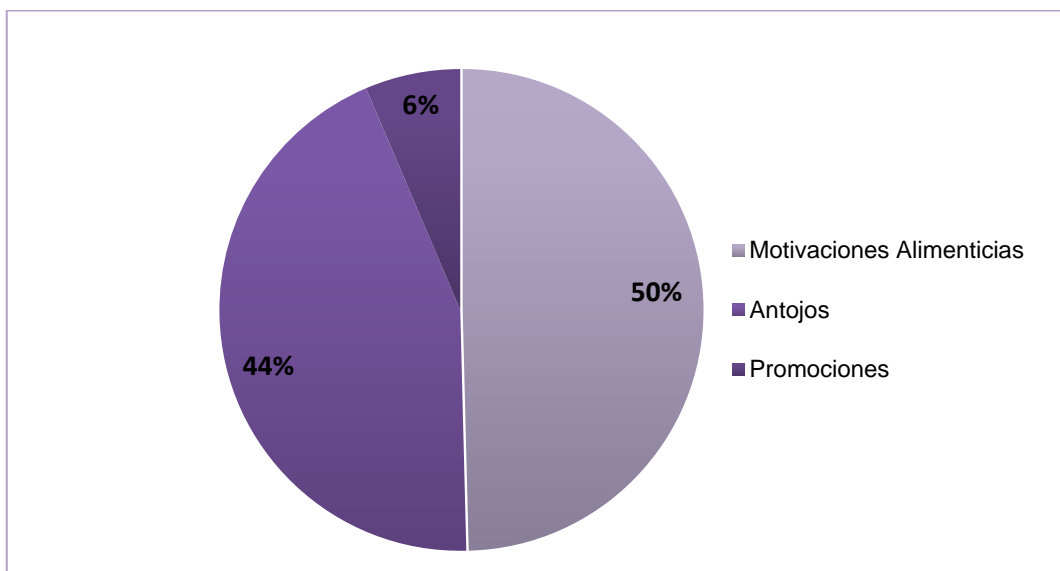


Gráfico N° 11: Razones de compra

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis

Las humitas brindan un aporte nutricional y a la vez están a gusto del paladar de los clientes, por ello la mayoría de familias consumen humitas por motivaciones alimenticias, adicionalmente indicaron que también les gustaría recibir promociones como recibir una humita adicional de “yapa”, o que haya temporadas de descuento.

9. ¿Dónde le gustaría adquirir nuestras humitas?

Cuadro N° 19: Lugar donde comprar las humitas empacadas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Restaurante	28	11%
Hotel	3	1%
Supermercado	112	45%
Minimarkets	29	12%
Cafetería	47	19%
Kiosco	19	8%
Otro	12	5%
TOTAL	250	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

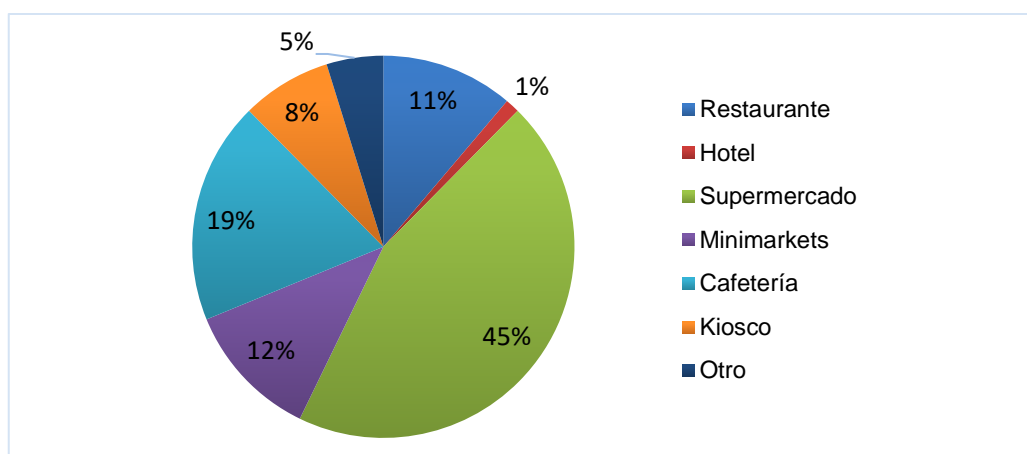


Gráfico N° 12: Lugar donde comprar las humitas empacadas

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis

Al mayor número de familias le gustaría conseguir las humitas empacadas al vacío en los supermercados o minimarkets, ya que consideran que en dichos lugares se debe encontrar una gran variedad de productos lo que les permitiría ahorrar tiempo y recursos, como también encontrar dicho producto a cualquier hora del día. Adicionalmente indicaron que les gustaría encontrar también en restaurantes, cafeterías, kioscos ya que se pueden acompañar dichos productos con una bebida caliente, ya sea café o aromática.

10. En qué lugar de preferencia colocaría usted a cada uno de estos alimentos, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.

Se ha agrupado el número de encuestados que han dado la valoración según las preferencias de los entremeses que se presentan en el siguiente cuadro, siendo desde uno el producto que más le gusta hasta cinco que representa el producto que menos le gusta.

Cuadro N° 20: Preferencias de alimentos según el número de encuestados

Alimentos/Valoración	1	2	3	4	5
Bolones	44	45	55	53	53
Empanadas	49	62	75	42	22
Humitas	99	85	43	17	6
Quimbolitos	41	39	53	78	39
Sanduches	17	19	24	60	130
TOTAL	250	250	250	250	250

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Para establecer el porcentaje de preferencia entre los diferentes productos, se ha asignado que; aquellos entremeses que tienen una valoración de 1 siendo el producto que más preferencia tiene por parte de los encuestados tendrán un valor de cinco, aquellos que tienen una valoración de dos por parte de los encuestados tendrán un valor de cuatro y así sucesivamente, quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro N° 21: Preferencias de alimentos (5 más gusta- 1 el que menos le gusta)

Alimentos/Valoración	1	2	3	4	5	TOTAL
Bolones	220	180	165	106	53	724
Empanadas	245	248	225	84	22	824
Humitas	495	340	129	34	6	1004
Quimbolitos	205	156	159	156	39	715
Sanduches	85	76	72	120	130	483

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Se procede a realizar el cálculo de la frecuencia y se obtiene los siguientes resultados:

Cuadro N° 22: Preferencias de alimentos

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bolones	724	19%
Empanadas	824	22%
Humitas	1004	27%
Quimbolitos	715	19%
Sanduches	483	13%
TOTAL	3750	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

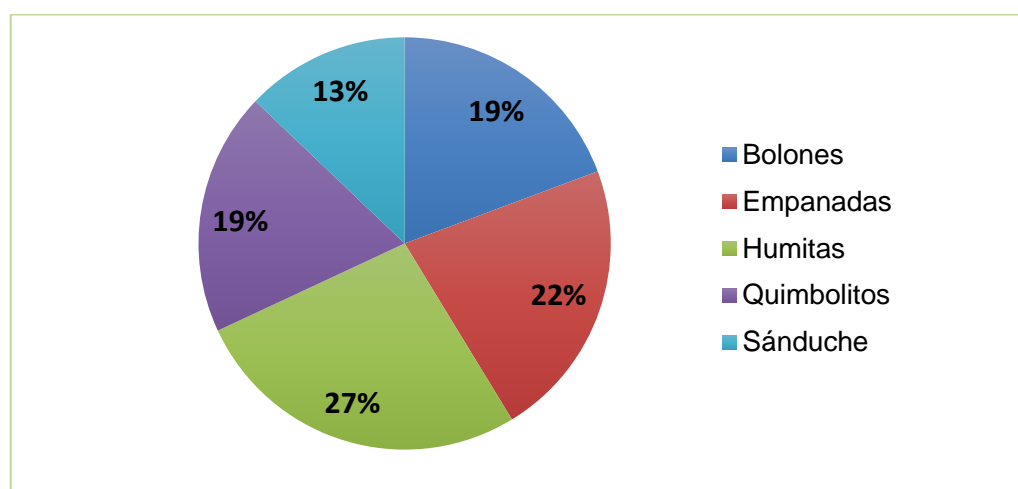


Gráfico N° 13: Preferencias de alimentos

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis

En lo relacionado con productos sustitutos de las humitas las personas indicaron que las humitas son más saludables ya que están cocinadas al vapor y por ende no contiene grasas saturadas dañinas a la salud. Adicionalmente indicaron que no contienen abundante azúcar. Adicionalmente indicaron que las humitas tienen un tiempo de duración más largo en relación con los otros entremeses.

1.9.2 Análisis de entrevistas aplicada a los productores de humitas

ENTREVISTA N° 1

RAZÓN SOCIAL: Kiosko Belén

Propietaria: Teresa Molina

Dirección: Calle Sucre y Montúfar

1. ¿Cuánto tiempo usted se ha dedicado a la elaboración de humitas?

Se dedica a la elaboración de humitas por más de 19 años, lo que le permite contar con la experiencia necesaria para el desarrollo del negocio.

2. ¿Cómo usted aprendió la receta de elaboración de las humitas?

La costumbre de elaboración de humitas se ha ido heredando de padres a hijos, de generación en generación. La mayoría de productores han aprendido la receta de sus madres.

3. ¿Qué sabor de humitas vende en mayor cantidad?

Sal	x
Dulce	
Sal y dulce	

4. Actualmente ¿Cuál es el valor de su inversión en la elaboración de humitas?

Para la elaboración de unas cien humitas se requiere una inversión de veinte dólares aproximadamente, ya que depende del precio del choclo, el cual varía continuamente.

5. ¿Cuántas humitas produce diariamente y cuál es la tasa de crecimiento de las ventas?

Se produce aproximadamente entre 80 a 100 humitas cinco días a la semana para vender, todo depende de la temporada, de la economía y del abastecimiento de la materia prima que es el choclo. Aproximadamente la tasa de crecimiento por año de 1.5%.

6. ¿A qué dificultades se enfrentó al momento de iniciar su negocio?

Como la ciudad de San Gabriel, es una ciudad muy pequeña los vecinos o los pobladores cuando ven que un negocio va bien, ellos se ponen la misma actividad y esa ha sido una gran dificultad enfrentarse a una gran competencia.

7. ¿Cuáles son sus clientes potenciales?

Restaurante	
Hotel – restaurante	
Supermercado	
Minimarkets/tiendas	
Cafetería/Heladería	X
Kiosco	
Otro	X

8. ¿Qué canal de distribución para las humitas usted utiliza?

Forma directa con los clientes y cuando se realiza pedidor entonces se tiene una forma de distribución indirecta ya que interviene terceras personas.

9. ¿Cómo calificaría usted al personal que le colabora en la elaboración de las humitas?

Experiencia: Como es una actividad que se la va realizando por muchos años, ya se cuenta con la experiencia y solo se necesita una persona para que pueda ayudar con algunas actividades que no son muy complicadas.

Conocimiento: Como las humitas son elaboradas por una sola persona, la otra persona no requiere conocimientos profundos en cuanto a la elaboración de humitas.

Leyes de contratación: Hoy en la actualidad existe leyes que regulan la contratación de los empleados, pero como son negocios pequeños no se requiere de contratación de personal, el dueño del negocio hace todo el trabajo y a veces con la ayuda de algún integrante de la familia.

ENTREVISTA N° 2

RAZÓN SOCIAL: Los Agachaditos

Propietaria: Socorro Benavides

Dirección: Calle Bolívar y Mejía

1. ¿Cuánto tiempo usted se ha dedicado a la elaboración de humitas?

Ya más de 10 años.

2. ¿Cómo usted aprendió la receta de elaboración de las humitas?

Cuando era joven trabajaba de ayudante con unas señoras que se dedicaban a preparar comida para vender en el mercado, fue en donde ellas que aprendió a elaborar la receta de las humitas.

3. ¿Qué sabor de humitas vende en mayor cantidad?

Sal	x
Dulce	
Sal y dulce	

4. Actualmente ¿Cuál es el valor de su inversión en la elaboración de humitas?

Para la elaboración de unas ochenta humitas es necesario una inversión de veinte dólares aproximadamente.

5. ¿Cuántas humitas produce diariamente y cuál es la tasa de crecimiento de las ventas?

Se produce aproximadamente los seis días entre 50 a 80 humitas diarias, todo depende de la economía de la provincia, la tasa de crecimiento por año de 1.5%.

6. ¿A qué dificultades se enfrentó al momento de iniciar su negocio?

La competencia.

7. ¿Cuáles son sus clientes potenciales?

Restaurante	
Hotel – restaurante	
Supermercado	
Minimarkets/tiendas	
Cafetería/Heladería	
Kiosco	
Otro	X

8. ¿Qué canal de distribución para las humitas usted utiliza?

Con los clientes de forma directa

9. ¿Cómo calificaría usted al personal que le colabora en la elaboración de las humitas?

Experiencia: La actividad se la realiza con la familia, para que vayan acostumbrándose y teniendo un poco de experiencia y a futuro quizá puedan continuar con esta tradición.

Conocimiento: Las humitas son elaboradas artesanalmente, y por ello no se necesita un conocimiento amplio, no toma mucho tiempo hasta coger el ritmo de trabajo y aprender la forma de elaboración de las humitas.

Leyes de contratación: Como el trabajo se lo realiza en familia, no ha sido necesario contratar una persona.

Análisis:

En la ciudad de San Gabriel la producción de humitas se la realiza de forma manual en cantidades no muy grandes, la producción y comercialización se la realiza de manera empírica, sin embargo, las humitas han tenido una gran aceptación de parte de la población, por lo cual es necesario que la producción de la humitas se la realice con implementos y herramientas tanto como en infraestructura como quienes participan en la elaboración para poder brindar productos que cuenten con la calidad e higiene necesaria de los productos.

1.9.3 Análisis de entrevista aplicada a un funcionario del GAD Montúfar

1. ¿En qué forma el GAD MUNICIPAL DE MONTÚFAR promueve el avance micro empresarial del Cantón?

El GAD MUNICIPAL DE MONTÚFAR brinda apoyo técnico como son las capacitaciones a microempresarios; como son seminarios, talleres, charlas y económico para que se pueda promover el desarrollo micro empresarial y así maximizar el movimiento económico del cantón.

2. ¿Existen políticas que regulen esta área?

Si, y se regula a través de la Ordenanza para el Fomento, Desarrollo y Fortalecimiento de la Economía Popular y Solidaria en el Cantón Montúfar.

3. ¿Cuáles son los requisitos legales para la formación y funcionamiento de una microempresa?

En lo que respecta al GAD de Montúfar, un negocio o actividad económica necesita sacar la patente municipal, que es un impuesto que se lo paga anualmente.

4. ¿Cuál es el sector micro empresarial que ha sobresalido en los últimos años?

Como el Cantón se encuentra en un sector agrícola, el sector que ha sobresalido es el agrícola y ganadero y por ende el sector lechero.

5. ¿Existen algunas políticas, planificaciones en su administración, que influyera en las decisiones de las microempresas, como al manejo de desechos y o contaminación ambiental?

A través de la Ordenanza de Buenas Prácticas Ambientales

6. ¿En qué forma el municipio promovería la creación de una microempresa de humitas empacadas?

El apoyo de acuerdo a la propuesta presentada ante el Consejo Municipal, el cual resolverá lo más conveniente.

Análisis

El GAD Municipal de Montúfar brinda cierto tipo de ayuda a los microempresarios para que puedan mejorar sus actividades tanto administrativas como productivas. Existen ordenanzas que regulan a una microempresa, por ello es necesario adquirir ciertos permisos de funcionamiento.

1.10 Análisis AOOD (Aliados, Oponentes, Oportunidades, Riesgos),

Al realizar el diagnóstico situacional para analizar los factores que influirán en el desarrollo del proyecto se ha determinado lo siguiente:

Cuadro N° 23: **Matriz AOOD**

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Propietarios de cafeterías, restaurantes y supermercados, permitirán llegar a los consumidores con los productos. • Los agricultores que proveerán de la materia prima. • El GAD Municipal de Montufar • Instituciones Financieras • Producción familiar • Disponibilidad de mano de obra 	<ul style="list-style-type: none"> • Existen restaurantes y cafeterías que se dedican a la elaboración de humitas. • Los pequeños productores de humitas, ofrecen el producto a bajo precio.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo técnico por parte del GAD de Montúfar • Festivales gastronómicos y culturales • Disponibilidad de mano de obra • Posibilidad de vender los productos con certificados de seguridad • Crecimiento poblacional para incrementar las ventas • Experiencia y conocimiento ancestral familiar • Posibilidad de mantener tradiciones • Posibilidad de exportar los productos al mercado • Disponibilidad de la materia prima en la región • Existencia de atractivos turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de precios en los insumos • Devaluación del peso colombiano • Cambios climáticos que influyen en el cultivo de la materia prima • Aparecimiento de productos similares • Competencia desleal • Eficiencia laboral baja • Carencia de asesoramiento técnico para el cultivo de maíz.

Fuente: Observación directa

Elaborado por: La autora

1.11 Determinación de oportunidades de inversión

En la ciudad de San Gabriel, existen varios productores de humitas que las realizan de una manera empírica, dichas humitas son vendidas en cafeterías y restaurantes acompañados de una bebida caliente ya sea una taza de café o una taza de aromática.

Mediante la obtención de un registro sanitario se garantiza que cada uno de los procesos de elaboración de las humitas cuente con un alto nivel de higiene y seguridad alimenticia en dichos productos, brindando así la garantía y seguridad para consumir las humitas. Además, mediante el empaque al vacío, que consiste en la extracción completa del oxígeno en el interior del empaque se logra que el producto no esté en contacto con el aire contaminado y además asegurar la preservación de dichos productos.

Las humitas únicamente se las puede encontrar en horarios específicos como; es en la tarde y noche. Los consumidores de las humitas no se encuentran satisfechos, porque no están seguros de las técnicas de elaboración y normas de higiene que se aplican en la elaboración. Entonces para poder solucionar este problema es necesario poner en marcha un proyecto que implique la creación de una microempresa productora y comercializadora de humitas, empackado al vacío en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar, provincia del Carchi, que garantice la calidad, higiene y buenas técnicas en la elaboración de los productos, además, que estén disponibles para el consumo en todo tipo de horario y todos los días.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Empresa

2.1.1 Definición

Es una organización conformada por miembros que persiguen y se esfuerzan por alcanzar objetivos comunes, brindando un producto o servicio a cambio de beneficios.

La empresa es una realidad sumamente compleja al estar formada por personas que interactúan entre sí y por recursos de diversa índole (materiales, financieros, inmateriales...) que hay que administrar de la mejor forma posible para cumplir unos principios y unos objetivos previamente fijados. (Barroso Castro, 2013, pág. 19)

Empresa es una entidad jurídica legal, su principal objetivo es satisfacer una necesidad de una sociedad y a la vez lograr la maximización de su utilidad mediante la utilización de recursos humanos, materiales y financieros, logrando así una productividad que se obtiene siguiendo los lineamientos proporcionados por los objetivos establecidos inicialmente.

2.1.2 Tipos de empresa

Es importante definir el tipo empresa, ya que eso depende la forma en cómo se constituye, el control a realizar por parte del estado, la administración, organización y las decisiones que se tomará en beneficio de la misma.

Las empresas se clasifican tomando en cuenta sus características, sector económico, origen, según el número de socios, tamaño y su fin, motivo por el cual existen variados tipos de empresas de las cuales únicamente se menciona las siguientes:

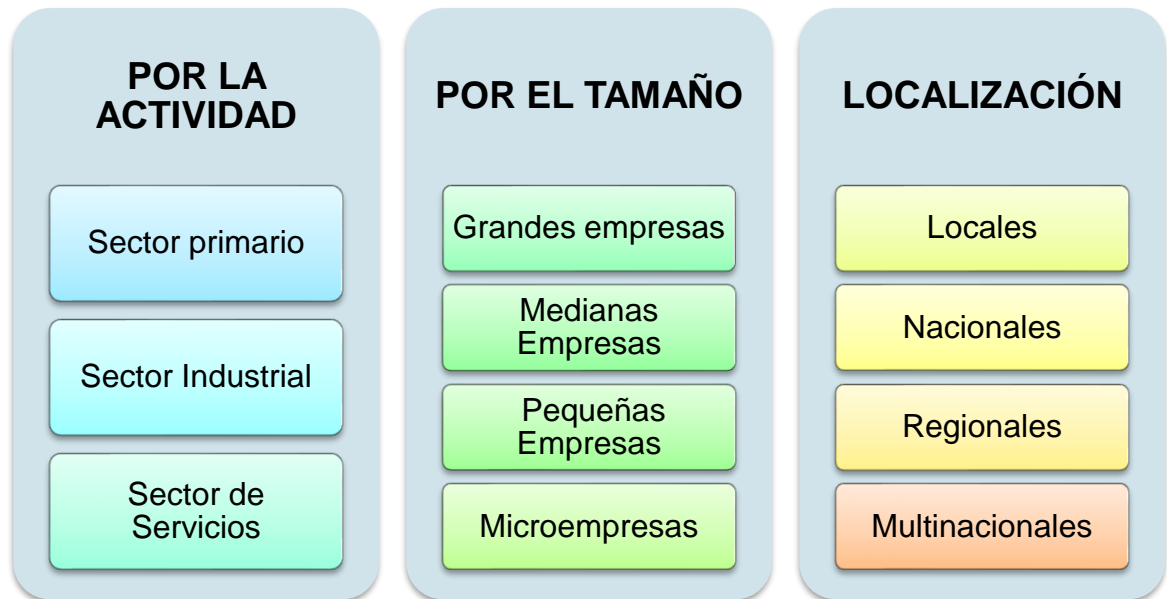


Gráfico N° 14: Clasificación de la empresa

Fuente: (Sánchez Delgado, 2014)

2.1.3 Funciones de la empresa

Gutiérrez (2013) expresa que: “La empresa tiene una función principal, que es la generar bienes y servicios para obtener un beneficio”. (pág. 39)

La generación de bienes y servicios comprende un conjunto de actividades, compuesta por varias funciones que son:

- **Función de compra o aprovisionamiento:** es abastecerse o proveerse con materias primas necesarias para realizar las

actividades de producción. Al momento de compra se busca el precio más favorable, además se debe asegurar los parámetros y establecer el tiempo de entrega que el proveedor cumplirá.

- **Función de producción:** La empresa busca la producción de bienes o prestación de servicios que satisfagan las necesidades del consumidor, transformando las materias primas y materiales en productos terminados, según los requerimientos especificados.
- **Función de distribución o función comercial:** Una vez ya terminado el producto se busca diferentes canales de distribución para poder hacer llegar el producto desde el punto de fabricación al consumidor final.
- **Función de investigación y desarrollo tecnológico:** Toda empresa debe buscar la innovación de sus productos con la finalidad de obtener calidad, dar un valor agregado para poder ser competitivos. Es por ello que debe analizar cada todos de los procesos que tiene la empresa, e implementar mejoras si es necesario.

2.1.4 Estructura de la empresa

Es indispensable que toda empresa tenga una buena organización, la cual se ve reflejada en su estructura. Una empresa puede estructurarse según:

- **FUNCIÓN:** Puede ser por departamentos o secciones.
- **ACTIVIDAD:** Se clasifica en líneas de producción o de servicios.

- **ÁREA GEOGRÁFICA:** Se divide conforme a la ubicación de sus delegaciones.
- **CLIENTE:** Se clasifica según las necesidades de los diferentes clientes.
- **PROCESO:** Se divide según las etapas del proceso productivo durante la fabricación.

2.2 Microempresa

2.2.1 Definición

Una microempresa es creada para satisfacer una necesidad, además permite crear fuentes de trabajo fijas y brinda un espacio en donde los trabajadores puedan desarrollar ciertas habilidades. “Se considera una microempresa si: Cuenta con una planta de personal no superior a diez trabajadores, y si posee activos totales por un valor inferior a quinientos salarios mínimos mensuales legales vigentes” (Chavarro, 2013, pág. 432). El microempresario o dueño puede desarrollar las actividades laborales dentro de la misma empresa.

Narváz (2015) considera a las microempresas como “Empresas, puesto que combinan capital, trabajo, tecnología y una específica capacidad de gestión, además están sometidas a la brutal y avasalladora fuerza del mercado y sujetas a los condicionamientos de productividad y competitividad propios de la economía general” (pág. 26)

2.2.2 Empresario individual

Martínez (2013) asegura lo siguiente: “Un empresario individual es una persona física que realiza una actividad en nombre propio y responde con todo su patrimonio de las deudas que contraiga frente a terceras personas” (pág. 12). El empresario individual es el que toma todas las decisiones referentes a la microempresa, ya que es la persona física que ejerce un control total de la gestión ya sus actividades las realiza en nombre propio.

2.2.3 Requisitos para el funcionamiento

2.2.3.1 Registro Único del contribuyente

“Es el número que identifica a cada contribuyente, sean personas naturales o sociedades, que realizan una actividad económica.” (SRI, 2016)

Permite a la administración tributaria crear una base de datos con información necesaria de las personas naturales o jurídicas.

2.2.3.2 Patente Municipal

De acuerdo al Art. 547 del COOTAD publicado en el suplemento del Registro Oficial Nro. 303 del 10 de octubre del 2010, expresa que:

Están obligados a obtener la patente y, por ende, el pago anual del impuesto de que trata el artículo anterior, las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva

jurisdicción municipal o metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

2.2.3.3 Registro Sanitario

Según el REGLAMENTO DE REGISTRO Y CONTROL SANITARIO DE ALIMENTOS, Acuerdo Ministerial 2912 Registro Oficial 896 de 21-feb-2013, Art. 2., señala:

Los alimentos procesados y aditivos alimentarios, en adelante “productos alimenticios”, que se expendan directamente al consumidor en envases definidos y bajo una marca de fábrica o nombres y designaciones determinadas, deberán obtener el Registro Sanitario, mismo que será expedido conforme a lo establecido en el presente Reglamento

2.2.4 Clasificación de microempresa

Según ABC color digital (2015) expresa que las microempresas pueden clasificarse según la propiedad del capital de la siguiente manera:

- **Microempresas familiares:** Cuando el propietario del capital es el grupo familiar, que se apropia de los beneficios que genera.
- **Microempresas asociativas:** Surge de un acuerdo entre dos o más personas que aportan el capital básico para la puesta en marcha de la microempresa. Los beneficios se distribuyen entre los asociados.

- **Microempresas unipersonales:** Cuando el propietario del capital es una sola persona y, en consecuencia, es el que se apropia de los beneficios.

2.2.5 Obligaciones tributarias

Según Maldonado (2015), recuperado de: <https://cuidatufuturo.com> expresa que los microempresarios obligados a llevar contabilidad son:

- Los microempresarios que han aportado más de USD 60.000 en efectivo o en activos (maquinaria etc.) de su propio bolsillo para iniciar su negocio.
- Los microempresarios que tienen ingresos totales superiores a USD 100.000 en el año anterior (1 de enero al 31 de diciembre).
- Los que presenten costos y gastos cada año que superan a los USD 80.000.

2.2.6 Recursos de una microempresa

Para ofrecer un producto o servicio que satisfaga las necesidades del consumidor, es necesario la utilización de diferentes recursos. Según Martínez (2013) expresa:

Un recurso es un medio que puede ser de diversas clases, el cual permite conseguir algo que se pretende, es decir, para que una empresa pueda lograr sus objetivos dispone de una serie de elementos que combinándolos de cierta forma contribuyen al funcionamiento de la misma. (pág. 53)

2.2.6.1 Recursos materiales

Son bienes tangibles que se utiliza para desarrollar las actividades de una empresa y así generar productos o servicios que satisfagan las necesidades de los consumidores. Entre algunos recursos materiales tenemos: “materias primas, energía, instalaciones, maquinaria y herramientas necesarias para la elaboración del producto, así como elementos de apoyo: oficinas, mobiliario o equipos informáticos” (Barroso Castro, 2012, pág. 20). Estos recursos se los puede encontrar a cambio de un precio.

2.2.6.1.1 Materia prima e insumos

Son elementos obtenidos directamente de la naturaleza, los cuales son transformados o incorporados en el momento de elaborar el producto final. “Son aquellas materias que se transforman en producto. Pueden ser también auxiliares (no forman parte del producto, pero no necesarias para la producción del mismo)” (Martínez López, 2013, pág. 54).

2.2.6.1.2 Instalaciones

Son bienes tangibles que permiten desarrollar todas las actividades de una microempresa. Illescas (2013) afirma: “las instalaciones de una organización no solo son el espacio físico donde se localiza, sino también el lugar donde se desenvuelve y se lleva a cabo el proceso productivo de la misma (pág. 65).

2.2.6.2 Recursos humanos

El recurso humano es un factor primordial, ya que maneja y controla el funcionamiento de los demás recursos de la empresa. “Son las personas o más concretamente los servicios que estas ofrecen a la empresa relacionados con sus habilidades, conocimientos y capacidad para manejar el resto de recursos y tomar decisiones” (Martínez López, 2013, pág. 55). Por ello es importante que el recurso humano tenga conocimiento, este adecuadamente capacitado para que pueda desempeñar sus actividades laborales con eficacia y eficiencia.

2.2.6.3 Recursos técnicos

Los recursos tecnológicos permiten optimizar los procesos, tiempos, recurso humano permitiendo generar una mayor productividad, ya que las actividades se las realiza en un menor tiempo. Luyo (2013) expresa: “es un medio que se vale de la tecnología para cumplir con su propósito. Los recursos tecnológicos pueden ser tangibles (como una computadora, una impresora u otra máquina) o intangibles (un sistema, una aplicación virtual)” (pág. 203)

2.2.6.4 Recursos financieros

Los recursos financieros son de los más importantes dentro de una organización, por ello es necesario usar este recurso de forma adecuada para aprovecharlo de la mejor manera posible en las inversiones que se realizan en una entidad. (ROBLES ROMAN, 2012)

2.2.6.4.1 Financiación

Una vez que el emprendedor ha identificado su idea de negocio, el siguiente paso es realizar un estudio sobre la forma en la que se va a financiar el proyecto. La financiación de un proyecto empresarial se puede realizar mediante dos formas, financiación propia y ajena. (Vargas Belmonte, 2013, pág. 105)

2.2.6.4.2 Fuentes de financiación

Para realizar las actividades y desarrollar del proyecto es necesario tener ciertos recursos financieros. Prieto (2014) señala que:

La creación de la empresa exige la aportación de unos recursos financieros que permitan la adquisición de la estructura económica. Estos recursos iniciales suelen proceder de aportaciones realizadas por el propietario y del exterior de la empresa. Las aportaciones pueden ser dinerarias o no dinerarias y el valor de las mismas se recoge en la masa patrimonial de PATRIMONIO NETO (pág. 74).

2.3 Maíz

2.3.1 Definición

El maíz es una planta herbácea que demora desde la siembra hasta la cosecha 6 meses, cuya altura puede llegar hasta los tres metros, es un alimento que aporta un gran valor nutricional a las personas en cuanto a elementos nutritivos y materiales energéticos.

El maíz es uno de los alimentos básicos más importantes que conoce el ser humano ya que en torno a él se pueden realizar gran cantidad de preparaciones,

así como también pueden obtenerse de él numerosos productos derivados.”
(IMPORTANCIA.ORG, 2016). Recuperado de:
<http://www.importancia.org/maiz.php>

2.3.2 Beneficios del maíz

En vista de que el maíz contiene muchas fibras, posee ácido fólico y es rico en vitaminas de complejo B, ayuda a mejorar la circulación y la hipertensión. “El maíz es uno de los principales cereales en el mundo, tiene gran importancia como alimento básico, principalmente en los países en desarrollo debido a su valor nutritivo; asimismo, es utilizado como grano forrajero” (Turiján Altamirano, 2012, págs. 1086,187)

2.4 Producto

Es un bien material tangible que se ofrece en un mercado para que los demandantes puedan adquirir dicho producto para satisfacer sus necesidades o deseos. Los productos o bienes materiales, se diferencian de los servicios por su carácter tangible. Los servicios son bienes intangibles y son definidos como las prestaciones o actividades organizadas para satisfacer necesidades o exigencias de consumo. Según Sánchez (2013) indica:

Se trata de los bienes, servicios o ideas que utiliza un empresario para motivar y satisfacer las necesidades de un comprador. El emprendedor debe prestar especial atención a todas las dimensiones de este elemento, ya que constituyen el factor que va a permitir distinguirse de los demás. (pág. 20)

2.4.1 Cualidades de un buen producto

Para elaborar un buen producto es necesario poner atención a los rasgos del mismo como; las características físicas que son aquellas cualidades perceptibles por los sentidos.

Una forma obtener un factor diferencial frente a los productos sustitutos, es el diseño del producto. Las características de funcionalidad, el empaque es el contexto o envoltura propiamente dicho.

La calidad óptima significa que el producto ofrece al comprador una experiencia que corresponde a sus expectativas. Una marca es un nombre o una señal cuya finalidad es identificar el producto de un vendedor o grupo de vendedores para diferenciarlos de los productos rivales.

El beneficio de elaborar un buen producto es satisfacer las necesidades del cliente, por lo que consumirá el producto frecuentemente y se convertirá en un cliente fijo, contribuyendo así a aumentar el volumen de ventas.

2.4.2 Ciclo de vida de un producto

Todos los productos y servicios tienen un ciclo de vida. Este concepto responde a la serie de fases por las que pasan todos los productos o servicios atendiendo su grado de novedad y posicionamiento en el mercado. “El ciclo de vida es el periodo de tiempo de presencia de un producto en el mercado, desde que se lanza hasta que se ve superado por otros más nuevos o deja de interesar o estar «de moda» y desaparece” (Cuatrecasas Arbós, 2012, pág. 22).

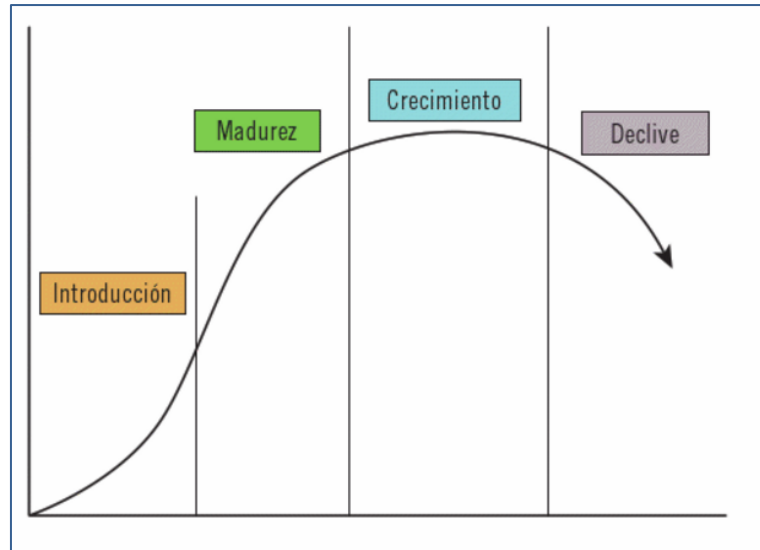


Gráfico Nº 15: Ciclo de vida de un producto

Fuente: Políticas de marketing internacional (UF1782)

Las fases del ciclo de vida de un producto son:

- **Introducción:** Existe la presencia de pocos competidores, el producto/servicio se caracteriza por su novedad, como no existe mucha oferta los precios suelen ser elevados. El producto en esta fase tiene un lento crecimiento.
- **Crecimiento:** El producto o servicio ya es más conocido en el mercado por parte de los consumidores, por lo que genera un aumento en las ventas, y por ende provoca que más empresas accedan al mercado para ofrecerlo. La competencia, por lo tanto, aumenta y el precio del producto/servicio disminuye.
- **Madurez:** En esta fase ya se identifica o se ha ganado a un grupo de clientes por lo que el producto/servicio es muy conocido, y los

clientes son considerados como fieles, se caracteriza por la presencia de muchos competidores.

- **Declive:** Como existe un número elevado de ofertantes el precio del producto tiende a reducirse al igual que los beneficios, ya que las ventas han disminuido debido a que en el mercado han entrado nuevos productos.

2.4.3 Calidad

Es la satisfacción del cliente o usuarios con respecto al producto o servicio, es una condición intangible que necesita una cultura de calidad para apreciar. “El proceso de control de calidad busca implementar mejoras de manera continua mediante las cuatro etapas del procedimiento” (Gillet Goinard, 2014, pág. 3).

La calidad consiste en hacer bien los procesos de producción para ofrecer un producto que satisfaga las necesidades del cliente. Para evaluar la calidad existen dos tipos de análisis que son:

- **Percepción del cliente:** Para establecer la bondad del producto o servicio que necesita de una cultura de calidad para su análisis.
- **Calidad estandarizada:** Existen normas obtener la calidad de los productos, en lo que respecta a normas de uso interno tenemos las Normas INEN y las normas de uso internacional son la Normas ISSO.

2.4.4 Tipos de procesos productivos

Un proceso productivo es la secuencia de actividades cuya finalidad es elaborar un producto o generar un servicio, mediante las transformaciones u operaciones materiales para obtener un resultado útil. Según Barroso (2012) clasifica al proceso productivo se la siguiente manera:

- **PROCESOS MANUALES**

Son procesos realizados casi íntegramente por personas, con una escasa intervención de máquinas o herramientas. Este tipo de procesos es cada vez más escaso y se concentra sobre todo en determinadas labores relacionadas con la agricultura, la artesanía y la prestación de servicios.

- **PROCESOS MECÁNICOS O MECANIZADOS**

Son procesos en los que se combina, en mayor o menor medida, personas y herramientas o maquinaria. Por ejemplo, la construcción de edificios emplea a personas y máquinas en diferente proporción.

- **PROCESOS AUTOMÁTICOS.**

Son procesos realizados casi íntegramente por máquinas, sin apenas intervención humana. Esta intervención, cuando se da, suele limitarse al control del proceso. Piénsese en los procesos robotizados de fabricación, basados en mecanismos electrónicos, más o menos complejos.

2.4.5 Proveedores

Es una empresa o persona que abastece de bienes o servicios a una empresa. Los proveedores deben cumplir con las especificaciones que se han establecido de antemano. “Hace referencia a aquellas organizaciones que proporcionan o pueden proporcionar a la empresa en cuestión los recursos necesarios para el desarrollo de su actividad” (González Domínguez, 2015, pág. 28).

2.5 Gestión Administrativa

2.5.1 Definición

Corresponde al conjunto de actividades, mediante las cuales microempresario cumple las actividades guiándose mediante las fases del proceso administrativo que son; Planeación, Dirección, Organización y Control.

2.5.2 Importancia de la Administración

La administración de las organizaciones es el proceso de llevar a cabo eficientemente las actividades de planificación, organización, dirección y control, mediante las personas, para conseguir unos objetivos determinados. (Hernández Ortiz, 2014, pág. 30)

2.5.3 Proceso Administrativos

Henry Fayol sostuvo que la organización es una entidad abstracta que debe seguir un conjunto de pasos, los cuales la llevarán al logro de sus objetivos;

éstos son: planeación (previsión), organización, dirección (comando), coordinación y control.

Un proceso es el conjunto de pasos o etapas necesarios para llevar a cabo una actividad. El proceso administrativo se define entonces como: el conjunto de fases o etapas sucesivas mediante las cuales se lleva a cabo la administración, y son las mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral (Sánchez Delgado, 2014, pág. 78)



Gráfico N° 16: Etapas del proceso administrativo

Fuente: Administración 1

2.5.4 Organigrama

Según Vargas (2013) señala: “Es un gráfico que representa los diversos cargos y que define las relaciones de autoridad y poder dentro de la organización. Este instrumento permite determinar los cambios en las organizaciones producidas por la operación del proyecto. (pág. 133)

Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa en el que se indica las relaciones existentes entre las distintas partes que forman parte de la misma. En una empresa se establecen dos tipos de relaciones entre los puestos de trabajo que se efectúa dentro de la empresa y son:

- **Relaciones Verticales:** Son relaciones laborales que se establecen mediante vínculos jerárquicos de mando y subordinación en función del grado de responsabilidad que tenga en la empresa.
- **Relaciones horizontales:** Se dan en vista de que es necesario coordinar las tareas entre los diferentes puestos de trabajo o departamentos de la empresa.

2.6 Mercado

2.6.1 Definición de mercado

El mercado es un espacio que puede ser físico o virtual en donde se encuentran entre vendedores y compradores donde intercambias productos y servicios a cambio de dinero. Desde el punto de vista empresarial el mercado permite desarrollar actividades necesarias para la presentación, comercialización y venta de productos o servicios al público, en un “lugar físico o virtual donde concurren compradores y vendedores para realizar una transacción. La complejidad de los targets potenciales, así como Internet, han segmentado de tal forma el mercado hasta llegar al extremo.” (Pérez Aguilera, 2013, pág. 42)

El mercado puede clasificarse en los siguientes tipos de mercado;

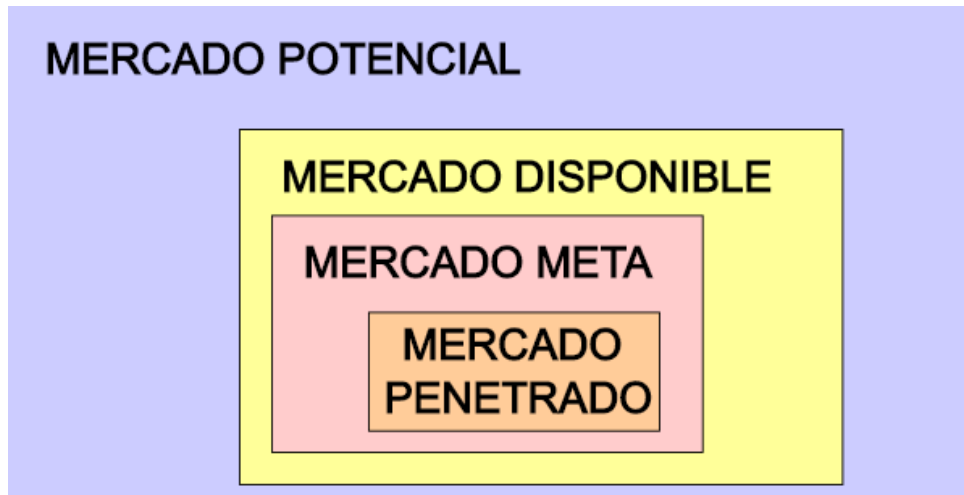


Gráfico N° 17: Definición de mercado

Fuente: Planificación de marketing

2.6.1.1 Mercado Potencial

Es el conjunto de consumidores que podrían estar interesados con el nuevo producto que se colocará en el mercado.

2.6.1.2 Mercado Meta

Según Ortis (2014) define a mercado meta como: “conjunto de personas al cual se enfoca la empresa para realizar labores de marketing y de ventas” (pág. 190).

Es un segmento de mercado que la empresa decide captar para poder enfocarse en satisfacer sus necesidades y además implementar diferentes estrategias de marketing con la finalidad de obtener resultados. Para poder definir el mercado meta en el cual se enfoca la microempresa es necesario definir varias características como; edad, género, gustos y preferencias, estado civil, entre otras.

2.6.2 Precio

Es asignar un valor monetario a un bien o servicio, el cual es entregado por el comprador al momento de realizar la compra. Según Torres (2015) afirma que es necesario efectuar las siguientes tareas;

- a) fijar estrategia de precio del producto
- b) determinar costo directo, gasto general unitario y margen de utilidad del producto.

“El precio debe ser competitivo en relación al nivel de precios de principales competidores del negocio proyectado” (Torres Dujisin, 2015, pág. 55).

2.6.3 Demanda

Se refiere a la cantidad de un bien que los compradores están dispuestos a adquirir para poder satisfacer alguna necesidad a cambio de un precio. “La demanda del mercado depende de las cualidades y disponibilidad económica de los consumidores y situación de la competencia (Vargas Belmonte, 2013, págs. 91,92).

O’Kean (2013) indica:

Hace referencia a la conducta del conjunto de compradores potenciales de ese bien. La cantidad demandada de un bien depende:

- a) Del precio del propio bien
- b) Si el precio sube se demanda menos cantidad, puesto que es más caro para los consumidores (pág. 56)

2.6.4 Oferta

La oferta de un producto o servicio está representada por las empresas que operan en el mercado en condiciones de competencia. Deben considerarse como competencia a aquellas empresas que desarrollan o realizan la misma actividad de una empresa actuando en el mismo entorno empresarial, en donde ofrecen productos o servicios con características similares. Según Jaén (2013) señala que:

Es la cantidad de ese bien que están dispuestos a poner en el mercado los productores en un determinado período de tiempo. La oferta, además del precio del propio bien, depende de múltiples elementos: coste de los factores productivos, estado de la tecnología, establecimiento de impuestos y subvenciones, precio de otros bienes, etc. (pág. 55)

2.6.5 Publicidad

La publicidad es el conjunto de mensajes sobre un producto o servicio, los cuales son transmitidos a las personas mediante la utilización de los diferentes medios de comunicación.

Es importante tener en cuenta que antes de emitir los mensajes publicitarios es importante analizar si son claros, originales, sugestivos, sinceros y repetitivos.

Los objetivos que persigue la publicidad es:

- Informar a un determinado grupo de personas las características del producto.

- Motivar la compra del producto o consumo del servicio a determinado grupo de personas.
- Fomentar el reconocimiento a largo plazo de la marca.

2.6.6 Distribución

La distribución es el conjunto de acciones que permiten facilitar la compraventa de productos o servicios. Tiene como finalidad “poner el producto demandado a disposición del mercado, de manera que se facilite y estimule su adquisición por el consumidor” (Santesmases Mestre, 2013, pág. 41).

2.6.6.1 Tipos de intermediarios

El canal de distribución es el camino seguido por el producto, a través de los intermediarios, desde el productor al consumidor.

En lo que respecta a empresas Vergara (2012) indica que:

Normalmente, las entidades denominadas “intermediarios” realizan funciones de promoción, distribución y venta final de nuestro producto. La intermediación es una empresa lucrativa que da servicios relacionados directamente con la venta y/o compra de un producto, al fluir este del fabricante al consumidor, igualmente al poseer el producto en algún momento contribuye activamente a la transferencia de la propiedad. (pág. 181)

MAYORISTAS

Son empresas que compran directamente el producto a la empresa en grandes cantidades, pero no venden directamente a consumidores finales.

- MINORISTAS

Son empresas pequeñas que compran los productos a los mayoristas en cantidades pequeñas, el producto lo venden directamente al consumidor final.

- REPRESENTANTES

Efectúan la venta de los productos, generalmente en una zona determinada, percibiendo comisiones por la realización de esas ventas.

- DISTRIBUIDORES

Son muy indispensables para la distribución de productos industriales o si el consumidor final es una empresa. Tiene la responsabilidad de transportar y depositar el producto en el dominio del cliente.

2.7 Gestión financiera

2.7.1 Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto (VAN) es la técnica básica de análisis en las inversiones y sirve para determinar si un proyecto de inversión aumentará o reducirá su valor en un futuro. (Pérez Aguilera, 2013, pág. 132)

2.7.2 Tasa Interna de Retorno

TIR es que ella es la máxima tasa de interés a la que un inversionista estaría dispuesto a pedir prestado dinero para financiar la totalidad del proyecto, pagando con los beneficios (flujos netos de efectivo) la totalidad del capital y de sus intereses, y sin perder un solo centavo. (Meza Orozco, 2013, pág. 147)

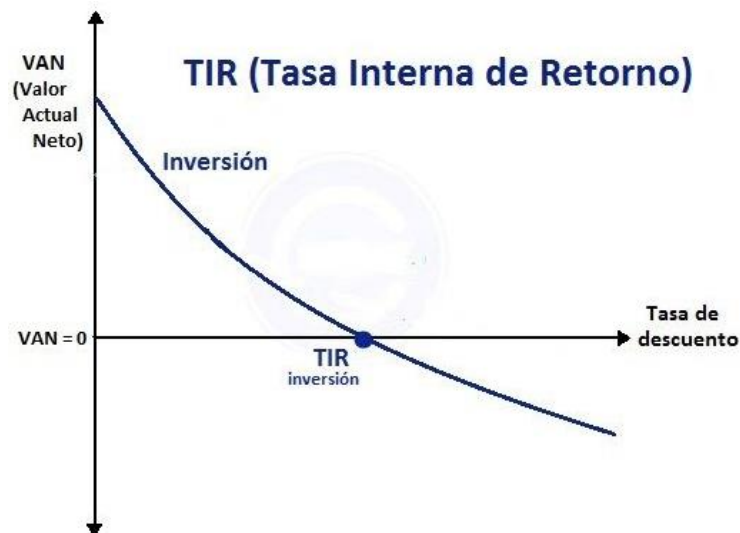


Gráfico N° 18: Gráfico de la TIR

Fuente: <http://economipedia.com>

2.7.3 Relación Costo Beneficio

Sánchez (2014) lo define como:

Una técnica que se utiliza para comprar dos o más proyectos y tomar las mejores decisiones para el inversionista. Resulta al tomar los ingresos, los cuales son considerados como beneficios ante los egresos netos considerados como costos y se determina el beneficio obtenido por cada dólar invertido en el proyecto, proporcionando una medida de rentabilidad.

2.7.4 Punto de Equilibrio

Es una técnica que ayuda en el proceso de toma de decisiones. Consiste en calcular el número de unidades a vender o determinar un monto de dinero en ventas que sea igual a gastos totales, donde no se obtiene ni pérdida ni ganancia.

Córdoba (2012) define al punto de equilibrio como:

El punto de equilibrio operativo es el nivel de ventas mínimo para cubrir los costos operativos, cuando la Utilidad operativa (UAll) es igual a cero.

El punto de equilibrio le sirve a la administración de la empresa para determinar el nivel de operación que cubra los costos operativos. (pág. 157)

2.7.5 Periodo Promedio De Recuperación

Es el tiempo requerido en donde el proyecto mediante el desarrollo de sus actividades recupera la inversión realizada inicialmente. Es una técnica que utiliza un inversionista al momento de evaluar un proyecto.

“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” (Hernández Ortiz, 2014, pág. 181)

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Introducción

Con la finalidad de sustentar la propuesta, mediante la aplicación de encuestas en la ciudad de San Gabriel, Cantón Montúfar, provincia del Carchi se realizó el presente estudio de mercado, el cual proporcionó información relacionada con la microempresa y con el mercado.

Se investigó en cuanto a lo relacionado a variables que influyen en el proyecto como; los gustos y preferencias de los entremeses, en especial en lo referente al consumo de humitas, identificando así la demanda potencial del proyecto. Además, se aplicó preguntas que permiten ver el punto de vista en cuanto a la propuesta del proyecto, información que servirá para poder establecer estrategias, políticas, planes y los lineamientos en los cuales se desarrollará el proyecto, como también tomar decisiones acertadas.

Se ha establecido dos nichos de mercados: el primero está relacionado con la población total de San Gabriel en su sector urbano; mientras que, también se ha previsto establecer un segundo nicho de mercado referente a cafeterías, restaurantes y supermercados. En lo que respecta al primer nicho de mercado se aplicó una encuesta a una muestra de 250 familias de la ciudad de San Gabriel, información que permitió identificar problemas, los cuales se busca solucionar mediante el desarrollo del proyecto.

3.2 Objetivos

3.2.1 Objetivo General

Analizar la factibilidad para la implantación de una microempresa productora y comercializadora de humitas empacadas al vacío en la ciudad de San Gabriel.

3.2.2 Objetivos Específicos

- Analizar las características y preferencias del nicho mercado en cuanto al consumo del producto.
- Evaluar la preferencia del consumidor en cuanto a la aceptación del producto.
- Identificar la demanda y oferta.
- Determinar la demanda potencial insatisfecha.
- Identificar las motivaciones de compra hacia el producto.
- Determinar los productos sustitutos a los cuales se tiene que competir.

3.3 Identificación del producto

3.3.1 Descripción Física

Es un alimento semi-industrial, cuya materia prima principal es el maíz. Además, contiene otros ingredientes como; mantequilla, queso fresco, huevos, sal, entre otros. Las humitas tienen 4cm de diámetro y 11cm de largo. Cinco unidades de humitas se empaquetan en una funda sellada al vacío.



Gráfico N° 19: Descripción física de las humitas
Fuente: Internet

3.3.2 Valor agregado

En la ciudad de San Gabriel existen pequeños productores que elaboran humitas sin los controles sanitarios requeridos, ni certificados que garanticen que el proceso de producción este realizado con todas las normas de higiene. Es por ello la importancia de producir y comercializar humitas empacadas al vacío.

3.4 Determinación de la población

Como se indicó en el capítulo 1, punto 1.7, para el desarrollo del estudio de mercado, se ha establecido dos nichos de mercado: el primero que tiene que ver con la población total de San Gabriel en su sector urbano, el segundo nicho son los consumidores potenciales referente a cafeterías, restaurantes y supermercados.

En el cuadro N° 5, se determinó la población urbana de la Ciudad de San Gabriel, dato que sirvió como la variable Población para poder calcular la Muestra y así poder aplicar las correspondientes encuestas.

Cuadro N° 24: Población de San Gabriel

NOMBRE DE LA PARROQUIA	ÁREA		TOTAL
	URBANO	RURAL	
SAN GABRIEL	14.487	6.609	21.096

Fuente: Datos del INEC censo 2010

Elaborado por: La autora

Como se mostró en los Cuadros N° 8, 9, 10 se encuentran registrados 15 negocios entre; supermercados, restaurantes y cafeterías, población menor a 100 por lo que se aplicó la técnica de censo.

3.5 Determinación de la muestra

Para determinar el número de encuestas a aplicarse a una población de 3.979 familias para obtener información, se ha efectuado el cálculo de la muestra detallado en el capítulo I, punto 1.7.2, se ha determinado que las encuestas se aplicaran a 250 familias de la ciudad de San Gabriel.

Fórmula:

$$N^{\circ} \text{ familias} = \frac{\text{población}}{4}$$

$$N^{\circ} \text{ familias} = \frac{15916}{4}$$

$$n = \frac{3.979 * 0,25 * 3,8416}{3.978 * 0,06^2 + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = 250$$

3.6 Aplicación de los resultados y encuestas realizadas

En lo referente al establecimiento de consumidores potenciales, se ha aplicado un censo a 15 negocios de la ciudad de San Gabriel. La encuesta se encuentra en el anexo # 2.

3.7 Tabulación y análisis de datos

3.7.1 Análisis de encuestas aplicadas a restaurantes, cafeterías y supermercados

1. ¿Qué tipo de actividad tiene su empresa?

Cuadro N° 25: *Actividad de la empresa*

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Restaurante	9	60%
Hotel	0	0%
Supermercado	2	13%
Minimarkets	0	0%
Cafetería	4	27%
Kiosco	0	0%
Otro	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

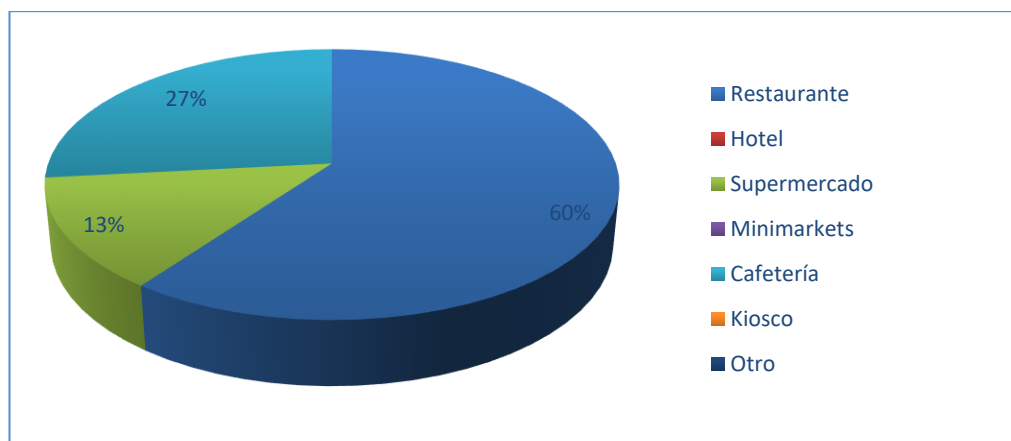


Gráfico N° 20: *Actividad de la empresa*

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis:

En la ciudad de San Gabriel existen únicamente dos supermercados, los cuales captan al mayor número de clientes, además existen un gran número de restaurantes y cafeterías, las cuales maximizan la actividad comercial en el cantón.

2. ¿Comercializa en su negocio entremeses (quimbolitos, humitas)?

Cuadro N° 26: *Comercialización de entremeses en el negocio*

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	9	60%
No	6	40%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

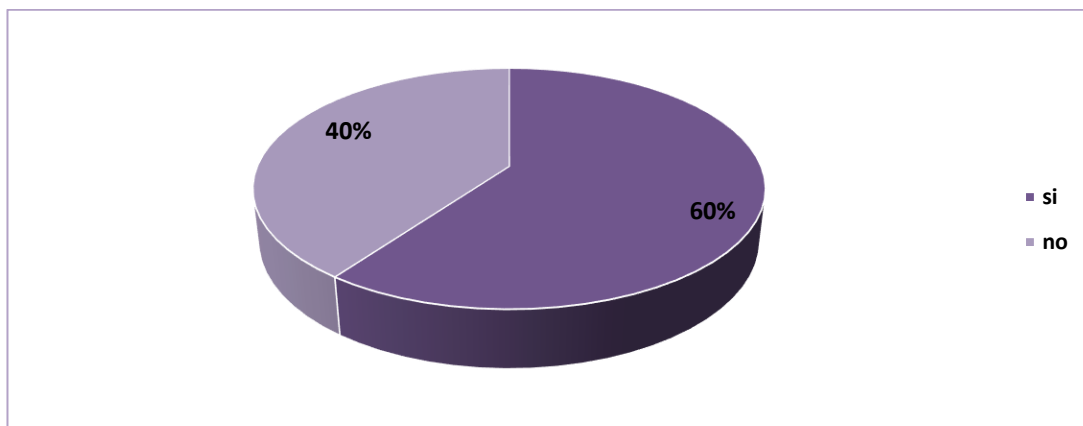


Gráfico N° 21: Comercialización de entremeses en el negocio

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis

En la ciudad de San Gabriel, la mayoría de restaurantes y cafeterías comercializan entremeses como: humitas, quimbolitos, etc. Adicionalmente indicaron que las humitas que se comercializan son elaboradas artesanalmente y no cuentan con registros de sanidad para mayor confianza. Mientras en los dos supermercados existentes, no comercializan humitas, ya que estos productos no cuentan con los requerimientos y normas de elaboración adecuados para poder ofrecerlos en sus negocios.

3. ¿Conoce alguna microempresa constituida dedicada a la producción y comercialización de humitas empacadas al vacío en la ciudad de San Gabriel?

Cuadro N° 27: *Conocimiento de una microempresa de humitas*

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	1	7%
No	14	93%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

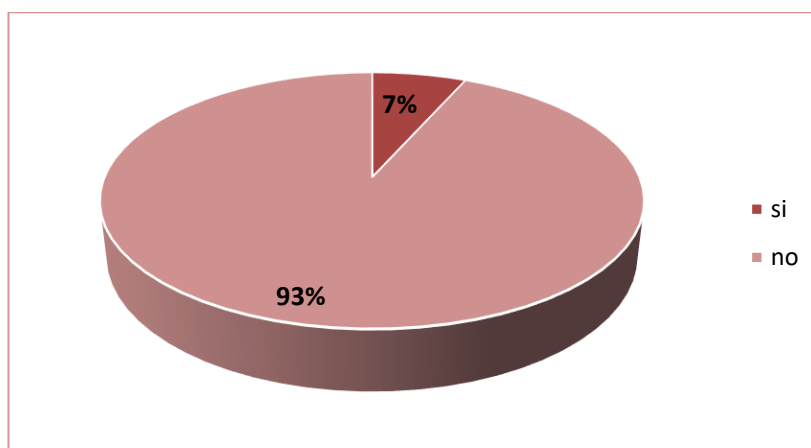


Gráfico N° 22: Conocimiento de una microempresa de humitas

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis

En la ciudad de San Gabriel no existe ninguna microempresa que se dedique a la producción de humitas, la mayor parte piensa que se debe a que los productores no poseen conocimientos administrativos o no se atreven a poner en marcha el emprendimiento por temor al fracaso o porque no cuentan con un apoyo personalizado a cada uno de los productores.

4. ¿Le gustaría encontrar una microempresa que produzca y comercialice humitas empacadas al vacío?

Cuadro N° 28: Creación de una microempresa de producción y comercialización de humitas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	12	80%
De acuerdo	1	7%
En desacuerdo	2	13%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

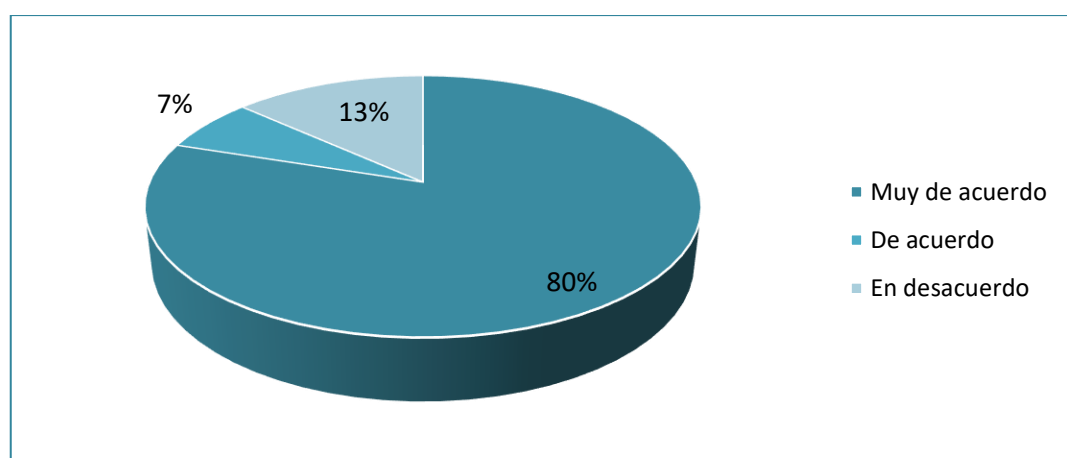


Gráfico N° 23: Creación de una microempresa de producción y comercialización de humitas

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis:

Los propietarios de cafeterías, restaurantes y supermercados indican que siempre quieren ofrecer a sus clientes buenos productos, por ello les gusta la idea de que se cree una microempresa de producción y comercialización de humitas. Adicionalmente se pudo observar que los propietarios de los restaurantes y cafeterías se dedican a la elaboración de humitas por ello no están de acuerdo, ya que significa más competencia para ellos.

5. ¿Estaría dispuesto a adquirir humitas empacadas al vacío para comercializarlos en su negocio?

Cuadro N° 29: Disponibilidad a adquirir humitas empacadas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	13	87%
No	2	13%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

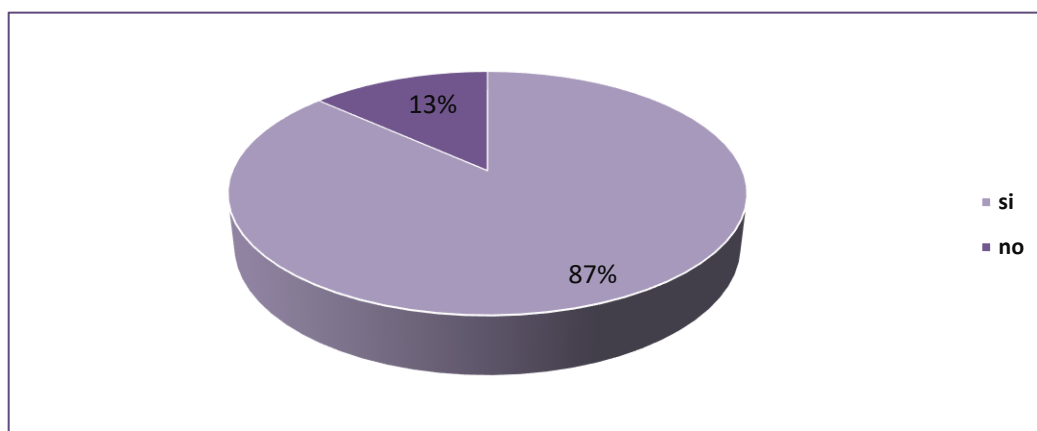


Gráfico N° 24: Disponibilidad a adquirir humitas empacadas

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis:

La mayoría de los propietarios de supermercados, restaurantes y cafeterías están dispuestos a adquirir humitas empacadas siempre y cuando tengan un buen sabor y tamaño para poder comercializarlas en sus negocios, además señalan que se sentirían muy seguros de que las humitas tengan los permisos correspondientes y que una persona que tenga los conocimientos técnicos este controlando la elaboración de estos productos.

6. ¿En qué sector le gustaría esté situado el punto de distribución?

Cuadro N° 30: *Preferencia de ubicación de la microempresa de humitas*

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Barrio San Vicente	11	73%
Barrio San Antonio	3	20%
Barrio San José	1	7%
Barrio Santa Clara	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

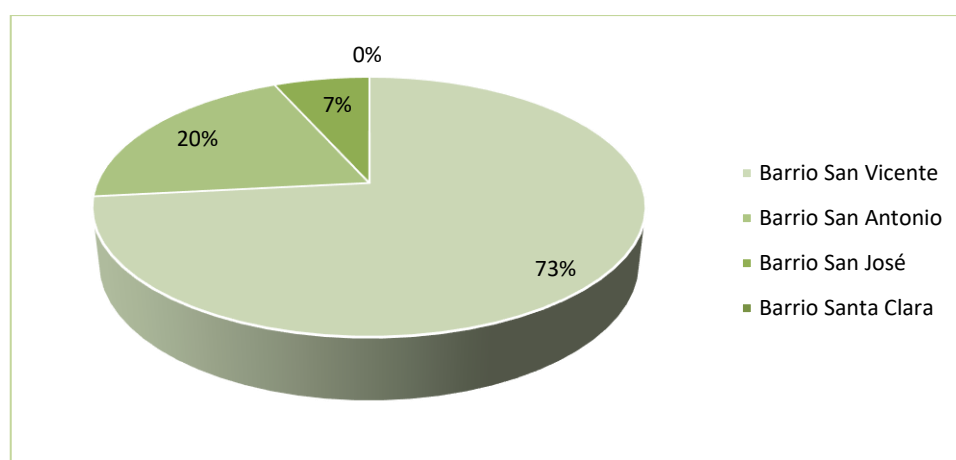


Gráfico N° 25: Preferencia de ubicación de la microempresa de humitas

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis:

La Calle Bolívar de la ciudad de San Gabriel es la vía donde más fluye personas ya sea por la existencia de locales comerciales, restaurantes, almacenes, cafeterías, entre otros, por ello como el Barrio San Vicente es un barrio que está cerca del parque central de la ciudad consideran que es el mejor lugar para ubicar la microempresa, además como es en el centro urbano de la ciudad es más fácil tener contacto con los representantes de la microempresa.

7. ¿Cómo le gustaría abastecerse de la mercadería?

Cuadro N° 31: Abastecimiento de la mercadería

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Al por mayor	12	80%
Al por menor	0	0%
Otro	3	20%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

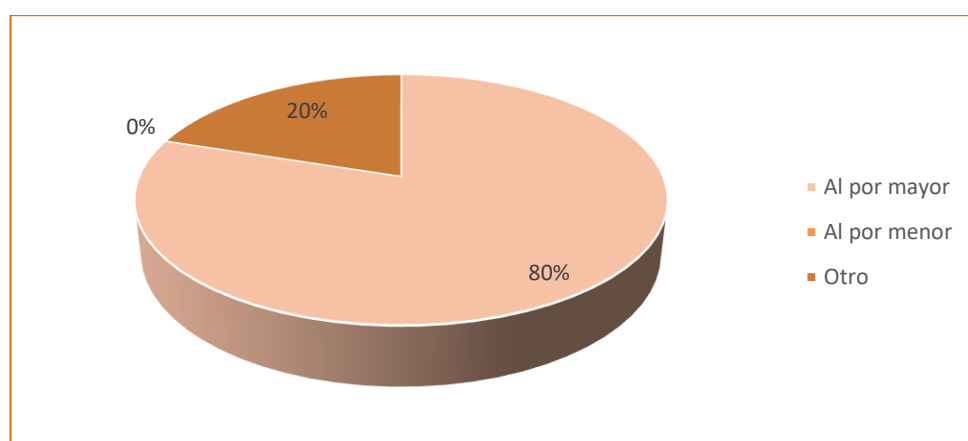


Gráfico N° 26: Abastecimiento de la mercadería

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis:

El sistema de venta que tiene la mayoría de los propietarios de los restaurantes es entrega al por mayor ya que adicionalmente ellos expresaron que pueden acceder a promociones o descuentos para poder ofrecer en sus negocios, también indicaron que les gustaría adquirir el producto de forma a continua para así poder tener productos frescos. Indicaron que el pedido lo realizarían según como se vayan comercializando los productos en sus negocios.

8. ¿Qué estrategias de venta utiliza para atraer más clientes?

Cuadro N° 32: Estrategias utilizadas para vender

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Promociones	8	53%
Descuentos	7	47%
Otros	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

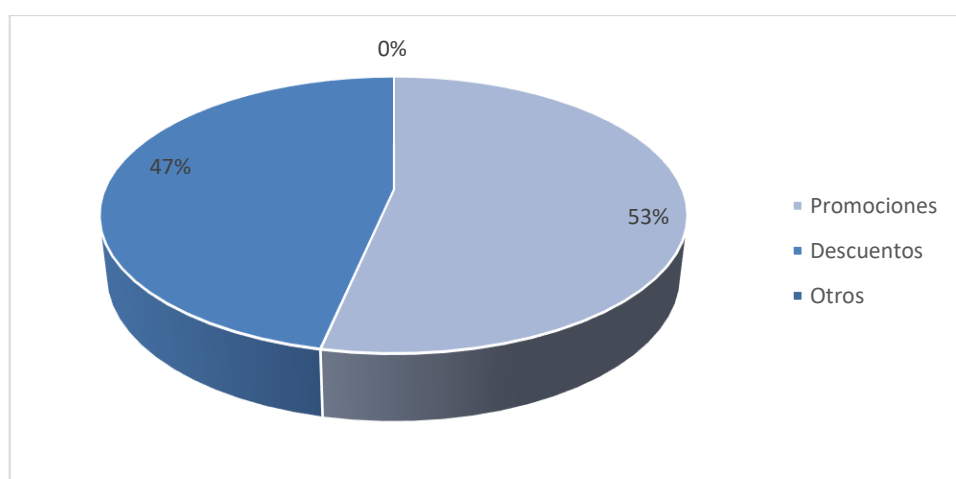


Gráfico N° 27: Estrategias utilizadas para vender

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis:

Los propietarios de cafeterías, restaurantes y supermercados utilizan mayormente dos estrategias para vender que son las promociones y descuentos para poder comercializar los productos en sus negocios y así atraer más clientes para sus negocios. Lo propietarios de los supermercados piensan que una buena estrategia es establecer puestos de degustación del producto dentro del supermercado para los clientes.

9. ¿Cuántas humitas le gustaría que cuente un paquete?

Cuadro N° 33: Preferencia de unidades de humitas por paquete

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Dos humitas	0	0%
Tres humitas	0	0%
Cinco humitas	15	100%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

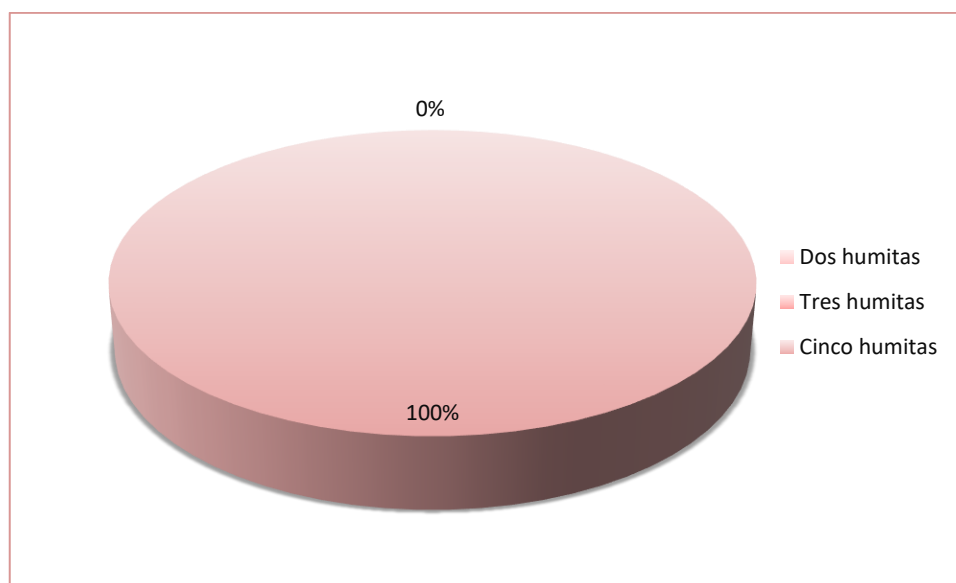


Gráfico N° 28: Preferencia de unidades de humitas por paquete

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis:

Quienes están dispuestos a adquirir las humitas empacadas al vacío para comercializarlas en sus negocios, consideran adecuado que se empaque las humitas en una funda que contenga cinco unidades de humitas, ya que siempre las humitas se las compra para compartir en familia y por lo general una familia está compuesta de más de cuatro personas.

10. Si usted estuviera dispuesto a abastecerse nuestros productos quincenalmente, ¿Cuáles serían las condiciones de pago más favorables para su negocio o empresa?

Cuadro N° 34: Forma de pago del producto

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pago antes de entrega	0	0%
Pago simultaneo a la entrega	1	7%
Pago después de la entrega	14	93%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

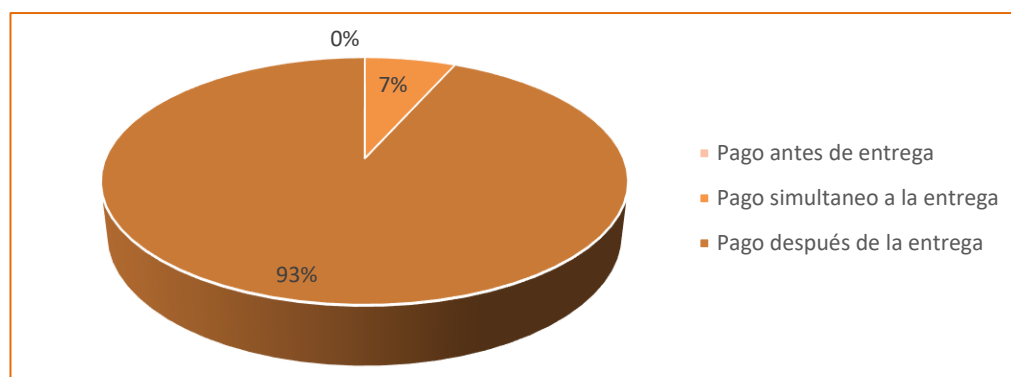


Gráfico N° 29: Forma de pago del producto

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis:

La mayoría de los propietarios de cafeterías, restaurantes y supermercados les gustaría realizar el pago después de la entrega, ya que adicionalmente indicaron que primero se tienen que asesorar que los productos se encuentren en un buen estado y tenga las condiciones adecuadas para la venta. Adicionalmente les gustaría que se les dé un plazo de tiempo para poder vender y con la misma plata cancelar el pedido.

11. ¿Qué forma de negociación comercial, le gustaría tener con nuestra microempresa?

Cuadro N° 35: Relaciones comerciales con la empresa

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Relación directa	15	100%
Agentes de venta	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

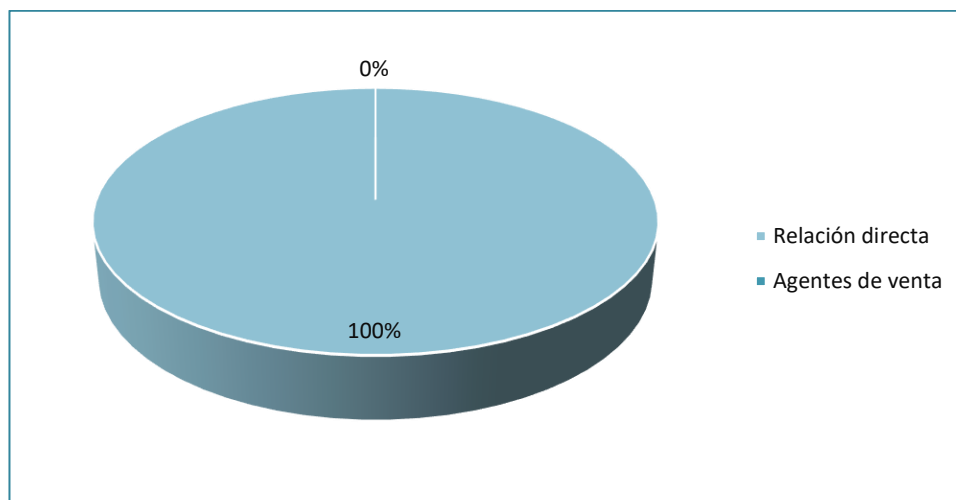


Gráfico N° 30: Relaciones comerciales con la empresa

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis:

Todos los propietarios de los restaurantes, cafeterías y supermercados que están dispuestos a adquirir las humitas indicaron que para tener una buena relación en lo que respecta a negocios es bueno tener una relación directa con la microempresa, ya que así se lograría tener una mejor comunicación y generar una mayor confianza y seguridad para ellos.

3.8 Establecimiento e identificación del mercado meta

Se ha aplicado el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa para la producción y comercialización de humitas empacadas al vacío, en el sector urbano de la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar, provincia del Carchi, con la finalidad de introducir al mercado este nuevo producto; el mercado meta al cual se busca satisfacer las necesidades son las familias de la ciudad, ofreciéndoles un producto que cuente estándares de calidad e higiene en cada proceso de elaboración.

3.9 Tipo de segmentación

3.9.1 Segmentación según el estatus social

El proyecto está enfocado a satisfacer las necesidades de las familias, cuyo estatus social sea alto, medio alto y medio.

3.9.2 Segmentación demográfica

No es necesario establecer parámetros como es el género y el estado civil, ya que las humitas se las consume en compañía de familiares o amigos, en vista a que se refiere a alimentos se considera un mercado abierto.

En lo que se refiere a la edad según la información recopilada en el capítulo I, se ha establecido un segmento considerable de habitantes, que se encuentran entre los 15 a 69 años, que corresponde al mercado meta de la microempresa a crearse en la ciudad de San Gabriel. Se considera a los consumidores desde los 15 años, ya que a esa edad ya empiezan a consumir alimentos según su valor nutricional y

se ha considerado hasta los 69 años ya que las personas de mayor de edad ya sea por motivos de salud se abstienen de comer ciertos alimentos.

En lo que se refiere a los ingresos según la encuesta realizada las familias que tiene como ingreso el salario mínimo unificado de 366 dólares americanos, están en capacidad de al menos una vez al mes consumir un paquete de cinco unidades de humitas. En lo que respecta a los jóvenes desde los 15 años, la mayoría como son estudiantes no cuentan con ingresos, por lo que dependerá del presupuesto que les asignen sus padres.

Al salir del trabajo y buscando un momento de relajación y descanso muchos oficinistas acuden a cafeterías a degustar un café y un entremés, para compartir momentos con amigos.

3.9.3 Segmentación geográfica

Se enfoca a un mercado de toda la población del cantón Montúfar, ya que la población urbana de San Gabriel, son consumidores frecuentes de este tipo de entremés, o acuden a comprar en supermercados, restaurantes y cafeterías, mientras tanto, que las familias del sector rural ellos acuden a estos lugares en especial los fines de semana donde las familias salen a realizar compras cuentan ocasionando así una gran afluencia de personas.

3.9.4 Segmentación conductual

En el análisis de las encuestas aplicadas a los consumidores potenciales se ha determinado cuál es su reacción ante el producto, a cambiar la mentalidad de un producto artesanal a semi industrial.

3.10 Análisis de la demanda

En vista de que se refiere acerca de un producto alimenticio, es necesario enfocarse en los gustos y preferencias de los consumidores, los cuales buscan satisfacer sus necesidades alimenticias buscando aporte nutricional, alimenticio y que sea agradable a su paladar y lo más importante tener una garantía de cada uno de los procesos de elaboración sean los más adecuados cumpliendo con todos los estándares, normas de higiene y de control.

En vista de que no se posee datos históricos acerca del consumo de humitas, se procede a elaborar la proyección de humitas a partir de las encuestas aplicadas a 250 familias del sector urbano de la ciudad de San Gabriel.

3.10.1 Cálculo de la demanda actual

Según la encuesta aplicada a los consumidores potenciales, en la pregunta número 1, al realizar el respectivo análisis se ha determinado que, 233 familias que representa el 93% de una muestra de 250 familias, que consumen diferentes entremeses entre ellos las humitas. Como se indicó en el capítulo I, para el año 2016 la población urbana de la ciudad de San Gabriel es de 15.916 habitantes, pero como el consumo del producto es familiar, se ha determinado según el número de familias que es 3.979.

Para determinar la demanda del producto se aplica una regla de tres, con los datos obtenidos de la encuesta aplicada y con la población que se ha determinado.

Cuadro N° 36: Cálculo del número de familias que consumen humitas

	SEGÚN LA MUESTRA	POBLACIÓN URBANA TOTAL
	250	3.979
# familias consumen humitas	233	X

Fuente: Entrevista a las familias

Elaborado por: La autora

Determinación del número de familias que consumen diferentes entremeses entre ellos las humitas, hay que recalcar que según la encuesta aplicada muchas familias no consumen humitas porque no les gusta la forma en como están elaboradas, es por ello que prefieren consumir otros entremeses.

$$x = \text{Número de familias} = \frac{233 \times 3.979}{250}$$

$$\text{Número de familias} = \frac{927.107}{250}$$

$$\text{Número de familias} = 3.708$$

Se realiza un cruce de preguntas con la pregunta 6 que se refiere a la frecuencia de compra de humitas, encuesta aplicada a 250 familias de la ciudad de San Gabriel, para determinar la cantidad de humitas demandadas por las familias. Se

toma en cuenta que el número de integrantes por familia es de 4 según los datos INEC, es por ello que cada familia al menos consume 4 humitas en cada ocasión.

Para determinar la demanda total del consumo de humitas en las familias de la Ciudad de San Gabriel se aplica una regla de tres, tomando en cuenta que el número de familias dispuestas a comprar entremeses como las humitas es de 3.708

Cuadro N° 37: Cálculo de la demanda anual según la población total

Frecuencia de compra de humitas	# humitas (4 por 1 familia) al mes	PORCENTAJE	Población urbana Total	Demanda de humitas por mes	Demanda de humitas por año
1 vez a la semana	16	49%	1.810	28.955	347.460
2 veces a la semana	32	27%	994	31.803	381.636
1 vez al mes	4	18%	668	2.670	32.040
2 veces al mes	8	6%	237	1.899	22.784
TOTAL		100%	3.708	65.327	783.920

Fuente: Entrevista a las familias

Elaborado por: La autora

Según la investigación aplicada a una muestra de 250 familias, 3.708 familias de la ciudad de San Gabriel que están dispuestas a consumir las humitas y al realizar un cruce de preguntas con la pregunta 6 se ha determinado que existe una demanda de 65.327 humitas por mes, teniendo al año una demanda de 783.920 humitas por las familias de la ciudad de San Gabriel.

3.10.2 Proyección de la demanda

Al realizar el respectivo cálculo se ha determinado que el número de familias que demandan las humitas en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar, provincia del Carchi es de 3.708 familias, y según la frecuencia de consumo dichas familias consumen 783.920 humitas al año, dato que servirá de base para poder realizar la respectiva proyección de la demanda, el cual es obtenido mediante la fórmula del monto. Según datos proporcionados por el INEC se ha establecido para el año 2016 la tasa de crecimiento poblacional es de 1,56%.

Fórmula: $M = C(1 + i)^n$

Cuadro N° 38: Proyección de la demanda

AÑO	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA (# HUMITAS)
2017	796.150
2018	808.570
2019	821.183
2020	833.994
2021	847.004

Elaborado por: La autora

Según los cálculos realizados, se puede observar que existe un buen número de demanda en lo que se refiere a humitas.

3.11 Análisis de la oferta

En la ciudad de San Gabriel, existen aproximadamente siete locales que se dedican a la producción y comercialización de humitas.

Cuadro N° 39: Productores de humitas

N°	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN
1	KIOSCO BELÉN	CALLE SUCRE Y MONTÚFAR
2	HELADERÍA- CAFETERÍA SODA ARIES	CALLE COLÓN Y BOLÍVAR
3	SN	CALLE LOS ANDES Y RICAURTE
4	COMEDOR “DOÑA MAGUI”	MERCADO “JESÚS DEL GRAN PODER”
5	RESTAURANTE EL BUEN SABOR	CALLE MONTÚFAR Y OLMEDO
6	RESTAURANTE - CAFETERÍA “LOS AGACHADITOS”	CALLE BOLÍVAR Y MEJÍA
7	SN	CALLE BOLÍVAR Y CALDERÓN
8	SN	MERCADO DE GANADO
9	RESTAURANTE EL BUEN SABOR	CALLE OLMEDO Y MONTÚFAR
10	GABY RESTAURANTE	CALLE OLMEDO Y BOLÍVAR
11	RESTAURANTE SAN JOSÉ	CALLE BOLÍVAR Y SUCRE

Fuente: Observación directa

Elaborado por: La autora

Según la entrevista aplicada a los productores de humitas, se ha determinado que ellos producen aproximadamente entre 80 a 100 humitas para vender

diariamente en el año 2016. Los productores llevan más de 5 años en el mercado, razón por la cual cuentan con una amplia experiencia en este negocio y ellos han determinado que por el crecimiento de las ventas de humitas cada año ha aumentado en un 1.5%. Algunos productores se dedican a realizar esta actividad los siete días a la semana, en su mayoría en la tarde, mientras tanto otros laboran los seis días en semana. Para realizar el cálculo de la producción de humitas, se tomará en cuenta que los productores se dedican realizar esta actividad los seis días de la semana, ya que también en la ciudad de San Gabriel existen algunos productores ambulantes que no desempeñan la actividad frecuentemente, ya que su actividad comercial es temporal.

3.11.1 Cálculo de la oferta actual

Su producción se ubica entre 80 a 100 humitas diarias, al realizar un promedio entre el rango de producción se ha determinado que la producción de los siete locales se ubica alrededor de 90 humitas, dato importante que servirá de base para realizar los respectivos cálculos.

Cuadro N° 40: Producción anual de las humitas

Detalle	Producción diaria de humitas	Días Producción	Producción Semanal	Producción Mensual	Producción Anual
Un productor y su ayudante	90	6	540	2.160	25.920
Once productores	990	6	5.940	23.760	285.120

Fuente: Entrevista a los productores

Elaborado por: La autora

3.11.2 Proyección de la oferta por parte de los productores de humitas

Al realizar el respectivo cálculo se ha determinado que, en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar, provincia del Carchi en el año 2016, los once locales que se dedican a la producción de 285.120 humitas que ofrecen a la población, como se indicó anteriormente la tasa de crecimiento según los productores es de 1.5%. Para realizar la proyección se utilizará la fórmula del monto.

Fórmula: $M = C(1 + i)^n$

Cuadro N° 41: Proyección de la oferta

AÑO	PROYECCIÓN DE LA OFERTA (# HUMITAS)
2017	289.397
2018	293.738
2019	298.144
2020	302.616
2021	307.155

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

3.12 Demanda insatisfecha

Al recolectar la información se ha logrado establecer cuál es la demanda de humitas en la ciudad de San Gabriel, y que parte los siete productores de dicho producto están satisfaciendo de la demanda, al realizar la diferencia entre la demanda y la oferta se puede establecer cuál es la demanda potencial insatisfecha

para poder atender esta una parte de la misma, según la capacidad de producción de la microempresa de producción y comercialización de humitas.

Cuadro N° 42: Cálculo de la demanda potencial insatisfecha

AÑO	DEMANDA DE HUMITAS	OFERTA DE HUMITAS	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA
2017	796.150	289.397	506.753
2018	808.570	293.738	514.832
2019	821.183	298.144	523.039
2020	833.994	302.616	531.378
2021	847.004	307.155	539.849

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

3.13 Demanda a captar

Con la demanda determinada para el año 2018 y al realizar los correspondientes cálculos y según la información recolectada se ha determinado que los once negocios que se dedican a la producción y comercialización de humitas solamente satisfacen un 36% de la demanda, quedando un 64% de la demanda sin atender.

Cuadro N° 43: Análisis de la demanda potencial insatisfecha

DEMANDA DE HUMITAS	796.150	100%
OFERTA DE HUMITAS	289.397	36%
DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	506.753	64%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Se realizó una investigación para poder determinar el tiempo que se demoran en producir 90 humitas. La investigación se la ha realizado en el Kiosko Belén, con la colaboración de su propietaria la señora Teresa Molina. En el proceso productivo de la elaboración de 90 humitas, en donde trabaja la propietaria y una ayudante, se ha determinado que el tiempo que se utiliza en cada etapa es el siguiente:

Cuadro N° 44: Tiempo necesario en el proceso de producción de humitas

PROCESO	TIEMPO (MIN)
Corte de hoja	1,22
Descatulado y limpieza de hoja	7,8
Limpieza de pelo al maíz	1,2
Desgranado a mano	15,6
Molida del choclo	15
Cernida de la masa	15
Batida	20
Envolvimiento de las humitas	1,7
Colocación de humitas en la tamalera	1,7
Cocción al vapor	60
TIEMPO TOTAL (MINUTOS)	139,25
TIEMPO TOTAL (HORAS)	2,32

Fuente: Observación directa (Kiosko Belén)

Elaborado por: La autora

Según la investigación realizada, se ha determinado que un productor de humitas y un ayudante producen aproximadamente 90 humitas en: 2 horas con 19 minutos y 15 segundos.

Con la implementación de la microempresa se ha planificado que trabajarán 2 personas en el área de producción, en una jornada de tiempo completo. Para determinar la cantidad de producción se ha aplicado una regla de tres simple, en donde el tiempo que tendrán para producir es de 480 minutos (8 horas diarias * 60 minutos).

Cuadro N° 45: Producción de la microempresa

HUMITAS	TIEMPO (MIN)
90	139,25
X	480

Fuente: Observación directa (Kiosko Belén)

Elaborado por: La autora

Al realizar los respectivos cálculos se ha definido que las dos personas en una jornada de tiempo completo producirán 310 humitas aproximadamente. En vista de que la etapa inicial del ciclo de vida del producto en el mercado, la iniciación del producto es bajo, la microempresa se ha propuesto producir 55 fundas de humitas empacadas al vacío, como cada funda contará de cinco unidades, será necesario producir 277 humitas, siendo esta la capacidad de producción de la planta, esta

capacidad se detallará de una manera más profunda en el capítulo IV. La producción anual de humitas de la microempresa queda detallada de la siguiente manera:

Cuadro N° 46: Capacidad de producción

PRODUCCIÓN DIARIA	PRODUCCIÓN MENSUAL (22 DÍAS AL MES)	PRODUCCIÓN ANUAL (12 MESES)
277	6094	73128

Fuente: Observación directa (Kiosko Belén)

Elaborado por: La autora

La microempresa producirá 22 días al mes, los doce meses del año. En el periodo de vacaciones se contratará temporalmente a una persona por trabajador. La capacidad de la planta es de 6.084 humitas al mes dando como resultados una producción anual de 73.128 humitas, captando así la siguiente parte de la demanda potencial insatisfecha.

Cuadro N° 47: Demanda a captar

DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	506.753	100%
PRODUCCIÓN DE LA MICROEMPRESA	73.128	14,43%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Según la capacidad de producción de la microempresa que se detallará en el capítulo siguiente, se ha planteado la meta de captar el 14.43% de la demanda potencial insatisfecha.

De acuerdo con la capacidad de producción de la planta se estima cubrir inicialmente la demanda insatisfecha del 14,43%, posteriormente como el producto será más conocido en el mercado, entrará en la etapa crecimiento del ciclo de vida del producto, es por ello que se ha planificado un crecimiento en las ventas de un 5% del año anterior. La proyección a los cinco años siguientes es la siguiente:

Cuadro N° 48: Proyección de participación en el mercado

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	% PARTICIACIÓN	PRODUCCIÓN ANUAL	PRODUCCIÓN DIARIA
2017	796.150	289.397	506.753	14,43%	73.128	277
2018	808.570	293.738	514.832	14,91%	76.784	291
2019	821.183	298.144	523.039	15,41%	80.624	305
2020	833.994	302.616	531.378	15,93%	84.655	321
2021	847.004	307.155	539.849	16,47%	88.888	337

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

3.14 Estrategias de mercado

Las estrategias de mercado permiten poder posicionar a la microempresa en el mercado, ayudan a poder captar a más clientes que buscan satisfacer sus necesidades. Para definir claramente las estrategias de mercado es necesario realizar un análisis detenido de cada una de las variables del marketing mix.

3.14.1 Precio

En vista de que todas las empresas se enfrentan a un mercado altamente competitivo, es por ello que se necesita establecer diferentes políticas de precios que permitirán hacer frente a la competencia. Las posibles estrategias que se ha establecido son las siguientes:

- Se elaborará un previo análisis de costos y gastos operativos, considerando los precios de la competencia para determinar el precio accesible a los consumidores de los productos a ofertarse.
- Se adquirirá volúmenes grandes de materia prima e insumos para no afectar el precio final de los productos. Además, se buscará aprovechar los costos fijos.
- Se analizará los procesos de producción para aprovechar todos los insumos necesarios.
- Cuando se tenga pedidos se realizará un descuento.

3.14.2 Producto

Son fundas que contienen cinco unidades de humitas, las cuales están empacadas al vacío, que consiste en la extracción del oxígeno para que el producto pueda durar por más tiempo, aproximadamente 15 días, además, se mantenga libre de agentes de contaminación que contiene el aire. También, cada proceso de elaboración contará con las debidas medidas de seguridad para garantizar un producto con normas asepsia.

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Razón Social de la microempresa: “Las Auténticas”

Slogan: “Lo exquisito y tradicional, en todo momento especial...”

Peso: Cada humita pesa 200 gramos

Información Nutricional por una humita

Calorías	192	Sodio	97 mg
Grasas totales	8 g	Potasio	0 mg
Saturadas	2 g	Carbohidratos totales	29 g
Poliinsaturados	0 g	Fibra dietética	4 g
Monoinsaturados	0 g	Azúcares	7 g
Trans	0 g	Proteínas	6 g
Colesterol	8 mg		
Vitamina A	12%	Calcio	6%
Vitamina C	17%	Hierro	4%
*Los valores diarios de porcentaje están basados en una dieta de 2000 calorías. Tus valores diarios podrían ser superiores o inferiores dependiendo de tus necesidades calóricas.			

Gráfico Nº 31: Información Nutricional por una humita

Fuente: (THE WORLD'S LARGEST FITNESS COMMUNITY, 2016)

Ingredientes

- Cholo maduro
- Mantequilla
- Quesillo (cuajada)
- Huevos
- Manteca de cerdo



Gráfico N° 32: Ingredientes de las humitas
Fuente: Internet

Cada funda de humitas empacadas al vacío tendrá el logotipo de la empresa y el eslogan para que los clientes puedan identificar el producto, además se contará con la presentación de la información nutricional, la fecha de elaboración.

Para el diseño del logotipo, se ha utilizado un choclo animado, ya que es la materia prima de las humitas, además el choclo animado cuenta con un sombrero que constituye como parte de la vestimenta tradicional de la población de San Gabriel. A continuación, se presenta el logotipo de la microempresa productora y comercializadora de humitas.



Gráfico N° 33: Logotipo de la microempresa
Elaborado por: La autora

Preparación:

Para la elaboración de las humitas primero es necesario pelar el choclo maduro y sacar con cuidado las hojas del mismo, ya que posteriormente servirán para envolver las humitas. Luego se procede a desgranar el choclo y a continuación se muele el choclo desgranado y se cierne la masa.

La masa molida se la mezcla con los siguientes ingredientes; huevos, mantequilla, manteca de cerdo, quesillo (cuajada), sal. Se mezcla hasta lograr una masa homogénea, luego se envuelve con las hojas lavadas del choclo y se las lleva a una tamalera u olla de vapor para cocinarlas por una hora.



Gráfico Nº 34: Cocción de las humitas
Fuente: Internet

3.14.3 Plaza

Para poder llegar a los consumidores es necesario la intervención de intermediarios que serían los restaurantes, cafeterías y supermercados, con los cuales se tendrá una relación directa ya que se trabajará de una forma cerrada, es decir bajo pedidos.

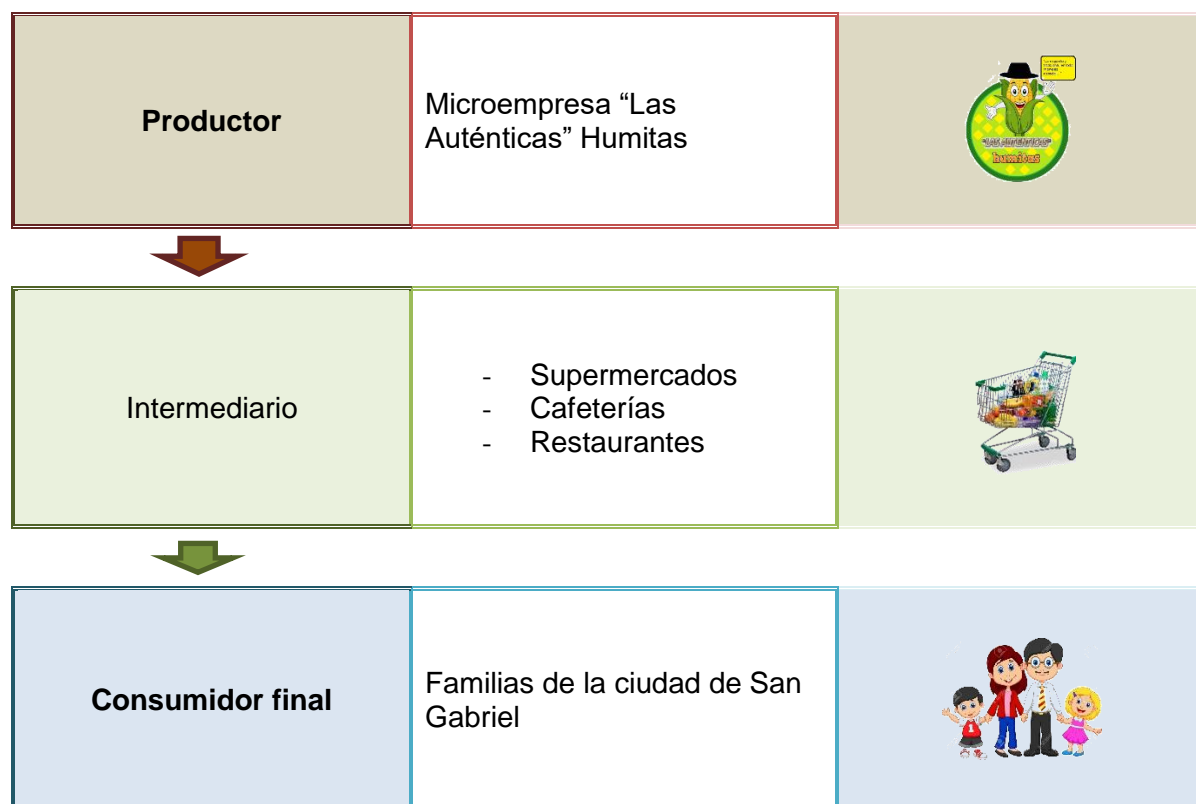


Gráfico N° 35: Sistema de comercialización
Elaborado por: La autora

3.14.4 Promoción

Para poder dar a conocer el producto se realizará las siguientes acciones:

En los supermercados se establecerá puntos de degustación para dar a conocer el producto, a los clientes de los dos supermercados de la ciudad de San Gabriel.

Se utilizará afiches y vallas publicitarias con la finalidad de promover las humitas, ya que como es una publicidad exterior, todas las personas podrán conocer el producto a ofertarse.



Gráfico N° 36: Afiche publicitario de la microempresa
Elaborado por: La autora

La creación de una página web para poder ofrecer los productos, receptor pedidos y recibir sugerencias para implementar en el producto. También para dar a conocer información de la microempresa a las personas en lo que respecta: organización, filosofía institucional y procesos.

Menú Las-autenticas-humitas x +

las-autenticas-humitas.webnode.com.ve

INICIO / SOBRE NOSOTROS / CONTACTO

"LAS AUTÉNTICAS"

"LAS AUTÉNTICAS"
HUMITAS

LAS AUTÉNTICAS -HUMITAS

Son bandejas que contienen cinco unidades de humitas, las cuales están empacadas al vacío, que consiste en la extracción del oxígeno para que el producto pueda durar por más tiempo, aproximadamente 15 días, además, se mantenga libre de agentes de contaminación que contiene el aire.

También, cada proceso de elaboración contará con las debidas medidas de seguridad para garantizar un producto con normas aseptia.

¡Es hora del café!

PEDIDOS

para momentos especiales con amigos y familia...

Pide las autenticas humitas en tu supermercado, restaurantes y cafeterías..

Gráfico N° 37: Página web de la microempresa
Elaborado por: La autora

Utilización de los medios de comunicación como la radio local que tiene una gran audiencia en el cantón Montúfar, como son; “Radio Horizontes” y “Radio Sky”, las cuales nos permitirán llegar a más personas, y así poder dar a conocer los productos a más familias de la ciudad de San Gabriel.

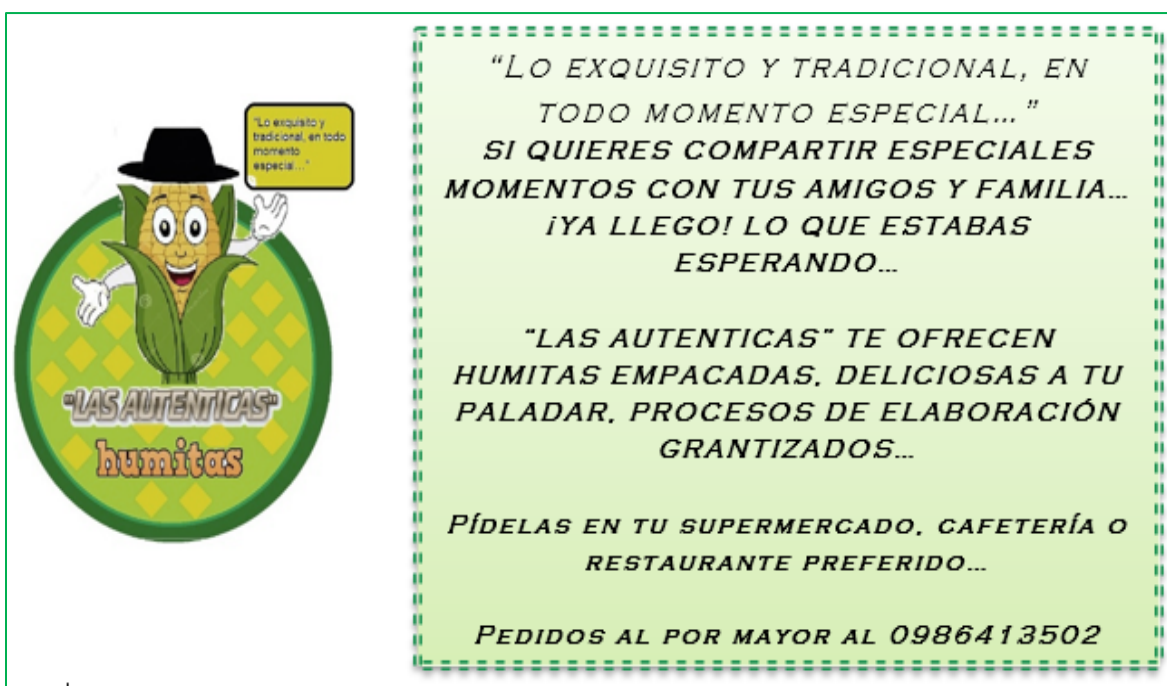


Gráfico N° 38: Cuña radial
Elaborado por: La autora

Creación de un perfil en redes sociales para estar en contacto directo con los clientes, quienes podrán aportar con sus ideas y sugerencias para poder implementar en las humitas, además se podrá ver la percepción del cliente en cuanto a la marca. La red social que se utilizará es la de Facebook.



Gráfico N° 39: Red social de la microempresa
Elaborado por: La autora

3.15 Conclusiones del estudio de mercado

Al realizar la recolección de la información mediante el estudio de mercado se ha podido llegar a las siguientes conclusiones:

- Algunas personas no consumen humitas en los diferentes locales porque no están seguras de que el proceso de elaboración cumpla con los debidos estándares de calidad e higiene.
- Los productores de humitas no ofrecen la atención del producto a toda hora, ya que únicamente se encuentra humitas en la ciudad de San Gabriel en horarios de la tarde. Por lo que los clientes tienen que esperar hasta la tarde

para poder adquirir las humitas, y muchas veces estos productos se terminan rápidamente.

- Los propietarios de restaurantes, cafeterías y supermercados prefieren tener una relación directa con la microempresa para que poder establecer una comunicación clara y establecer directamente los acuerdos comerciales.
- Una pequeña parte de la población no le gusta la idea de implementar una microempresa, ya que consideran que las humitas son productos artesanales, y que si se las elabora industrialmente podrían perder su sabor.
- Al analizar la oferta y la demanda de las humitas se ha establecido que existe un alto número de demanda potencial insatisfecha, la cual podríamos captar y satisfacer las necesidades con la implementación de la microempresa.

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Presentación

El estudio técnico del proyecto ayuda a identificar cuál es el tamaño óptimo del proyecto, tomando en cuenta; la disponibilidad de los insumos, la tecnología disponible, la cantidad demandada, entre otras variables, selección que permitirá determinar los requerimientos en cuanto a infraestructura, la disponibilidad de materia prima, recurso humano que se utilizará en la creación de la microempresa de producción y comercialización de humitas empacadas al vacío.

Una vez identificado la ubicación óptima de la microempresa se elaborará la distribución de la planta, en donde se identificará las estaciones de trabajo, departamentos, áreas de producción, tomando en cuenta la disponibilidad de maquinaria y el recurso humano. Al elaborar la infraestructura permitirá determinar el monto necesario para realizar la construcción de las instalaciones.

El estudio técnico permite determinar cuáles son los costos en los que se incurrirán para poder ejecutar la idea del proyecto, permitiéndonos tener una base para poder realizar la evaluación financiera y económica del proyecto. Además, con los datos obtenidos se determinará si la ejecución del proyecto es viable o no, lo que posteriormente proporcionará directrices claras para poder tomar las decisiones más acertadas para la microempresa.

4.2 Objetivos

4.2.1 Objetivo general

Determinar la capacidad de producción de la microempresa productora y comercializadora de humitas empacadas al vacío.

4.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar el tamaño y la ubicación óptima para la implantación de la microempresa.
- Determinar los procesos de producción en la elaboración de humitas.
- Realizar la distribución de la planta de producción y el área administrativa.
- Evaluar equipo y maquinaria necesarios para desarrollar las actividades de la microempresa.
- Calcular los costos para la ejecución del proyecto.

4.3 Localización del proyecto

Mediante la utilización de métodos cuantitativos y cualitativos, se ha logrado identificar la localización óptima del proyecto en cuanto a la macro localización y micro localización, proporcionando información confiable para poder optar por la opción más conveniente para la microempresa en lo que se refiere a rentabilidad y subsistencia de la misma.

4.3.1 Macro-localización

La microempresa familiar de producción y comercialización de humitas desarrollara sus actividades de producción en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar, provincia del Carchi.

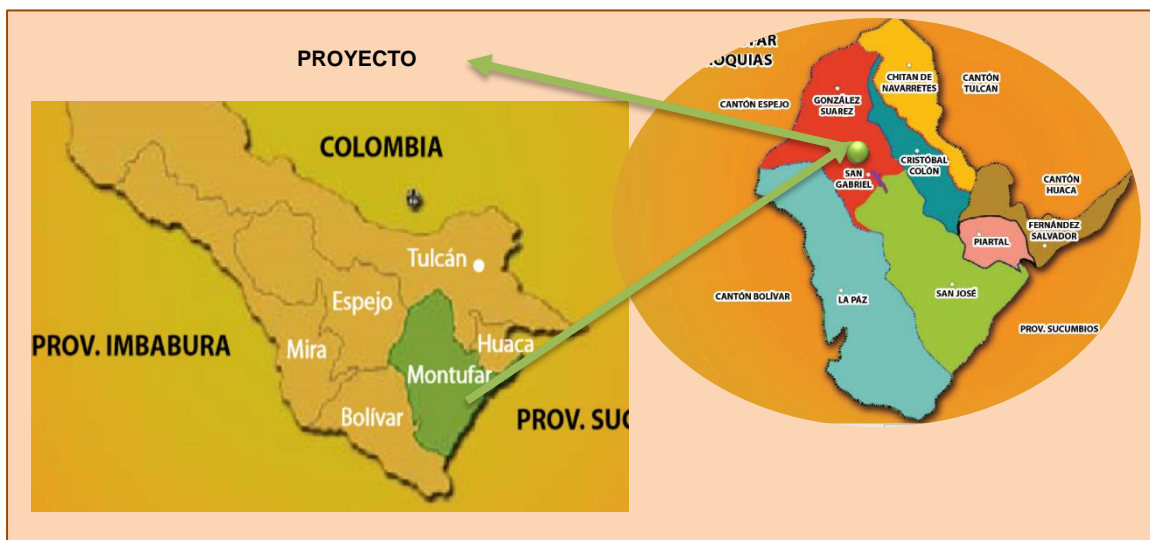


Gráfico N° 40: Ubicación de la microempresa

Fuente: Plan de Gestión Centro Histórico San Gabriel 2012-2016

DATOS DEL CANTÓN MONTÚFAR

Superficie: 390 Km²

Ubicación: 40 Km de la ciudad de Tulcán

Altitud: 2980 m s. n. m.

Población: (Censo INEC 2010) 30.511 habitantes

Temperatura: 12.5°C.

4.3.2 Micro-localización

Para poder establecer la ubicación óptima del proyecto se ha escogido los tres barrios de mayor preferencia de los posibles consumidores potenciales, según la encuesta aplicada a los propietarios de los restaurantes, supermercados y cafeterías. Para seleccionar el mejor sector en donde se ubicará el proyecto es necesario realizar el respectivo análisis de cada uno de los factores que influyen en el desarrollo de las actividades de la microempresa.

Según el Capítulo III, en el cuadro N° 28 los lugares de mayor preferencia por parte de los propietarios, posibles clientes potenciales son:

- Barrio San Vicente
- Barrio San Antonio
- Barrio San José

Para realizar la valorización de los factores se ha determinado los valores desde 10, el más óptimo hasta 1 el menos óptimo.

Cuadro N° 49: Micro localización del proyecto

FACTORES	PESO	Barrio San Vicente		Barrio San Antonio		Barrio San José	
		CALIF	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Disponibilidad de Servicios Básicos	9%	10	0,9	10	0,90	10	0,9
Facilidad de transporte	7%	10	0,7	10	0,70	10	0,7
Costos de los Terrenos	9%	8	0,7	1	0,09	9	0,8
Vías de comunicación	8%	10	0,8	10	0,80	10	0,8
Recolección de Basura y residuos	9%	10	0,9	10	0,90	7	0,6
Alcantarillado	5%	9	0,5	9	0,45	7	0,4
Manejo de desechos	5%	8	0,4	7	0,35	6	0,3
Mano de Obra con experiencia	7%	10	0,7	10	0,70	10	0,7
Lugar estratégico	17%	10	1,7	10	1,70	6	1,0
Seguridad	10%	9	0,9	8	0,80	5	0,5
Costos de Insumos	14%	10	1,4	9	1,26	7	1,0
TOTAL	100%		9,6		8,65		7,7

Elaborado por: La autora

Luego de valorar y analizar cada uno de los factores de los tres barrios se ha determinado que el mejor sector para la ubicación del proyecto es el Barrio San Vicente, ya que cuenta con un buen sistema de recolección de basura y de desechos, seguridad. Como se ubica cerca del centro de la cabecera cantonal del cantón Montúfar las vías de comunicación, la disponibilidad de los servicios básicos son los más adecuados para la implementación del proyecto.



Gráfico N° 41: Micro localización del proyecto
Fuente: Plan de gestión centro histórico

Se ha determinado un terreno disponible en el barrio San Vicente de la ciudad de San Gabriel, ubicado en las calles Colón y Rocafuerte. Este es una adecuada ubicación, ya que se encuentra ubicada en un punto no tan alejado del centro de la ciudad y al ser la última infraestructura de la calle Colón no generará inconvenientes a los vecinos.

4.4 Tamaño del proyecto

Para poder determinar la capacidad de la planta se ha realizado un análisis en cuanto a los siguientes factores, los cuales influyen en gran manera en la ejecución del proyecto.

En lo que respecta a la cantidad de humitas que producirá y empacará la microempresa para comercializarlas mediante los intermediarios como son; supermercados, cafeterías y restaurantes, se analizará su capacidad de producción de la siguiente manera:

4.4.1 Mercado

Con el Estudio de Mercado se ha determinado que existe la siguiente Demanda Potencial Insatisfecha en lo que se refiere al consumo de humitas.

Cuadro N° 50: Mercado disponible para el producto

AÑO	DEMANDA DE HUMITAS	OFERTA DE HUMITAS	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA
2017	796.150	289.397	506.753
2018	808.570	293.738	514.832
2019	821.183	298.144	523.039
2020	833.994	302.616	531.378
2021	847.004	307.155	539.849

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

4.4.2 Cobertura de demanda potencial a satisfacer

En el programa la microempresa con la producción de 277 humitas cubrirá el 14,43 % de la demanda potencial insatisfecha, posteriormente en los años siguientes como el

producto será más conocido por parte de las personas se ha establecido un crecimiento del 5%.

Cuadro N° 51: Cobertura de la demanda potencial insatisfecha

AÑO	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	PRODUCCIÓN ANUAL	% PARTICIPACIÓN
2017	506.753	73.128	14,43%
2018	514.832	76.784	14,91%
2019	523.039	80.624	15,41%
2020	531.378	84.655	15,93%
2021	539.849	88.888	16,47%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

4.4.3 Tecnología del proceso productivo

Para poder elaborar las humitas empacadas al vacío es necesario adquirir cierta maquinaria como el molino a motor la empacadora la vacío, entre otras. Además, como el producto es semi-industrial.

Como la maquinaria que se utilizará no será compleja en su uso, los operarios podrán trabajar sin dificultad, cabe también señalar que la maquinaria se la puede encontrar fácilmente en el Ecuador y por ende no será necesario interrumpir los procesos de producción ya que los repuestos y mantenimientos se los puede encontrar dentro del medio.

4.4.4 Disponibilidad de materia prima e insumos

La principal materia prima de las humitas, es el choclo maduro o maíz suave, en la provincia del Carchi según la "Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria

Continua” (ESPAC) 2010, indica que: la provincia del Carchi representa el 1,64% de la superficie de labor agrícola a nivel nacional, siendo la papa es su cultivo de mayor producción.

En la provincia del Carchi, se destina 7.239 hectáreas a los cultivos variados, entre ellos el choclo, en caso de que la provincia no se pudiese satisfacer la demanda de esta materia prima. Se tiene la disponibilidad de la producción de choclo de las provincias de Imbabura y Pichincha. Según la ESPAC (Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua) del INEC indica que: la provincia de Imbabura en el año 2010, ha obtenido una producción de 17.216 toneladas maíz suave choclo, mientras que la provincia de Pichincha ha logrado una producción de 5.018 toneladas de maíz suave choclo.

El maíz suave choclo es el de mayor variación negativa con el -16.67% debido a que en el callejón interandino del país el cultivo se encuentra en fase fenológica de maduración y cosecha (en choclo), específicamente en los cantones de Ibarra y Otavalo se encuentra en su apogeo de producción en tierno.

AÑO	UNIDADES PRODUCIR (año)	MATERIA PRIMA	
		LIBRAS	TONELADAS
2017	73.128	13.434,95	6,09
2018	76.784	14.106,70	6,40
2019	80.624	14.812,04	6,72
2020	84.655	15.552,64	7,05
2021	88.888	16.330,27	7,41

Como se puede observar si existe disponibilidad de materia prima, tanto como en la provincia del Carchi, Imbabura y Pichincha.

4.4.5 Capacidad de la planta

Con la investigación realizada a un productor de humitas en la ciudad de San Gabriel, se ha determinado para producir 90 humitas diarias, dos personas se requieren de 2 horas con 36 minutos. En la microempresa se ha establecido que trabajaran 2 personas en una jornada laboral completa, es decir 8 horas, siendo la hora de entrada a las ocho de la mañana hasta las doce del mediodía y la segunda jornada es desde las una hasta las cinco de la tarde. Se ha determinado que se producirá 277 humitas diarias en 22 días a la semana, lo que da como resultado una capacidad de producción de 73.007 humitas al año, con un crecimiento del 5% durante la vida útil del proyecto.

Según los datos ya indicado se calcula la capacidad de la planta de la microempresa productora y comercializadora de humitas.

$$\text{CAPACIDAD DE LA PLANTA: } \frac{73.128 \text{ unidades/año}}{8 \text{ horas} * 22 \text{ días} * 12 \text{ meses}}$$

$$\text{CAPACIDAD DE LA PLANTA: } 34 \text{ unidades/hora}$$

Se refiere que la microempresa tiene una capacidad de producir 35 humitas por hora, o empacar 7 fundas por hora.

4.5 Ingeniería del proyecto

Proporciona información que permita realizar la evaluación económica del proyecto, en caso de que el proyecto resulte ser factible, se establece bases técnicas en donde se construirá, se instalará y funcionará la planta.

MAQUINARIA Y EQUIPO

Para producir y empacar humitas empacadas al vacío son necesarias las siguientes máquinas:

En vista de que no existen molinos a motor para moler maíz en el mercado, es necesario adquirir las partes por separado y proceder a armarlo, lo que permitirá ahorrar costos. En los equipos que son necesarios para armar el molino a motor son:

MOTOR: Para moler el cholo y elaborar las humitas es necesario la utilización de un motor eléctrico que permitirá economizar recursos. Esta máquina mediante la utilización de energía eléctrica posee ventajas como; el bajo costo, facilidad en la limpieza y en la transportación y brinda los mejores rendimientos.



Gráfico N° 42: Motor HP
Fuente: <http://www.continenteferretero.com>

Cuadro N° 52: Características del motor HP

MOTOR TRIFÁSICO 30 HP BAJA USO	
GENERAL SIE0046 con ventilación exterior	
Montaje:	Horizontal (F1)
Aislamiento:	Clase F
Frecuencia:	60 Hz
Diseño Nema B según Norma MG-1	
Servicio Continuo: 1.25 en armazones 143T al 256T	
Voltaje:	220/440V hasta armazones 405T
TIPO GP100	
CORRIENTE (A) 35	
EFICIENCIA NOMINAL % 93.6	
FACTOR DE POTENCIA % 85	
TORQUE (LB-FT) 89	
PESO KG 204	

Fuente: <http://www.continenteferretero.com>

MOLINO: Denominado como molino de mano, es un instrumento de hierro que está compuesto de una manivela la cual gira para poder triturar en pedazos diminutos el maíz.



Gráfico N° 43: Molino de mano
Fuente: <http://proyectandoamexico>

POLEAS: Dispositivo mecánico de tracción formado por una rueda montada en un eje, para armar el molino a motor son necesarias dos poleas; una pequeña y una grande, la polea grande es adaptada a la manivela.

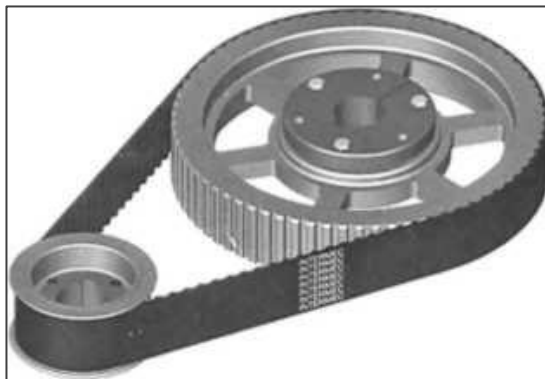


Gráfico N° 44: Poleas
Fuente: <http://estherariza.blogspot.com>

Molino a motor: Para armado del molino es necesario elaborar una estructura metálica que servirá de soporte para el molino y el motor, posteriormente se realiza la adaptación de las poleas tanto en el molino como en el motor con la respectiva banda.



Gráfico N° 45: Molino a motor
Fuente: La autora

EMPACADORA AL VACÍO: Máquina elaborada en acero inoxidable 304, lo cual permite una mayor durabilidad y es fácil de limpiar. Posee memorias programables lo que permite la lectura fácil de los valores programados para vacío, sellado y enfriamiento del sellado. Al extraer completamente el oxígeno ayuda a mantener la frescura de la comida, sabor y aroma original, además, se obtiene una mayor durabilidad de los productos antes de la venta.

Cuadro N° 53: Características de la empacadora al vacío

Voltaje(V/Hz)	AC 110/60
Potencia del motor(W)	750
Potencia de sellado (W)	500
Presión de vacío máxima (KPa)	1.0
Nº de barras de sellado para cada cámara	1
Longitud de sellado (mm)	355
Ancho de sellado (mm)	10
Índice de bomba de vacío (m3/h)	20
Dimensiones de la cámara (L*W*H)(mm)	456*406*120
Material de la cámara de vacío	Acero inoxidable 304
Dimensiones externas (L*W*H)(mm)	486*554*504
Peso neto (Kg)	77

Fuente: <http://www.ecuapack.com>



Gráfico N° 46: Portátil doble barra EV-4002B/G
Fuente: <http://www.ecuapack.com>

4.6 Proceso Productivo

En el proceso de elaboración de humitas empacadas al vacío intervienen una serie de actividades, al definir cada actividad en cada proceso de producción permitirá tener un adecuado control de los costos, controlar la calidad del producto y tener confiabilidad en la elaboración del mismo.

En el proceso productivo se utilizan insumos, materiales y materias primas, los cuales son transformados en productos terminados. El proceso productivo inicia con la recepción de la materia prima y termina en la entrega del producto al consumidor final.

SÍMBOLOS DEL DIAGRAMA DE OPERACIÓN













	Operación simple: Significa que ocurrió un cambio en algún componente, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos.
	Operación Combinada: Para indicar que las actividades se las ha realizado conjuntamente.
	Transporte: Consiste en movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación.
	Demora: Se origina cuando están presentes los cuellos de botella en el proceso productivo.
	Inspección: Busca controlar que se desarrolle correctamente una actividad.
	Almacenamiento: Se refiere al almacenamiento tanto de materia prima, producto en proceso o producto terminado.

Gráfico N° 47: Simbología del diagrama de operación
Fuente: (Gillet Goinard, 2014)

4.6.1 Diagrama de operación

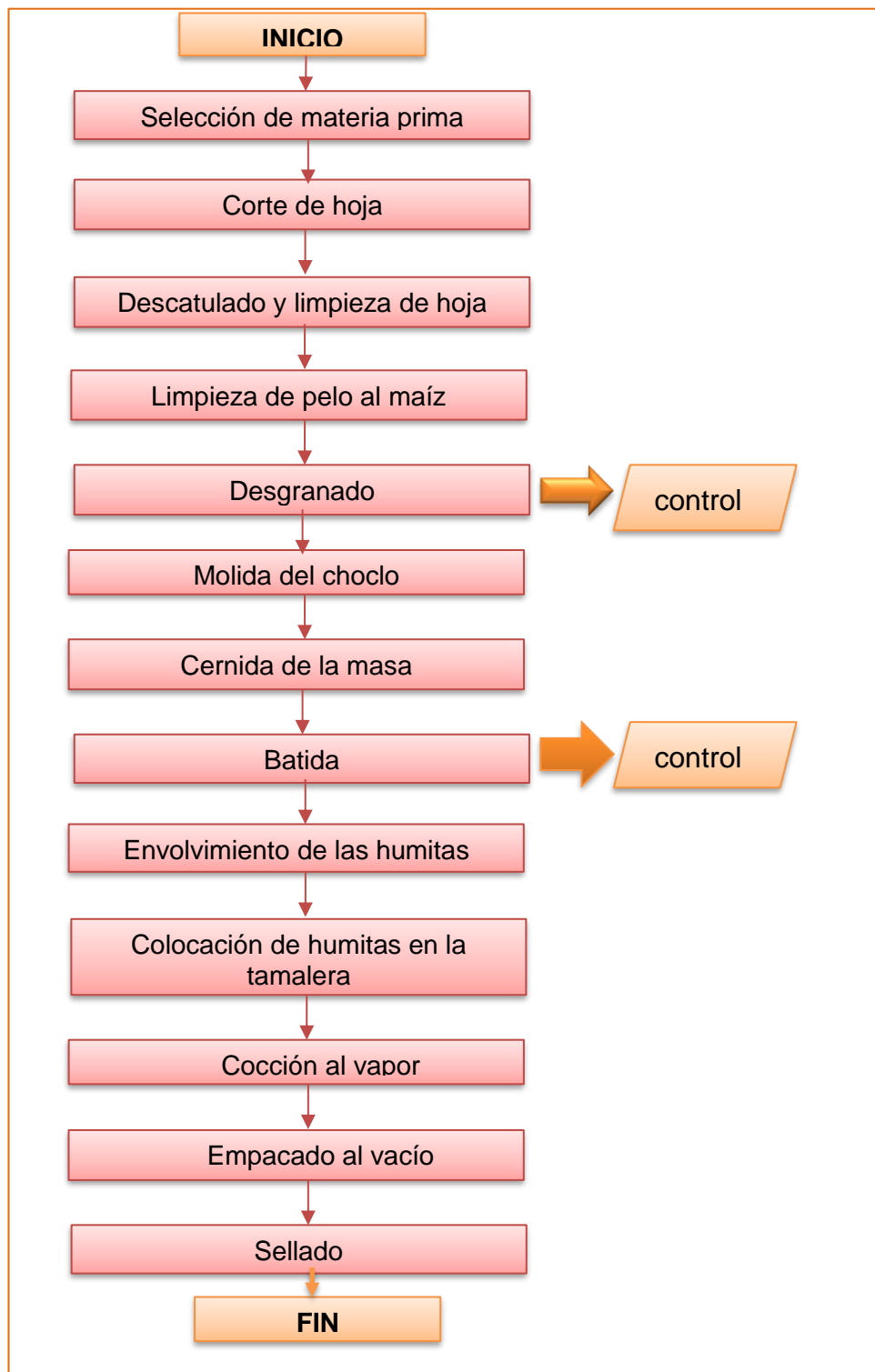
Cuadro N° 54: Diagrama de operación para la fabricación de 277 humitas empacadas al vacío

N°	SIMBOLOGÍA						LISTADO DE ACTIVIDADES	TIEMPO
								
1							Selección de materia prima	2,31 min
2							Corte de hoja	3.85 min
3							Descatulado y limpieza de hoja	26.93 min
4							Limpieza de pelo al maíz	3.85 min
5							Desgranado a mano	50.01 min
6							Molida del choclo	62.10 min
7							Cernida de la masa	25.88 min
8							Batida	58.65 min
9							Envolvimiento de las humitas	13.10 min
10							Colocación de humitas en la tamalera	2.50 min
11							Cocción al vapor	120.00 min
12							Enfundado	4.62 min
13							Empacado al vacío y sellado	7.33 min
14							Almacenaje	6.00 min
							Total (minutos)	386,68 min

Fuente: Observación directa

4.6.2 Diagrama de bloques

Cuadro N° 55: Diagrama de bloques del proceso productivo



FUENTE: Observación directa

4.6.3 Flujo grama del proceso productivo

Cuadro N° 56: Flujo grama del proceso productivo (277 humitas)

FLUJO GRAMA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	TIEMPO																			
	1. Se tiene que alistar el choclo que se va a utilizar	Operario 1 Operario 2	2.31 min																			
	2. Se procede a realizar el corte de hoja de 139 choclos, cada trabajador deberá cortar 69 choclos	Operario 1 Operario 2	3.85 min																			
	3. Simultáneamente al corte del choclo cada uno de los trabajadores realizará el descatulado y limpieza de las hojas del choclo y la limpieza del pelo del choclo.	Operario 1 Operario 2	30.78 min																			
					4. Los dos operarios se encargarán de desgranar cada choclo, controlando de no desgranar los granos de choclo en mal estado. (69 choclos/1 trabajador)	Operario 1 Operario 2	50.01 min			5. Un operario se encargará de moler los choclos desgranados, mientras tanto el otro operario se encargará de alistar los ingredientes y herramientas para la elaboración de las humitas.	Operario 1	62.10 min			6. Las dos personas se encargarán de la cernida de la masa obtenida de los choclos molidos	Operario 1 Operario 2	25.88 min		7. Una persona se encargará de la batida de la masa molida con los respectivos ingredientes, mientras tanto la otra persona estará a cargo de colocar los ingredientes y encargarse de la limpieza del molino y de los implementos utilizados	Operario 2	58.65 min	
	4. Los dos operarios se encargarán de desgranar cada choclo, controlando de no desgranar los granos de choclo en mal estado. (69 choclos/1 trabajador)	Operario 1 Operario 2	50.01 min																			
					5. Un operario se encargará de moler los choclos desgranados, mientras tanto el otro operario se encargará de alistar los ingredientes y herramientas para la elaboración de las humitas.	Operario 1	62.10 min			6. Las dos personas se encargarán de la cernida de la masa obtenida de los choclos molidos	Operario 1 Operario 2	25.88 min		7. Una persona se encargará de la batida de la masa molida con los respectivos ingredientes, mientras tanto la otra persona estará a cargo de colocar los ingredientes y encargarse de la limpieza del molino y de los implementos utilizados	Operario 2	58.65 min						
	5. Un operario se encargará de moler los choclos desgranados, mientras tanto el otro operario se encargará de alistar los ingredientes y herramientas para la elaboración de las humitas.	Operario 1	62.10 min																			
					6. Las dos personas se encargarán de la cernida de la masa obtenida de los choclos molidos	Operario 1 Operario 2	25.88 min		7. Una persona se encargará de la batida de la masa molida con los respectivos ingredientes, mientras tanto la otra persona estará a cargo de colocar los ingredientes y encargarse de la limpieza del molino y de los implementos utilizados	Operario 2	58.65 min											
	6. Las dos personas se encargarán de la cernida de la masa obtenida de los choclos molidos	Operario 1 Operario 2	25.88 min																			
	7. Una persona se encargará de la batida de la masa molida con los respectivos ingredientes, mientras tanto la otra persona estará a cargo de colocar los ingredientes y encargarse de la limpieza del molino y de los implementos utilizados	Operario 2	58.65 min																			

	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	TIEMPO
<pre> graph TD A((A)) --> B[Envolvimiento de las humitas] B --> C[Colocación de humitas en la tamalera humitas] C --> D(Cocción al vapor) D --> E[Empacado y sellado al vacío humitas] </pre>	8. Con la masa homogénea obtenida se procede a envolver las humitas	Operario 1 Operario 2	13.10 min
	9. Las humitas se procede colocarlas en la tamalera, en posición vertical	Operario 1 Operario 2	2.50 min
	10. Se procede a esperar que se cocinen las humitas al vapor, mientras tanto los operarios se aseguraran de la higiene del área de producción.	Operario 2	120.00 min
	11. Los dos trabajadores se encargarán del empacado de las humitas. De colocar 5 humitas en una funda y llevarla a la máquina empacadora, la cual se encargará de extraer el oxígeno de la funda y posteriormente al sellado del mismo.	Operario 1 Operario 2	7.33 min
	12. Una vez obtenido las fundas de humitas empacadas al vacío se procederá al almacenamiento en perchas para su entrega.	Operario 1 Operario 2	6.00 min

Elaborado por: La autora

Todo el proceso de producción de las humitas tarda 386.68 minutos, con el proceso de producción se lo realizará en dos turnos, en la mañana y en la tarde se producirán 138 humitas con una demora de 193.34 minutos en cada turno, es decir: 3 horas, 13 minutos con 20 segundos.

4.7 Distribución de la Planta

El terreno que se dispone para la edificación de la infraestructura para la producción y comercialización de humitas empacadas la vacío para la microempresa es parte de recursos propios con que se cuenta.

Cuadro N° 57: Valor del terreno

Detalle	Lado 1 (m)	Lado 2 (m)	Área (m2)	Costo m2	Costo Total
Terreno	7,5	9	67,5	70	4725,00

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 58: Distribución de la planta

ÁREAS	I1 (m)	I2 (m)	DIMENSIÓN M2
Área administrativa	3	2	6
Sala de recepción	3	1	3
Bodega	3	3	9
Área de producción	3	3	9
Área de empacado y sellado	3	1,8	5,4
Área de carga y descarga	4	4,5	18
Baños hombres y mujeres	1,55	1,5	2,33
TOTAL			52,73

Fuente: Contratista Pablo Ortiz

Elaborado por: La autora

Año: 2016

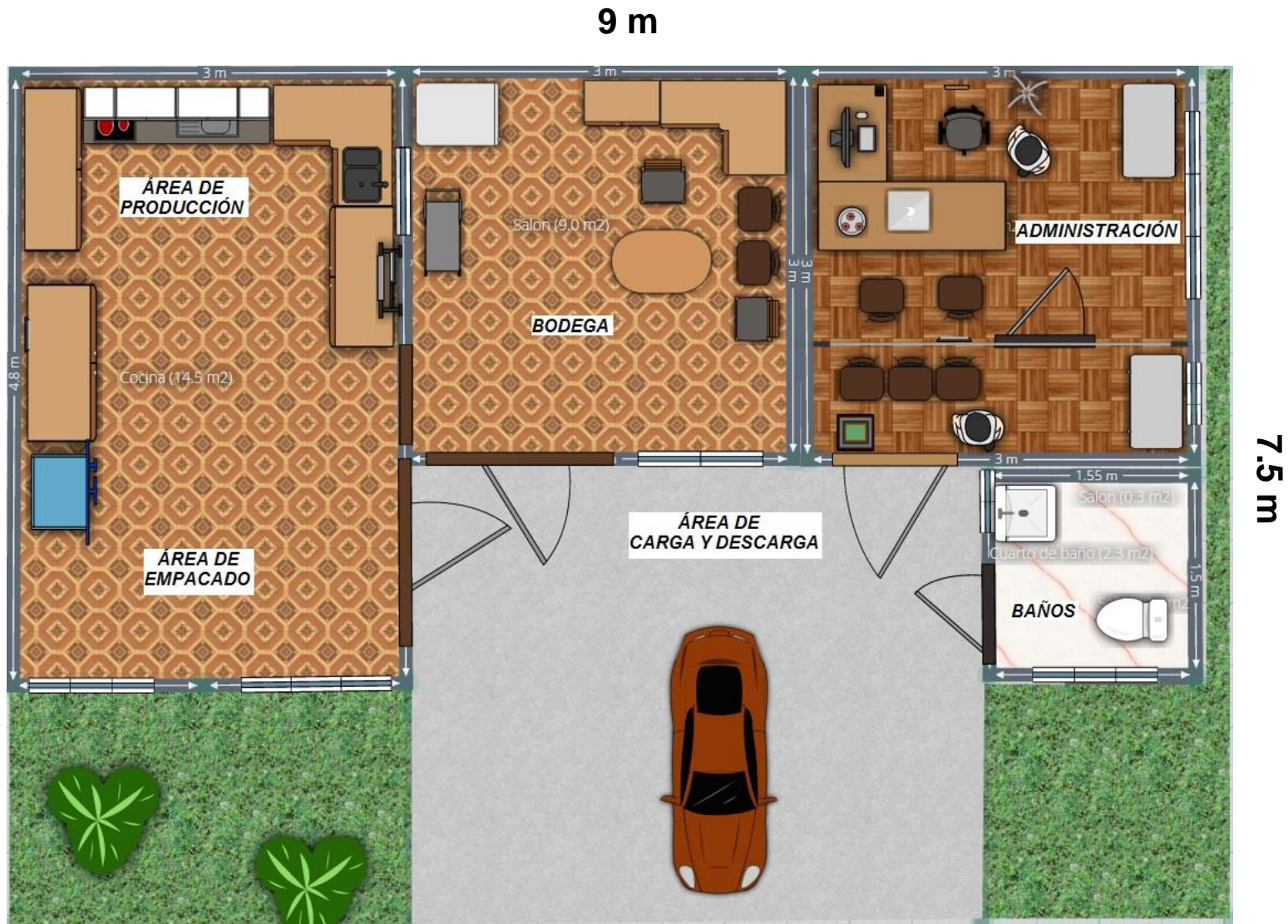


Gráfico N° 48: Distribución de la planta
Elaborado por: La autora



Gráfico N° 49: Vista frontal de la planta
Elaborado por: La autora



Gráfico N° 50: Vista superior de la planta
Elaborado por: La autora

4.8 Presupuesto Técnico

4.8.1 Inversiones fijas

Son rubros monetarios necesarios para adquirir determinados activos, los cuales servirán para el funcionamiento de la actividad productiva y comercial de la empresa.

4.8.1.1 Terreno

Para poder desarrollar las actividades de producción y comercialización de humitas empacadas al vacío, es necesario disponer de un área de terreno de 67,5m², el mismo que está avaluado en 4.725 dólares. En vista de que la microempresa es de tipo familiar, el terreno es una aportación de uno de los miembros familiares.

Cuadro N° 59: Costo del terreno

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	V/ UNITARIO	V/ TOTAL
TERRENO	m2	67,5	70,00	4.725,00

Fuente: Contratista Pablo Ortiz

Elaborado por: La autora

Año: 2016

4.8.1.2 Edificio

Como se indicó en el punto 4.7 en la distribución de la planta se ha destinado 52,73m² para construir la edificación en cual contará con diferentes áreas como; administrativa, producción, empacado, bodega, sala de recepción, baños y un área de carga y descarga de la mercadería y de los productos elaborados. El costo de dicha construcción queda detallado de la siguiente manera:

Cuadro N° 60: Costo de la construcción

CANTIDAD	MEDIDA	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Volqueta	Ripio	120,00	120,00
1	Volqueta	Arena	90,00	90,00
1	Volqueta	Polvo de piedra	85,00	85,00
3	Quintales	Varilla de hierro 1/2	50,00	150,00
1	Quintales	Varilla de hierro # 8	50,00	50,00
1	Arroba	Alambre de amarre	25,00	25,00
2000	Unidad	Ladrillos	0,20	400,00
1	Volqueta	Arena para asentar ladrillo	70,00	70,00
1	Volqueta	Arena de enlucido	100,00	100,00
8	Unidad	Correas (100*2)	16,00	128,00
8	Unidad	Correas (100*3)	16,00	128,00
17	Hojas	Eternit (3,50m)	15,00	255,00
102	Unidad	Tirafondos	0,50	51,00
12	Metros	Cerámica	12,00	144,00
35	Quintales	Cemento	8,00	280,00
10	Fundas	Bondex	4,50	45,00
5	Fundas	Estuco	5,00	25,00
15	Unidad	Tomacorrientes	2,00	30,00
2	Unidad	Interruptores	2,00	4,00
2	Rollos	Alambre #2	0,90	1,80
1	Caja	Breque	5,00	5,00
1	Unidad	Tasa de baño	20,00	20,00
1	Unidad	Lavamanos	15,00	15,00
1	Unidad	Lavaplatos	25,00	25,00
1	Juego	Muebles de cocina	200,00	200,00
2,4	Metros	Cerámicas para piso de baño	10,00	24,00
6	Metros	Cerámica para pared de baño	8,00	48,00
1	Unidad	Tubo PVC (4 pulgadas)	5,00	5,00

1	Unidad	Tubo PVC (2 pulgadas)	4,50	4,50
2	Unidad	Codos	1,50	3,00
2	Unidad	Sifones	3,00	6,00
4	Unidad	Puertas	70,00	280,00
1	Unidad	Dispensados de papel	25,00	25,00
2	Canecas	Pintura Intervinil	75,00	150,00
3	Unidades	Rodillos	7,00	21,00
4	Unidades	Ventanas	70,00	280,00
21	Metros	Shipson	12,00	252,00
1		Imprevistos	954,70	954,70
1		Mano de obra	4.000,00	4.000,00
TOTAL			6.182,80	8.500,00

Fuente: Arquitecto José Carrillo

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Para realizar la construcción de las edificaciones de la microempresa que permitirán realizar las actividades de producción de humitas empacadas al vacío se requiere una inversión de 8.500 dólares. La construcción para economizar el tiempo y ahorrar costos se lo realizara por obra vendida al contratista Edwin Cheza

4.8.1.3 Maquinaria y equipo de producción

Para poder desarrollar las diferentes actividades del proceso productivo de la elaboración de humitas y empacarlas al vacío. Para realizar los procesos de una manera óptima es necesario adquirir la siguiente maquinaria que se detalla a continuación:

Cuadro N° 61: Costo de maquinaria y equipo de producción

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	MATERIAL	CANTIDAD	V/ UNITARIO	V/ TOTAL
Motor HP 1	Unidad		1	180,00	180,00
Poleas y bandas	Unidad	Acero	2	20,00	40,00
Molino	Unidad	Metal	1	40,00	40,00
Base para el molino	Unidad	Hierro	1	100,00	100,00
Máquina empacadora	Unidad		1	1.200,00	1.200,00
Cocina industrial 3 quemadores	Unidad	Acero	1	250,00	250,00
Cilindro de gas	Unidad		2	60,00	120,00
Refrigeradora 10 pies	Unidad		1	890,00	890,00
Estantería	Unidad	Metal	1	100,00	100,00
Sillas	Unidad	Metal	3	15,00	45,00
TOTAL					2.965,00

Fuente: Comercial Vaca

Elaborado por: La autora

Año: 2017

4.8.1.4 Herramientas de producción

Para poder realizar la producción de humitas se necesita herramientas que permitan realizar cada etapa del proceso de una manera rápida y segura, las herramientas necesarias son:

Cuadro N° 62: Costo de herramientas de producción

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	MATERIAL	CANTIDAD	V/ UNITARIO	V/ TOTAL
Tamalera	Unidad	Aluminio	2	50,00	100,00
Lavacaras grandes	Unidad	Aluminio	2	10,00	20,00
Rallador grande	Unidad	Aluminio	1	8,00	8,00
Cuchillo grande	Unidad	Acero	1	1,50	1,50
Bandeja grande	Unidad	Plástico	1	10,00	10,00
Paila pequeña	Unidad	Aluminio	1	5,00	5,00
Achiotera	Unidad	Aluminio	1	2,00	2,00
Carretilla	Unidad		1	50,00	50,00
Vales 2 litros	Unidad	Plástico	2	2,00	4,00
TOTAL					200,50

Fuente: Locería su hogar

Elaborado por: La autora

Año: 2017

4.8.1.5 Muebles y enseres

Para que el área administrativa de la microempresa tenga un ambiente agradable y este adecuado para poder realizar las diferentes negociaciones es necesario lo siguiente:

Cuadro N° 63: Costo de muebles y enseres

DESCRIPCIÓN	MATERIAL	CANTIDAD	V/ UNITARIO	V/ TOTAL
Silla de visita y espera		1	110,00	110,00
Mesa de centro	Vidrio Templado	2	50,00	100,00
Silla para visita	Metal	5	21,00	105,00
Estación de trabajo		1	200,00	200,00
Archivador de 4 gavetas	Metal	1	139,00	139,00
Silla operativa ejecutiva		1	79,00	79,00
			TOTAL	733,00

Fuente: Muebles al costo
Elaborado por: La autora
Año: 2017

4.8.1.6 Equipos de computación

En el área administrativa se requiere de los siguientes equipos de computación:

Cuadro N° 64: Costo de equipo de computación

DESCRIPCIÓN	MARCA	CANTIDAD	V/ UNITARIO	V/ TOTAL
Equipo de computación	LG	1	486,54	486,54
Impresora	Epson	1	393,84	393,84
			TOTAL	880,38

Fuente: Word Computers
Elaborado por: La autora
Año: 2017

4.8.1.7 Equipos de oficina

Para el área administrativa será necesario un teléfono fijo, el cual se detalla a continuación:

Cuadro N° 65: Costo de equipo de oficina

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	MARCA	CANTIDAD	V/ UNITARIO	V/ TOTAL
Teléfono Fijo	Unidad		1	13,19	13,19
TOTAL					13,19

Fuente: Comercial Vaca
Elaborado por: La autora
Año: 2017

4.8.2 Resumen de la inversión fija

Al realizar la respectiva identificación de la maquinaria, herramientas, equipos de producción y de la oficina, se presenta un resumen la inversión de los activos fijos.

Cuadro N° 66: Resumen de la inversión fija

DESCRIPCIÓN	VALOR
Terreno	4.725,00
Edificio	10.000,00
Maquinaria y equipo de producción	2.965,00
Herramientas de producción	200,50
Muebles y enseres para oficina	733,00
Equipos de computación	880,38
Equipos de oficina	13,19
TOTAL	19.517,07

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora
Año: 2016

4.9 Capital de trabajo

Es el efectivo que requiere la microempresa para poder desarrollar sus operaciones, son recursos que se necesitan para poder cubrir las necesidades de diferentes rubros como: materia prima, mano de obra, gastos, entre otras.

4.9.1 Materia prima

Son recursos, los cuales forman parte del producto terminado, esta materia prima es sometida a diferentes procesos de transformación para poder obtener un producto terminado.

Para determinar la cantidad de materia prima para elaborar 73.128 humitas al año, se ha tomado como base la cantidad de materia prima necesaria para elaborar humitas según el libro de recetas, “Las mejores recetas del Mundo”, (Ortiz, 2012). Mediante los respectivos cálculos matemáticos se ha determinado que la materia prima necesaria es la siguiente:

Cuadro N° 67: Materia prima directa (gramos)

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA (GRAMOS)	LIBRAS	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Choclo maduro desgranado	5.687.733	12.539,29	0,38	4.786,01
Mantequilla	406.267	895,66	0,72	644,88
Queso Fresco / Cuajada	629.713	1.388,28	1,81	2.518,85
Azúcar	203.133	447,83	0,35	156,74
Polvo de hornear	32.501	71,65	2,88	206,36
SUB TOTAL				8.312,84

Fuente: MAGAB y Supermercado Bastidas

Elaborado por: La autora

Año: 2017

Cuadro N° 68: Materia prima directa (unidad)

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Huevos	Unidades	12.188	0,12	1.421,93
SUB TOTAL				1.421,93

Fuente: Supermercado Bastidas

Elaborado por: La autora

Año: 2017

Cuadro N° 69: Materia prima indirecta

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Achiote	Libra	9	1,25	11
Sal	Funda	9	0,65	5,72
Cebolla larga	Atado	5	1,25	6,6
Gas	Tanque	24	2,5	60
Fundas	Ciento	14626	0,05	731,28
SUB TOTAL				814,60

Fuente: Supermercado Bastidas – Mercado Amazonas

Elaborado por: La autora

Año: 2017

Cuadro N° 70: Costo anual de materia prima

DETALLE	COSTO ANUAL
Materia prima directa (gramos)	8.312,84
Materia prima directa (unidad)	1.421,93
Materia prima indirecta	814,60
TOTAL	10.549,37

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

Año: 2017

4.9.2 Mano de obra

Los costos necesarios que se incurrirá para el talento humano que se encargará de la producción, higiene y calidad de las humitas que comercializará la microempresa es:

Cuadro N° 71: **Mano de obra directa**

Nº	REM. UNI.	REM. UNI.	13ro	14to	APORTE PATR.	FON. DE RESE.	VAC.	TOTAL	TOTAL ANUAL
1	Técnico de alimentos (honorarios)	-	-	-	-	-	-	-	500,00
2	Operario 1	375	31,25	31,25	41,81	31,25	15,63	526,19	6.314,25
3	Operario 2	375	31,25	31,25	41,81	31,25	15,63	526,19	6.314,25
TOTAL								1.052,38	13.128,50

Fuente: Ministerio de relaciones laborales

Elaborado por: La autora

Año: 2017

Quien se encargará de las actividades organizativas y el cumplimiento de los objetivos de la microempresa será el gerente, la forma de pago por sus servicios se la realiza mediante honorarios sueldo se detalla a continuación:

Cuadro N° 72: **Sueldo del personal administrativo**

No	Cargo	MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	Gerente (honorarios)		2.700,00

Fuente: Ministerio de relaciones laborales

Elaborado por: La autora

Año: 2017

4.9.3 Suministros de oficina

Para desempeñar las diferentes actividades administrativas en la microempresa es necesario adquirir los siguientes suministros de oficina:

Cuadro N° 73: Costo de suministros de oficina

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	V/ UNITARIO	V/ ANUAL
Resmas de papel A4	Paquete	3	4,50	13,50
Esferos	Unidad	5	0,25	1,25
Grapas	Caja	2	1,00	2,00
Clips	Caja	1	1,00	1,00
Lápiz	Unidad	3	0,25	0,75
Perforadora	Unidad	2	2,00	4,00
Cuaderno catedrático	Unidad	3	1,50	4,50
Borrador	Unidad	4	0,20	0,80
Carpetas Folder	Unidad	3	1,50	4,50
			TOTAL	32,30

Fuente: Papelería Andrea

Elaborado por: La autora

Año: 2017

4.9.4 Suministros de aseo

Para mantener la higiene en: instalaciones de la microempresa, herramientas de producción, asegurar la calidad en cada proceso de elaboración, tener excelentes niveles de asepsia para garantizar el consumo de los productos, es necesario adquirir los siguientes suministros de aseo en año operacional:

Cuadro N° 74: Costo suministros de limpieza

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	V/ UNITARIO	V/ ANUAL
Franelas	Unidad	6	2,19	13,14
esponjas	Unidad	5	1,54	7,70
Desinfectante para tanque	Caja	6	2,00	12,00
Lavavajilla 500g	Unidad	6	1,46	8,76
Detergente 2kl	Funda	4	6,45	25,80
Funda basura industrial 30"x36"	Paquete (10 u)	15	1,30	19,50
Guante G-80	Caja (12pares)	2	3,36	6,72
Tapabocas desechable	Caja (50 u)	4	2,50	10,00
Desinfectante	Galón	5	3,50	17,50
Delantales		4	8,00	32,00
Gorros desechables	Caja (20 u)	3	2,50	7,50
Manteles	Tela	10	1,50	15,00
			TOTAL	175,62

Fuente: Plastydes

Elaborado por: La autora

Año: 2017

4.9.5 Servicios básicos

Para desarrollar las actividades productivas de elaboración de humitas empacadas al vacío es necesario es contratar los servicios básicos como; electricidad, agua, plan telefónico en un año operacional.

Cuadro N° 75: Costos de servicios básicos

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CONSUMO	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Electricidad	kw	150	0,09	13,5	162,00
Agua	m3	30	0,31	9,3	111,60
			TOTAL	22,8	273,60

Fuente: EMELNORTE- GAD MONTUFAR

Elaborado por: La autora

Año: 2017

En lo que se refiere a telefonía, en lo que respecta gastos administrativos se contratará con un plan telefónico que contiene 210 minutos, a continuación, se detalla los costos de los servicios básicos en lo que se incurrirán en el año operacional.

Cuadro N° 76: Gasto telefónico

Descripción	Unidad	Consumo	Costo Mensual	Costo Anual
Plan Telefónico	Minutos	210	15,99	191,88
Servicio de Internet	MB	1000	10,00	120,00
			TOTAL	311,88

Fuente: CNT

Elaborado por: La autora

Año: 2017

4.9.6 Gastos de venta

Inicialmente para realizar la entrega de los pedidos de las fundas de humitas, se va a contratar a una persona que disponga de un vehículo y tenga conocimientos en ventas para realizar la entrega a los intermediarios que se ubican en la ciudad, se ha planificado el siguiente gasto:

Cuadro N° 77: Gastos de venta

DESCRIPCIÓN	ENTREGAS AL DÍA	ENTREGAS MENSUALES	COSTO MENSUALES	COSTO ANUAL
Agente De Ventas	2	44	123,2	1.478,40
			Total	1.478,40

Elaborado por: La autora

Año: 2017

4.9.7 Publicidad

Para poder dar a conocer las humitas empacas al vacío, en el capítulo III se establecieron diferentes estrategias de marketing. Se ha planificado elaborar una cierta cantidad de afiches publicitarios, los cuales servirán para dar a conocer el producto en locales como: supermercados, cafeterías y restaurantes.

Cuadro N° 78: Gastos de publicidad (intermediarios)

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Afiche publicitario	6	5	30
		Total	30

Fuente: MAC PRINT

Elaborado por: La autora

Año: 2017

Para poder llegar a un mayor número de familias de la ciudad de San Gabriel se han propuesto diferentes estrategias de marketing, se ha tomado en cuenta los medios de comunicación radiales más frecuentes de la ciudad, además, para tener una relación directa con los consumidores y establecer nuevas negociaciones se ha previsto crear una página de internet, y en redes sociales como Facebook. Los gastos de dichas estrategias de publicidad en el año operativo se detallan a continuación:

Cuadro N° 79: Gastos publicidad

DESCRIPCIÓN	CUOTA MENSUAL	CUOTA ANUAL
Dominio de la página Web	5,95	71,35
Cuña radial (Radio Horizonte)	15	180
Cuña radial (Radio Sky)	15	180
Página de Facebook	2	24
Subtotal	37,95	455,35
Afiches publicitarios		30
Total		485,35

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Año: 2017

4.9.8 Gastos de constitución

Para desarrollar las actividades de producción y comercialización de la microempresa es necesario obtener los permisos respectivos con las autoridades de control, dichos permisos son:

Cuadro N° 80: Gastos de constitución

DESCRIPCIÓN	VALOR
Elaboración del proyecto	400,00
Registro Sanitario	340,34
Patente Municipal	25,00
Permiso de bomberos	20,00
Permiso de funcionamiento	10,00
Gastos Organizativos	100,00
Línea de teléfono	67,20
Imprevistos 15%	96,25
TOTAL	1058,79

Fuente: Investigación propia. GAD MUNICIPAL DE MONTUFAR

Elaborado por: La autora

Año: 2017

4.9.9 Resumen del capital de trabajo

Para poder efectuar las actividades tanto de producción como administración en la microempresa en un año operacional es el siguiente:

Cuadro N° 81: Capital de trabajo

DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL
Materia prima directa	9.734,77
Mano de obra directa	13.128,50
TOTAL COSTO PRIMO	22.863,27
Materia prima indirecta	814,60
Electricidad	162,00
Agua	111,60

Gastos de Administración	2.700,00
Suministros de oficina	28,33
Suministros de aseo	154,05
Gasto publicidad	425,75
Plan Telefónico	168,32
Servicio de Internet	105,26
Mantenimiento	50,00
Gastos de venta	1.478,40
IVA en compras	726,49
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	6.924,80
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO ANUAL	29.788,08
CAPITAL DE TRABAJO (3 MESES)	7.447,02
Gastos de Constitución	1.058,79
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO (3 MESES)	8.505,81

Elaborado por: La autora

Año: 2017

4.10 Inversión total

Para poner en marcha las actividades productivas y comerciales de la microempresa se requiere la siguiente inversión:

Cuadro N° 82: Inversión total

DESCRIPCIÓN	VALOR
Terreno	4.725,00
Edificio	8.540,00
Maquinaria y equipo de producción	2.600,88
Herramientas de producción	175,88
Muebles y enseres para oficina	642,98
Equipos de computación	772,26
Equipos de oficina	11,57
IVA en compras	726,49
TOTAL DE LA INVERSIÓN FIJA	17.468,57
Cap. De trabajo (3 meses)	8.505,81
TOTAL DE LA INVERSIÓN	25.974,38

Elaborado por: La autora

Año: 2017

4.11 Financiamiento

El financiamiento de la inversión de la microempresa se la realizará de la siguiente manera:

4.11.1 Aporte de los socios

La microempresa es de tipo familiar; por ello tres miembros de la familia realizarán el siguiente aporte:

Cuadro N° 83: Aporte socio 1

SOCIO (PABLO ORTIZ)	VALOR
TERRENO	4.725,00
TOTAL APORTE	4.725,00

Fuente: Títulos de propiedad
Año: 2017

Cuadro N° 84: Aporte socio 2

SOCIO (TERESA MOLINA)	VALOR
Motor HP 1	180,00
Poleas y bandas	40,00
Molino	40,00
Base para el molino	100,00
Tamalera	100,00
Lavacaras grandes	20,00
Rallador grande	8,00
Cuchillo grande	1,50
Bandeja grande	10,00
Paila pequeña	5,00
Achiotera	2,00
Vales 2 litros	4,00
Cocina industrial 3 quemadores	250,00

Cilindro de gas	120,00
Refrigeradora 10 pies	890,00
Aporte Monetario	3.000,00
TOTAL APORTE	4.770,50

Fuente: Títulos de propiedad
Año: 2017

Cuadro N° 85: Aporte socio 3

SOCIO 3 (JOSSELINE HIGUERA)	VALOR
Equipo de computación	486,54
Impresora	393,84
Carretilla	50,00
Elaboración del proyecto	500
Aporte Monetario	1.093,65
TOTAL APORTE	2.500,00

Fuente: Títulos de propiedad
Año: 2017

4.11.2 Resumen del financiamiento

El financiamiento de la inversión se lo realizará de la siguiente manera:

Cuadro N° 86: Resumen del financiamiento

FINANCIAMIENTO	%	MONTO
Aporte Socios	44%	11.995,50
Microcrédito BanEcuador	54%	13.979,16

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2017

4.12 Conclusión del estudio técnico

Al realizar el estudio técnico del proyecto, tras realizar un análisis de la ubicación óptima del proyecto se ha determinado que la microempresa se ubicará en el Barrio San Vicente, calles Colón y Rocafuerte en la ciudad de San Gabriel. Se ha utilizado información proporcionados por los productores de humitas y mediante una experimentación se ha establecido el tiempo requerido en cada proceso de producción, al realizar los respectivos cálculos se ha decidido que se contratará a dos personas que se encargaran del proceso productivo, la cuales en una jornada completa tendrán que elaborar 277 humitas, las cuales serán empacadas en fundas de cinco unidades, lo que da como resultado 55 fundas diarias. Se ha calculado que la microempresa necesita una inversión total de 25.974,38 dólares, los cuales un 46% será aporte de los tres socios y un 54% se obtendrá un crédito en BanEcuador.

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Presentación

El estudio financiero consiste en demostrar que los recursos financieros disponibles pueden permitir que se desarrolle el proyecto que es la producción y comercialización de humitas empacadas al vacío. El estudio técnico permite obtener ciertas directrices para determinar la factibilidad de la realización de la idea del proyecto, además, facilita la toma de decisiones de inversión, financiación y planes de acción, entre otros.

El estudio financiero proporciona una visión sobre cuál sería la situación financiera si se pusiera en marcha las actividades del proyecto en cada uno de los periodos determinados.

5.2 Objetivos

5.2.1 Objetivo general

Efectuar el estudio financiero para obtener información que permita anticiparse a condiciones futuras y que permita comprobar la factibilidad del proyecto.

5.2.2 Objetivos específicos

- Identificar los flujos netos de efectivo que se utilizará en las actividades del proyecto.
- Calcular la inversión total necesaria para poner en marcha el proyecto.
- Determinar la vida útil del proyecto, mediante indicadores financieros.
- Elaborar los estados financieros para poder tomar las respectivas decisiones.

5.3 Estado de situación financiera

La situación financiera inicialmente de la microempresa es la siguiente:

ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		
Activos Disponibles		7.447,02
Caja-Bancos	7.447,02	
ACTIVO FIJO		
		17.468,57
Terreno	4.725,00	
Edificio	8.540,00	
Maquinaria y equipo de producción	2.600,88	
Herramientas de producción	175,88	
Muebles y enseres para oficina	642,98	
Equipos de computación	772,26	
Equipos de oficina	11,57	
OTROS ACTIVOS		
ACTIVOS INTANGIBLES		
Gastos de constitución	1.058,79	1.058,79
TOTAL ACTIVOS		<u>25.974,38</u>
PASIVOS		
PASIVOS A LARGO PLAZO		
Préstamo por pagar	13.978,88	
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO		13.978,88
PATRIMONIO		
Capital Social		
Aporte Socios	11.995,50	
TOTAL PATRIMONIO		11.995,50
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u>25.974,38</u>

Elaborado Por: La autora
Año: 2017

5.4 Ingresos proyectados

5.4.1 Determinación del precio del producto

Según el libro “Las mejores del mundo” de (Ortiz, 2012) se ha determinado la respectiva cantidad de ingredientes para elaborar las humitas. Las siguientes cantidades son necesarias para elaborar cinco humitas y los costos son los siguientes:

Cuadro N° 87: Determinación de costos de materia prima directa

DETALLE	GRAMOS (5 HUMITAS)	LIBRAS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Choclo maduro desgranado	388,89	0,86	0,38	0,33
Mantequilla	27,78	0,06	0,72	0,04
Queso Fresco / Cuajada	43,06	0,09	1,81	0,17
Azúcar	13,89	0,03	0,35	0,01
Polvo de hornear	2,22	0,00	2,88	0,014
Huevos		0,83	0,12	0,10
TOTAL MATERIA PRIMA POR 5 HUMITAS				0,67

Elaborado Por: La autora
Año: 2017

En lo que respecta a mano de obra directa, en donde la microempresa contará con un técnico de alimentos y dos operarios, al realizar los respectivos cálculos tenemos lo siguiente:

Cuadro N° 88: Determinación de costos de mano de obra directa

MANO DE OBRA DIRECTA	SUELDOS POR AÑO	HUMITAS PRODUCIDAS AÑO	1 HUMITA	5 HUMITAS
Mano de obra directa	13.128,50	73128	0,18	0,90
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				0,90

Elaborado Por: La autora
Año: 2017

Los costos indirectos los cuales son: materia prima indirecta, electricidad, agua y mantenimiento son los siguientes;

Cuadro N° 89: Determinación de costos indirectos de fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	COSTO ANUAL	HUMITAS PRODUCIDAS AÑO	1 HUMITA	5 HUMITAS
Costos indirectos de fabricación	1.142,60	73128	0,016	0,08
TOTAL DE CIF				0,08

Elaborado Por: La autora
Año: 2017

En lo que respecta a los gastos administrativos que corresponden al pago de honorarios al Gerente, suministros de oficina y de aseo, los gastos de publicidad, pago de planillas telefónicas y de internet, se obtiene los siguientes gastos.

Cuadro N° 90: Determinación de los gastos administrativos

	COSTO ANUAL	HUMITAS PRODUCIDAS AÑO	1 HUMITA	5 HUMITAS
GASTOS ADMINISTRATIVOS	3.605,27	73128	0,04930088	0,25
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS				0,25

Elaborado Por: La autora
Año: 2017

En cuanto a los gastos de venta que comprende el pago de honorarios al agente de ventas tenemos lo siguiente:

Cuadro N° 91: Determinación de los gastos de venta

GASTOS DE VENTA	COSTO ANUAL	HUMITAS PRODUCIDAS AÑO	1 HUMITA	5 HUMITAS
Gastos de venta	1.478,40	73128	0,02	0,10

Elaborado Por: La autora
Año: 2017

5.4.2 Resumen del precio de venta

Se termina el precio de venta del producto para una funda, la cual contiene cinco unidades de humitas. El precio de la funda de humitas que se entregará a los intermediarios será el siguiente:

Cuadro N° 92: Determinación del precio de venta de fabrica

Materia prima directa	0,67
Mano de obra directa	0,90
Costos indirectos de fabricación	0,08
COSTO PRODUCCIÓN	1,64
GASTOS ADMINISTRATIVOS	0,25
GASTOS DE VENTA	0,10
COSTO TOTAL	1,99
+ Utilidad (30%)	0,60
PRECIO DE VENTA DE FÁBRICA	2,59

Elaborado Por: La autora
Año: 2017

La microempresa contará con dos trabajadores, los cuales trabajarán en jornada completa de 8 horas, 22 días al mes, los doce meses del año, produciendo 73.128 humitas al año. La microempresa se establecido ir incrementado su capacidad productiva en un 5% cada año, además, para realizar la proyección de ingresos se utiliza según el Banco Central del Ecuador la inflación de 2016 de acuerdo al último reporte del índice de precios al consumidor de 1,12%.

Cuadro N° 93: Ingresos proyectados

AÑO	PRODUCCIÓN ANUAL (unidades)	PRODUCCIÓN ANUAL (fundas de 5 unidades)	PRECIO DE VENTA	INGRESO TOTAL
2018	73.128	14.626	2,59	37.810,69
2019	76.784	15.357	2,61	40.145,88
2021	80.624	16.125	2,64	42.625,29
2022	84.655	16.931	2,67	45.257,83
2023	88.888	17.778	2,70	48.052,95

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2017

5.5 Egresos proyectados

Para realizar la proyección de los egresos en los que incurrirá la empresa en cinco años se ha tomado en cuenta los costos de producción como son: materia prima directa e indirecta, mano de obra directa. Además, para realizar las actividades operacionales es necesario incurrir en gastos administrativos, gasto en publicidad, entre otros.

Para poder realizar la proyección de los precios se ha considerado la inflación promedio anual del año 2016 fue de 1,12%, dato proporcionado por el Banco Central del Ecuador. A continuación, se detalla los siguientes egresos:

5.5.1 Materia prima directa

Se ha tomado en cuenta todos los ingredientes necesarios para elaborar las humitas, tomando como base la cuantificación de ingredientes para elaborar 18 humitas proporcionada en el libro, "Las mejores recetas del mundo" (Ortiz, 2012), estos recursos son directamente proporcional a la capacidad de la planta de cada año, es por ello que para determinar la cantidad de cada ingrediente se ha aplicado una regla de tres.

Cuadro N° 94: Proyección de materia prima

PRODUCTO	DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Choclo maduro desgranado	CANTIDAD	12.539	13.166	13.825	14.516	15.242
	COSTO	0,38	0,39	0,39	0,39	0,40
	SUB TOTAL	4.786	5.081,59	5.395,43	5.728,65	6.082,45
Mantequilla	CANTIDAD	895,66	940,45	987,47	1.036,84	1.088,68
	COSTO	0,72	0,73	0,74	0,74	0,75
	SUB TOTAL	644,88	684,71	726,99	771,89	819,56
Queso Fresco / Cuajada	CANTIDAD	1.388,28	1.457,69	1.530,58	1.607,11	1.687,46
	COSTO	1,81	1,83	1,86	1,88	1,90
	SUB TOTAL	2.518,85	2.674,42	2.839,59	3.014,96	3.201,17
Azúcar	CANTIDAD	447,83	470,22	493,73	518,42	544,34
	COSTO	0,35	0,35	0,36	0,36	0,37
	SUB TOTAL	156,74	166,42	176,70	187,61	199,20
Polvo de hornear	CANTIDAD	71,65	75,24	79,00	82,95	87,09
	COSTO	2,88	2,91	2,94	2,98	3,01
	SUB TOTAL	206,36	219,11	232,64	247,01	262,26
HUEVOS	CANTIDAD	12.188	12.797	13.437	14.109	14.815
	COSTO	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12
	SUB TOTAL	1.421,93	1.509,75	1.602,99	1.702,00	1.807,11
Materia Prima Directa	TOTAL	9.734,77	10.335,99	10.974,34	11.652,12	12.371,75

Fuente: Estudio técnico Cuadro N° 61 y 62

Elaborado por: La autora

Año: 2017

5.5.2 Materia prima indirecta

En lo que respecta a la materia prima indirecta se ha tomado en cuenta a aquellos productos que no se los puede cuantificar directamente en las humitas, además, se ha tomado en cuenta los productos que tiene que ver con la presentación del producto.

Cuadro N° 95: Proyección de materia prima indirecta

PRODUCTO	DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Achiote	CANTIDAD	8,80	9,24	9,70	10,19	10,70
	COSTO	1,25	1,26	1,28	1,29	1,31
	SUB TOTAL	11,00	11,68	12,40	13,17	13,98
Sal	CANTIDAD	8,80	9,24	9,70	10,19	10,70
	COSTO	0,65	0,66	0,66	0,67	0,68
	SUB TOTAL	5,72	6,07	6,45	6,85	7,27
Cebolla larga	CANTIDAD	5,28	5,544	5,82	6,11	6,42
	COSTO	1,25	1,26	1,28	1,29	1,31
	SUB TOTAL	6,60	7,01	7,44	7,90	8,39
Gas	CANTIDAD	24,00	25,2	26,46	27,78	29,17
	COSTO	2,50	2,53	2,56	2,58	2,61
	SUB TOTAL	60,00	63,71	67,64	71,82	76,25
Fundas	CANTIDAD	14.626	15.357	16.125	16.931	17.778
	COSTO	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
	SUB TOTAL	731,28	776,44	824,40	875,31	929,37
Materia Prima Indirecta	TOTAL	814,60	864,91	918,33	975,04	1.035,26

Fuente: Estudio técnico Cuadro N° 63

Elaborado por: La autora

Año: 2017

5.5.3 Mano de obra directa

La microempresa contará con dos trabajadores que se dedicaran a la producción de humitas 22 días al mes, en una jornada completa de ocho horas. Para la obtención del registro sanitario es necesario tener la certificación de un técnico en alimentos, por ello se requiere los servicios un técnico en alimentos, el pago por sus servicios se lo realiza por honorarios.

Cuadro N° 96: Proyección de la mano de obra directa

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Técnico de alimentos (honorarios)	500,00	505,60	511,26	516,99	522,78
Operario 1	6.314,25	6.384,97	6.456,48	6.528,79	6.601,92
Operario 2	6.314,25	6.384,97	6.456,48	6.528,79	6.601,92
TOTAL	13.128,50	13.275,54	13.424,23	13.574,58	13.726,61

Fuente: Estudio técnico Cuadro N° 65

Elaborado por: La autora

Año: 2017

5.5.4 Gastos administrativos

Para realizar la proyección de los gastos administrativos se aplicará la misma metodología de cálculo para la proyección de la mano de obra directa. La cancelación de los servicios profesionales del gerente se cancelará por honorarios.

Cuadro N° 97: Proyección de gastos administrativos

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente (honorarios)	2.700,00	2.730,24	2.760,82	2.791,74	2.823,01

Fuente: Estudio técnico Cuadro N° 71

Elaborado por: La autora

Año: 2017

5.5.4.1 Proyección de suministros de oficina

Para que se pueda desarrollar las actividades de la administración, presentación de información y documentos, se ha proyectado los gastos para cinco años, se ha tomado en cuenta la tasa de inflación anual proporcionada por el Banco Central del Ecuador que es de 1.12%.

Cuadro N° 98: Proyección de suministros de oficina

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Resmas de papel A4	13,50	13,65	13,80	13,96	14,12
Esferos	1,25	1,26	1,28	1,29	1,31
Grapas	2,00	2,02	2,05	2,07	2,09
Clips	1,00	1,01	1,02	1,03	1,05
Lápiz	0,75	0,76	0,77	0,78	0,78
Perforadora	4,00	4,04	4,09	4,14	4,18
Cuaderno catedrático	4,50	4,55	4,60	4,65	4,71
Borrador	0,80	0,81	0,82	0,83	0,84
Carpetas Folder	4,50	4,55	4,60	4,65	4,71
TOTAL	32,30	32,66	33,03	33,40	33,77

Fuente: Estudio técnico Cuadro N° 72

Elaborado por: La autora

Año: 2017

5.5.4.2 Servicios de internet y teléfono

Para poder establecer negociaciones y tener una buena comunicación con los clientes se requerirá de servicios como internet y teléfono, cuyos gastos proyectados son los siguientes:

Cuadro N° 99: Proyección de gastos de servicio de internet y teléfono

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Plan Telefónico	191,88	194,03	196,20	198,40	200,62
Servicio de Internet	120,00	121,34	122,70	124,08	125,47
TOTAL	311,88	315,37	318,91	322,48	326,09

Fuente: Estudio técnico Cuadro N° 75

Elaborado por: La autora

Año: 2017

5.5.5 Proyección de servicios básicos

Los servicios básicos se recargarán a los costos indirectos de producción, ya que en la producción se hará mayor utilización de estos servicios.

Cuadro N° 100: Proyección de servicios básicos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Electricidad	162,00	163,81	165,65	167,50	169,38
Agua	111,60	112,85	114,11	115,39	116,68
TOTAL	273,60	276,66	279,76	282,90	286,06

Fuente: Estudio técnico Cuadro N° 74
 Elaborado por: La autora
 Año: 2017

5.5.6 Proyección de gastos de venta

En los gastos de venta se encuentra los rubros de venta tanto como el gasto en publicidad como los honorarios que se paga al vendedor, la proyección se la realiza tomando en cuenta la tasa de inflación anual del año 2016 proporcionada por el Banco Central del Ecuador que es de 1.12%.

Cuadro N° 101: Proyección Gasto publicidad

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Afiche publicitario	30	30,34	30,68	31,02	31,37
Dominio de la pág. Web	71,35	72,15	72,96	73,77	74,60
Cuña radial (Radio Horizonte)	180	182,02	184,05	186,12	188,20
Cuña radial (Radio Sky)	180	182,02	184,05	186,12	188,20
Página de Facebook	24	24,27	24,54	24,82	25,09
Total	485,35	490,79	496,28	501,84	507,46

Fuente: Estudio técnico Cuadro N° 76
 Elaborado por: La autora
 Año: 2017

Cuadro N° 102: Proyección gastos de ventas

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
agente de ventas	1.478,40	1.494,96	1.511,70	1.528,63	1.545,75
TOTAL	1.478,40	1.494,96	1.511,70	1.528,63	1.545,75

Fuente: Estudio técnico Cuadro N° 75

Elaborado por: La autora

Año: 2017

5.6 Fuentes de financiamiento

El financiamiento se lo realizará mediante un crédito tipo microempresa en BanEcuador. La forma de pago es mensual, a una tasa de 11.26 %, un monto de \$ 13.978,88, en un periodo de 5 años, con un sistema de amortización de cuota fija.

Cuadro N° 103: Fuente de financiamiento

FINANCIAMIENTO	%	MONTO
Aporte Socios	46%	11.995,50
BanEcuador	54%	13.978,88

Fuente: Capitulo IV

Elaborado por: La autora

Año: 2017

El 46% de la inversión total será aportada por parte de los tres socios, mientras tanto que el 54% que corresponde a \$ 13.978,88, recurso que se obtendrá mediante la aplicación de un crédito en BanEcuador.

5.7 Tabla de amortización

Cuadro N° 104: Amortización de la deuda

MONTO DE CRÉDITO (\$)	13.978,88
TASA DE INTERÉS (ANUAL)	11,26%
NÚMERO DE PAGOS (MENSUAL)	60
PAGO (MENSUAL)	\$ 305,75

PERIODO	CUOTA	CAPITAL	INTERÉS	SALDO
1	\$ 305,75	\$ 174,58	\$ 131,17	\$ 13.804,30
2	\$ 305,75	\$ 176,22	\$ 129,53	\$ 13.628,08
3	\$ 305,75	\$ 177,87	\$ 127,88	\$ 13.450,21
4	\$ 305,75	\$ 179,54	\$ 126,21	\$ 13.270,66
5	\$ 305,75	\$ 181,23	\$ 124,52	\$ 13.089,44
6	\$ 305,75	\$ 182,93	\$ 122,82	\$ 12.906,51
7	\$ 305,75	\$ 184,64	\$ 121,11	\$ 12.721,86
8	\$ 305,75	\$ 186,38	\$ 119,37	\$ 12.535,49
9	\$ 305,75	\$ 188,13	\$ 117,62	\$ 12.347,36
10	\$ 305,75	\$ 189,89	\$ 115,86	\$ 12.157,47
11	\$ 305,75	\$ 191,67	\$ 114,08	\$ 11.965,80
12	\$ 305,75	\$ 193,47	\$ 112,28	\$ 11.772,33
			\$ 1.462,45	
13	\$ 305,75	\$ 195,29	\$ 110,46	\$ 11.577,04
14	\$ 305,75	\$ 197,12	\$ 108,63	\$ 11.379,92
15	\$ 305,75	\$ 198,97	\$ 106,78	\$ 11.180,95
16	\$ 305,75	\$ 200,84	\$ 104,91	\$ 10.980,12
17	\$ 305,75	\$ 202,72	\$ 103,03	\$ 10.777,40
18	\$ 305,75	\$ 204,62	\$ 101,13	\$ 10.572,77
19	\$ 305,75	\$ 206,54	\$ 99,21	\$ 10.366,23
20	\$ 305,75	\$ 208,48	\$ 97,27	\$ 10.157,75
21	\$ 305,75	\$ 210,44	\$ 95,31	\$ 9.947,31
22	\$ 305,75	\$ 212,41	\$ 93,34	\$ 9.734,90
23	\$ 305,75	\$ 214,40	\$ 91,35	\$ 9.520,50
24	\$ 305,75	\$ 216,42	\$ 89,33	\$ 9.304,08
			\$ 1.200,76	
25	\$ 305,75	\$ 218,45	\$ 87,30	\$ 9.085,63
26	\$ 305,75	\$ 220,50	\$ 85,25	\$ 8.865,14
27	\$ 305,75	\$ 222,57	\$ 83,18	\$ 8.642,57
28	\$ 305,75	\$ 224,65	\$ 81,10	\$ 8.417,92
29	\$ 305,75	\$ 226,76	\$ 78,99	\$ 8.191,15
30	\$ 305,75	\$ 228,89	\$ 76,86	\$ 7.962,26
31	\$ 305,75	\$ 231,04	\$ 74,71	\$ 7.731,22
32	\$ 305,75	\$ 233,21	\$ 72,54	\$ 7.498,02
33	\$ 305,75	\$ 235,39	\$ 70,36	\$ 7.262,62
34	\$ 305,75	\$ 237,60	\$ 68,15	\$ 7.025,02
35	\$ 305,75	\$ 239,83	\$ 65,92	\$ 6.785,19
36	\$ 305,75	\$ 242,08	\$ 63,67	\$ 6.543,11
			\$ 908,03	
37	\$ 305,75	\$ 244,35	\$ 61,40	\$ 6.298,75
38	\$ 305,75	\$ 246,65	\$ 59,10	\$ 6.052,11
39	\$ 305,75	\$ 248,96	\$ 56,79	\$ 5.803,14

40	\$ 305,75	\$ 251,30	\$ 54,45	\$ 5.551,85
41	\$ 305,75	\$ 253,66	\$ 52,09	\$ 5.298,19
42	\$ 305,75	\$ 256,04	\$ 49,71	\$ 5.042,15
43	\$ 305,75	\$ 258,44	\$ 47,31	\$ 4.783,72
44	\$ 305,75	\$ 260,86	\$ 44,89	\$ 4.522,85
45	\$ 305,75	\$ 263,31	\$ 42,44	\$ 4.259,54
46	\$ 305,75	\$ 265,78	\$ 39,97	\$ 3.993,76
47	\$ 305,75	\$ 268,28	\$ 37,47	\$ 3.725,48
48	\$ 305,75	\$ 270,79	\$ 34,96	\$ 3.454,69
			\$ 580,59	
49	\$ 305,75	\$ 273,33	\$ 32,42	\$ 3.181,36
50	\$ 305,75	\$ 275,90	\$ 29,85	\$ 2.905,46
51	\$ 305,75	\$ 278,49	\$ 27,26	\$ 2.626,97
52	\$ 305,75	\$ 281,10	\$ 24,65	\$ 2.345,87
53	\$ 305,75	\$ 283,74	\$ 22,01	\$ 2.062,13
54	\$ 305,75	\$ 286,40	\$ 19,35	\$ 1.775,73
55	\$ 305,75	\$ 289,09	\$ 16,66	\$ 1.486,64
56	\$ 305,75	\$ 291,80	\$ 13,95	\$ 1.194,84
57	\$ 305,75	\$ 294,54	\$ 11,21	\$ 900,30
58	\$ 305,75	\$ 297,30	\$ 8,45	\$ 603,00
59	\$ 305,75	\$ 300,09	\$ 5,66	\$ 302,91
60	\$ 305,75	\$ 302,91	\$ 2,84	\$ 0,00
			\$ 214,31	

Fuente: BanEcuador
 Elaborado por: La autora
 Año: 2017

5.7.1 Pago de interés de deuda

Cuadro N° 105: Interés de deuda

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos financieros	\$ 1.462,45	\$ 1.200,76	\$ 908,03	\$ 580,59	\$ 214,31
Total	\$ 1.462,45	\$ 1.200,76	\$ 908,03	\$ 580,59	\$ 214,31

Elaborado por: La autora
 Año: 2017

5.8 Depreciaciones

En el desarrollo de las actividades de producción y comercialización de las humitas empacadas al vacío, para realizar las depreciaciones se ha tomado en cuenta la Ley de Régimen Tributario Interno, en el artículo 17 muestra el porcentaje y tiempo de depreciación así:

Cuadro N° 106: Tabla de depreciación

ACTIVO	%	VIDA ÚTIL (años)
Infraestructura	5%	20
Muebles y máquinas de oficina	10%	10
Equipo de Computación	33%	3
Maquinaria y Equipo	10%	10

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: La autora

Año: 2017

Cuadro N° 107: Resumen de depreciación de activos fijos

DESCRIPCIÓN	BASE DEPRECIABLE	% DEPRECIACIÓN	2018	2019	2020	2021	2022	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
Infraestructura	13.265,00	5%	663,25	663,25	663,25	663,25	663,25	3316,25	9.948,75
MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN	2.600,88	10%	260,09	260,09	260,09	260,09	260,09	1300,44	1.300,44
HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN	175,88	10%	17,58	17,58	17,58	17,58	17,58	87,94	87,94
MUEBLES Y ENSERES PARA OFICINA	642,98	10%	64,30	64,30	64,30	64,30	64,30	321,49	321,49
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	772,26	33%	257,42	257,42	257,42	-	-	772,26	0,00
EQUIPOS DE OFICINA	11,57	10%	1,16	1,16	1,16	1,16	1,16	5,79	5,79
TOTAL	17.468,57		3.281,80	3.282,80	3.283,80	3.027,38	3.028,38	5804,17	11664,40

Elaborado por: La autora

Año: 2017

5.9 Resumen de egresos proyectados

EGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima directa	9.734,77	10.335,99	10.974,34	11.652,12	12.371,75
Mano de obra directa	13.128,50	13.275,54	13.424,23	13.574,58	13.726,61
Materia prima indirecta	814,60	864,91	918,33	975,04	1.035,26
Gastos administrativos	2.700,00	2.730,24	2.760,82	2.791,74	2.823,01
Gastos de venta	1.478,40	1.494,96	1.511,70	1.528,63	1.545,75
Suministros de oficina	32,30	32,66	33,03	33,40	33,77
Servicios básicos	273,60	276,66	279,76	282,90	286,06
plan telefónico	191,88	194,03	196,20	198,40	200,62
Servicio de Internet	105,26	121,34	122,70	124,08	125,47
Publicidad	485,35	490,79	496,28	501,84	507,46
Suministros de aseo	175,62	177,59	179,58	181,59	183,62
Mantenimiento	50,00	50,56	50,56	50,56	50,56
TOTAL	29.170,29	30.045,27	30.947,53	31.894,87	32.889,96

Elaborado por: La autora

Año: 2017

5.9.1 Resumen de ingresos y egresos proyectados

Cuadro N° 108: Resumen de ingresos y egresos

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos proyectados					
Ventas proyectadas	37.810,69	40.145,88	42.625,29	45.257,83	48.052,95
Otros ingresos					
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS	37.810,69	40.145,88	42.625,29	45.257,83	48.052,95
Egresos proyectados					
Materia prima directa					
Mano de obra directa	9.734,77	10.335,99	10.974,34	11.652,12	12.371,75
Materia prima indirecta	13.128,50	13.275,54	13.424,23	13.574,58	13.726,61
Gastos administrativos	814,60	864,91	918,33	975,04	1.035,26
Gastos de venta	2.700,00	2.730,24	2.760,82	2.791,74	2.823,01
Suministros de oficina	1.478,40	1.494,96	1.511,70	1.528,63	1.545,75
Servicios básicos	32,30	32,66	33,03	33,40	33,77
plan telefónico	273,60	276,66	279,76	282,90	286,06
Servicio de Internet	191,88	194,03	196,20	198,40	200,62
Publicidad	105,26	121,34	122,70	124,08	125,47
Suministros de aseo	485,35	490,79	496,28	501,84	507,46
Mantenimiento	175,62	177,59	179,58	181,59	183,62
TOTAL DE EGRESOS PROYECTADOS	50,00	50,56	50,56	50,56	50,56
UTILIDAD OPERATIVA PROYECTADA	29.170,29	30.045,27	30.947,53	31.894,87	32.889,96

Elaborado por: La autora

Año: 2017

5.10 Estado de resultados proyectado

El estado de resultados permite mostrar los ingresos, costos, gastos y la utilidad obtenida, se ha incluyó todos los rubros en los que incurrirá la microempresa en los próximos 5 años.

Cuadro N° 109: Estado de resultados proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas proyectadas	37.810,69	40.145,88	42.625,29	45.257,83	48.052,95
(-) Costos producción	23.951,47	24.753,11	25.596,66	26.484,64	27.419,69
UTILIDAD BRUTA PROYECTADA	13.859,22	15.392,77	17.028,63	18.773,19	20.633,26
(-) GASTOS OPERACIONALES					
Gastos administrativos	3.581,71	3.746,65	3.788,61	3.831,04	3.873,95
Depreciaciones	3.281,80	3.282,80	3.283,80	3.027,38	3.028,38
Gastos de venta	1.478,40	1.494,96	1.511,70	1.528,63	1.545,75
Gastos de constitución	211,76	211,76	211,76	211,76	211,76
TOTAL DE GASTOS PROYECTADOS	8.553,67	8.736,17	8.795,87	8.598,81	8.659,84
UTILIDAD OPERACIONAL PROYECTADA	5.305,55	6.656,61	8.232,76	10.174,38	11.973,42
(-) Gasto financieros	1.462,45	1.200,76	908,03	580,59	214,31
UTILIDAD ANTES 15% P.T	3.843,10	5.455,85	7.324,73	9.593,79	11.759,10
(-) 15% Participación trabajadores	576,46	818,38	1098,71	1439,07	1763,87
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	3.266,63	4.637,47	6.226,02	8.154,72	9.995,24
(-) 25% Impuesto a la Renta	816,66	1159,37	1556,50	2038,68	2498,81
UTILIDAD NETA	2.449,98	3.478,10	4.669,51	6.116,04	7.496,43

Elaborado por: La autora
Año: 2017

5.11 Flujo de caja proyectado

Muestra el efectivo utilizado y generado en las actividades de operación, inversión y financiamiento

Cuadro N° 110: Estado de flujo de efectivo

DETALLE	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Operacional		5.305,55	6.656,61	8.232,76	10.174,38	11.973,42
INGRESOS OPERACIONALES						
Capital Propio	11.995,50					
Capital Financiado	13.978,88					
(+) Depreciaciones		3.281,80	3.282,80	3.283,80	3.027,38	3.028,38
(+) Gastos de constitución		42,35	42,35	42,35	42,35	42,35
(+) Valor de rescate						11664,40
(+) Recuperación de capital de trabajo						7.447,02
TOTAL INGRESOS		8.629,70	9.981,76	11.558,91	13.244,11	34.113,22
EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de préstamo		3.669,01	3.669,01	3.669,01	3.669,01	3.669,01
(-) 15% Participación a trabajadores		576,46	818,38	1.098,71	1.439,07	1.763,87
(-) Impuesto a la renta		816,66	1.159,37	1.556,50	2.038,68	2.498,81
TOTAL EGRESOS		5.062,13	5.646,75	6.324,22	7.146,75	7.931,68
FLUJO NETO		3.567,57	4.335,01	5.234,69	6.097,36	26.181,54
TOTAL INVERSIÓN	25.974,38					

Elaborado por: La autora

Año: 2017

5.12 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el punto neutro donde se igualan los ingresos con los egresos y por ende la utilidad viene a ser cero. Se refiere al punto mínimo de producción en donde no se incurre en pérdidas, con la producción anual de la microempresa se cubrirá los costos fijos y costos variables, el cálculo del punto de equilibrio se ha encontrado mediante la aplicación de la fórmula que se indica a continuación:

$$PE(fundas) = \frac{\text{Costo Fijo (año 1)}}{P.V.u \text{ (año 1)} - C.V.u \text{ (año 1)}}$$

Costo fijo total (año 1)	3.581,71
Precio de venta unitario (año 1)	2,59
Costo variable unitario	1,64
Margen de contribución	0,94

$$PE(fundas) = \frac{3.581,71}{2,59 - 1,64}$$

$$PE(fundas) = 3.793$$

5.13 Evaluación financiera

Para poder realizar la evaluación financiera se utiliza ciertos indicadores y la información y datos obtenidos son la base sobre la cual se podrá tomar decisiones en lo referente a la viabilidad del proyecto. Los indicadores que se utilizará se detallan a continuación:

5.13.1 Costo de oportunidad

El costo de oportunidad es el costo en el que se incurre al elegir entre una decisión u otra. Al escoger un camino o tomar una decisión se renuncia a beneficios que puede ofrecer la decisión descartada.

El costo de oportunidad es la base sobre la cual se podrá realizar los respectivos cálculos para obtener el Valor Presente Neto (VPN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

Para el año 2017 el Banco Central del Ecuador ha establecido las siguientes tasas:

TASA ACTIVA 8,25% y la TASA PASIVA 5,07%, con las respectivas tasas se calcula el costo de oportunidad de la siguiente manera:

Cuadro N° 111: Costo de oportunidad

CONCEPTO	MONTO	%	TASA DE PONDERACIÓN	TASA PONDERADA
Aporte propio	11.995,50	46%	5,07%	2,34%
Aporte financiado	13.978,88	54%	8,25%	4,44%
TOTAL	25.974,38	100%	13,32%	6,78%

Elaborado por: La autora
Año: 2017

El costo de oportunidad del proyecto es de 6.78%, dato que permitirá realizar el cálculo de la Tasa de rendimiento medio (TMR).

5.13.2 Tasa de rendimiento medio

Es la tasa de ganancia anual que pretende ganar el inversionista para poder llevar a cabo el proyecto. Esta tasa al menos debe cubrir el capital de trabajo y la inversión inicial necesaria para poner en marcha el proyecto.

Para realizar el cálculo de la tasa de rendimiento medio se utiliza el costo de oportunidad de 6.85%, como se indica en el cuadro N° 106 y la tasa de inflación anual de 1.12%, información proporcionada por Banco Central del Ecuador para el año 2016. Con el costo de oportunidad y la tasa de inflación se aplica la siguiente formula:

$$\text{TMR} = (1 + \text{CO}) * (1 + \text{INFL}) - 1$$

TMR: Tasa de rendimiento medio

CO: Costo de oportunidad = 6.78%

INFL: Inflación Anual = 1.12%

$$\text{TMR} = (1 + 6.78\%) * (1 + 1.12\%) - 1$$

$$\text{TMR} = 7.98\%$$

5.13.3 Valor actual neto

Al determinar el valor presente de los flujos de efectivo proyectados, se podrá determinar si los flujos de efectivo están en capacidad de cubrir la inversión, si el valor es menor que cero, es decir negativo la inversión no es factible. Si el VAN es positivo

expresa que el proyecto es viable o factible. Para calcular el VAN se aplicará la fórmula que se indica a continuación.

FÓRMULA:

$$VAN = -Inv. Ini. + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$$

VARIABLES:

VAN: Valor Actual Neto

FNE: Flujo Neto de Efectivo

i: Tasa de rendimiento medio

Cuadro N° 112: Cálculo del Valor Actual Neto

AÑO	FLUJO NETO DE EFECTIVO	FLUJOS DE FONDO ACTUALIZADO
0	-25.974,38	-25.974,38
1	3.567,57	3.304,00
2	4.335,01	3.718,13
3	5.234,69	4.158,08
4	6.097,36	4.485,50
5	26.181,54	17.837,40
	VAN	7.528,73

Elaborado por: La autora

Fuente: Cuadro N° 102

Año: 2017

Criterio de decisión: En vista de que el Valor Actual Neto es mayor que cero, expresa que los flujos de efectivo traídos a valor presente logran cubrir con la inversión inicial, por ello se acepta el proyecto ya que es factible.

5.13.4 Tasa interna de retorno

Se define como la tasa de interés en donde el Valor Actual Neto es cero. La TIR es el límite de hasta cuando el inversionista podría llegar a ganar en el proyecto. Para realizar el cálculo de la TIR se ha escogido dos tasas de descuento arbitrarias para obtener un VAN positivo y un VAN negativo. Se ha utilizado la siguiente fórmula:

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

Donde:

TIR: Tasa Interna de Retorno

Ts: Tasa Superior

Ts: 19%

Ti: Tasa Inferior

Ti: 10%

VAN Ts: Valor Actual Neto negativo

VAN Ti: Valor Actual Neto positivo

Cuadro N° 113: Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

	TIR	10%	19%
AÑO	FLUJO NETO DE EFECTIVO	FLUJOS DE FONDO ACTUALIZADO MIN	FLUJOS DE FONDO ACTUALIZADO MAX
0	-25.974,38	-25.974,38	-25.974,38
1	3.567,57	3243,24771	2997,96007
2	4.335,01	3582,65344	3061,23202
3	5.234,69	3932,90297	3106,35011
4	6.097,36	4164,57712	3040,56158
5	26.181,54	16256,6764	10971,3578
VAN		5.205,67	-2.796,92

Elaborado por: La autora
Año: 2017

$$TIR = 0.10 + (0.19 - 0.10) * \left[\frac{5.205,67}{5.205,67 - (-2.796,75)} \right]$$

$$TIR = 0.10 + (0.09) * \left[\frac{5.205,67}{8.002,24} \right]$$

$$TIR = 0.10 + (0.09) * [0.65052]$$

$$TIR = 0.10 + 0.05854$$

$$TIR = 15.85\%$$

Criterio de decisión:

En vista de que la TIR de 15.85% del proyecto es mayor a la Tasa de rendimiento medio de (TMR) de 7.98%, el proyecto de inversión es rentable; ya que la tasa de rendimiento interno (TIR) calculada es superior a la tasa mínima de rentabilidad (TMR) el proyecto resulta atractivo.

5.13.5 Relación costo beneficio

Permite medir la rentabilidad del proyecto, comparando los costos previstos con los beneficios que se esperan obtener con el desarrollo de las actividades del proyecto, la información obtenida permitirá tener una guía clara para tomar la mejor decisión. Para ello se aplicará la fórmula que se presenta a continuación:

$$RCB = \frac{\sum \text{flujos netos actualizados}}{\text{Inversión}}$$

Cuadro N° 114: Flujos netos actualizados

AÑO	FLUJOS NETOS	FLUJOS ACTUALIZADOS
0	-25.974,38	-25.974,38
1	3.567,57	3.304,00
2	4.335,01	3.718,13
3	5.234,69	4.158,08
4	6.097,36	4.485,50
5	26.181,54	17.837,40
TOTAL	45.416,17	33.503,12

Elaborado por: La autora
Año: 2017

$$RCB = \frac{33.503,12}{25.974,38}$$

$$RCB = 1,29$$

Criterio de decisión:

La inversión del proyecto es rentable ya que según como indica el valor obtenido de Relación Costo Beneficio por cada dólar invertido en el proyecto, la empresa recuperará 29 centavos.

5.13.6 Periodo de recuperación de la inversión

Este indicador a partir de los flujos de efectivo de cada año define el tiempo que se requiere para que se recupere la inversión inicial del proyecto. Se utiliza la siguiente fórmula:

$$PR = \frac{\sum \text{flujos netos de efectivo}}{\text{Inversión Inicial}}$$

Cuadro N° 115: Cálculo del periodo de recuperación

AÑO	FLUJOS NETOS	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS NETOS ACUMULADOS
0	-25.974,38	-25.974,38	
1	3.567,57	3.304,00	3.304,00
2	4.335,01	3.718,13	7.022,13
3	5.234,69	4.158,08	11.180,21
4	6.097,36	4.485,50	15.665,71
5	26.181,54	17.837,40	
TOTAL	45.416,17	33.503,12	

Elaborado por: La autora
Año: 2017

INVERSIÓN	25.974,38	
4 AÑOS	15.665,71	
RESTANTE	10.308,67	=25.974,38-15.665,71

En 4 años se recupera 10.308,67 dólares, como la inversión inicial fue de 25.974,38 dólares, hace falta que se recupere 10.308,67 dólares. Con la diferencia se procede a

aplicar una regla de tres simple con el flujo actualizado de los 5 años, indicando que en un año se obtiene un valor de efectivo de 17.837,40 dólares.

Para recuperar el valor de 10.308,67 dólares restantes requiere un tiempo de 6 meses. Con los decimales obtenidos se procede a realizar una regla de tres simple para obtener los días exactos en que se recuperará la inversión.

Cálculo del periodo de recuperación en meses.

<u>FLUJO ACTUALIZADO</u>	<u>TIEMPO (MESES)</u>
17.837,40	12
10.308,67	X
X= 6.93	

Cálculo del periodo de recuperación en días.

<u>MESES</u>	<u>DÍAS</u>
1	30
0,93	X
X= 28.052	

El proyecto se recupera en 4 años, 6 meses con 28 días.

Criterio de decisión:

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto es de 4 años, 6 meses con 28 días., la inversión se recupera antes de los cinco años, por ende, el proyecto es factible, ya que los flujos de efectivo recuperaran la inversión y los costos incurridos, debido a la liquidez del proyecto

5.14 Conclusión del estudio financiero

Al realizar el análisis de cada uno de los indicadores financieros se ha demostrado la factibilidad del proyecto, ya que es rentable y tiene una buena liquidez. El Valor Actual Neto es mayor que cero, expresa que los flujos de efectivo traídos a valor presente logran cubrir con la inversión inicial, es decir una vez que se recupere la inversión, los inversionistas tendrán un acumulado a los cinco años de 7.528,73 dólares.

En vista de que la TIR de 15,85 % del proyecto es mayor a la Tasa de rendimiento medio de (TMR) de 7,98%, el proyecto de inversión es rentable; ya que la tasa de rendimiento interno (TIR) calculada es superior a la tasa mínima de rentabilidad (TMR) el proyecto resulta atractivo.

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto es de 4 años, 6 meses con 28 días., la inversión se recupera antes de los cinco años, por ende, el proyecto es factible, ya que los flujos de efectivo recuperaran la inversión y los costos incurridos, debido a la liquidez del proyecto.

CAPÍTULO VI

6 PROPUESTA DE ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1 Presentación

La estructura organizacional se enfoca en un análisis administrativo, el cual permite determinar los aspectos organizativos en los cuales incurrirá la microempresa para que pueda desarrollar las actividades de producción y comercialización de humitas.

Este estudio permite definir directrices claras en las cuales se desarrollará la actividad, al establecer los lineamientos en los cuales se dirigirá la microempresa permitirá facilitar las relaciones entre personal y la disponibilidad de recursos, logrando una mayor eficiencia y coordinación, así como también la creación de líneas de comunicación entre el personal, para poder alcanzar los objetivos de la microempresa.

6.2 Objetivos

6.2.1 Objetivo general

Efectuar el estudio organizacional para determinar los aspectos organizativos en lo que se refiere a la microempresa para poder alcanzar las meta propuestas por la misma.

6.2.2 Objetivos específicos

- Identificar los requisitos para la conformación y legalización de la microempresa.
- Determinar la filosofía de la microempresa como: misión, visión, valores y principios de la microempresa.
- Establecer la estructura organizativa de la microempresa para establecer canales de comunicación adecuados.
- Elaborar el manual de funciones de cada uno de los puestos de trabajo.

6.3 Nombre o razón social de la microempresa

Nombre de la microempresa: “Las Auténticas”

6.4 Logotipo de la microempresa



Gráfico N° 51: Logotipo de la microempresa

Elaborado por: La autora

6.4.1 Descripción del logotipo

El Logotipo de la microempresa está representado por un choclo animado, en vista de que la materia prima de las humitas es el choclo, se ha añadido un sombrero de la vestimenta típica de la ciudad de San Gabriel para poder identificar a las humitas como parte tradicional de la provincia. Se ha escogido los colores de fondo colores de la gama de verde debido por el color del choclo.

6.4.2 Eslogan de la microempresa

Es eslogan de la microempresa de humitas empacadas al vacío es:

“Lo exquisito y tradicional en todo momento especial” Ya que las humitas son el perfecto entremés para compartir momentos especiales con familiares y amigos.

6.4.3 Marca

La marca de las humitas es **“Las Auténticas”**, ya que se conserva su sabor tradicional, pero a la vez se garantiza la calidad e higiene en los productos. Esta marca permite diferenciar de los demás productos, además identifica a los productos con la provincia, permitiendo posicionar en la mente de los clientes a las humitas como un producto tradicional de la ciudad.

6.5 Conformación jurídica de la microempresa

La microempresa “Las Auténticas” humitas, es una microempresa familiar compuesta por tres miembros de la familia. Los requisitos legales con los cuales debe cumplir las microempresas ecuatorianas son los siguientes:

6.5.1 Registro Único de Contribuyente (RUC)

En vista de que la microempresa va a realizar venta de humitas empacadas al vacío en forma permanente es necesario obtener el respectivo RUC uno de los miembros de la microempresa, para ello se requiere de la siguiente documentación:

- Original y copia a color de cédula de identidad.
- Original del certificado de votación.
- Una planilla de servicios básicos de los últimos tres meses o cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección exacta de la persona.

6.5.2 Certificado de seguridad del cuerpo de bomberos

Para obtener el respectivo permiso es necesario de cumplir con ciertos requisitos como: la colocación de un extintor en la microempresa, el cual será recargado cada año, además, es necesario contar con los siguientes requisitos.

- Original o copia del comprobante de compra del extintor (año vigente).
- Copia del Registro Único del Contribuyente (RUC).
- Copia de cédula y certificado de votación del representante de la microempresa.
- Indicación de las dimensiones o extensión de la microempresa.

6.5.3 Patentes Municipales

Para poder realizar las actividades de producción y comercialización es necesario obtener los permisos correspondientes en las respectivas instituciones de control como es el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Montúfar en donde se obtiene la Patente Municipal, para obtener dicho documento es necesario presentar los siguientes documentos:

- Solicitud para obtener de la patente municipal.
- Certificado de no tener cuentas pendientes por pagar en el Municipio.
- Copia de la cedula de identidad del representante
- Copia del ultimo certificado de votación del representante.
- Copia del Registro Único de Contribuyente.
- Copia de constitución de la microempresa familiar.

- Copia del permiso de funcionamiento otorgado por el cuerpo de Bomberos del Cantón.

6.5.4 Afiliación al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)

Para afiliarse al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) primero se debe registrar con sus respectivos datos mediante la página web www.iess.gob.ec

Una vez registrados los datos solicitados, es necesario acercarse a las oficinas de del IESS a solicitar la clave de empleador, con los siguientes documentos:

- Solicitud de Entrega de Clave (impresa del Internet)
- Copia del Registro Único del Contribuyente (RUC).
- Copia a color de la cédula de identidad del representante legal de la microempresa.
- Copia de papeleta de votación del representante legal.
- Copia de planillas de luz o agua del lugar donde funciona la microempresa.
- Original de la cédula de ciudadanía.

6.5.5 Permiso de salud pública

En vista de que la microempresa asegurará la higiene en cada uno de los procesos para obtener una mayor confiabilidad se obtendrá el permiso de sanidad en el Centro de Salud de la Ciudad de San Gabriel, en donde se presentará los siguientes documentos:

- Documento firmado solicitando la obtención del permiso de funcionamiento.
- Planilla otorgada por los funcionarios públicos de la inspección realizada a la microempresa.

- Copia de título profesional del técnico responsable del producto que ofrece la microempresa.
- Copia del certificado del título emitido por el CONESUP.
- Planos de las áreas correspondientes industrias.
- Plano de ubicación de la planta procesadora (industrias y pequeñas industrias)
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos (ver página Web)
- Copia de cédula de identidad del propietario de la microempresa.
- Copia de certificado de votación de las recientes elecciones.
- Copia de certificado de salud otorgado por el Centro de Salud de la Ciudad de San Gabriel.
- Copia del Registro Único del Contribuyente (RUC).
- Permiso de funcionamiento concedido por el Cuerpo de Bomberos de la ciudad de San Gabriel.

6.5.6 Inscripción del producto al Registro sanitario

En vista de que las humitas empacadas al vacío se las venderá en los supermercados es necesario obtener el registro sanitario del producto, para lo cual se presentará la siguiente documentación, la cual debe contener el nombre y firma del técnico responsable de la microempresa:

- Formato de la solicitud firmada, donde se indica el nombre del producto y que este cumple con los requerimientos respectivos para cumple con las normas INEN.
- Documento en donde se describa cada una de las etapas en el proceso de elaboración de las humitas empacadas al vacío.

- Diseño de la etiqueta que se utilizará en la presentación de las humitas empacadas al vacío cumpliendo con las Normas Técnicas Ecuatorianas INEC.
- Documento en donde se especifique el tiempo de vida útil de las humitas empacadas, además se debe adjuntar las indicaciones de conservación y almacenamiento otorgadas por el responsable técnico de la microempresa.
- Documento emitido por el proveedor del envase, en el cual se indicara la elaboración física y la química del producto, además se debe indicar la naturaleza de la materia para la realización del envase.
- Documento en donde se indique el código de lote que se está utilizando para la diferenciar al producto, además se debe incluir una descripción del código para.

6.6 Filosofía micro empresarial

La filosofía micro empresarial permite la identificación de la microempresa identificando las metas que se busca alcanzar, para ello se analiza los siguientes elementos:

6.6.1 Misión

Las Auténticas” es una microempresa familiar dedicada a la producción y comercialización de humitas empacadas al vacío, producto que cumple con exigencias en cuanto a calidad, higiene y sabor, siendo un entremés ideal para compartir con amigos y familiares en todo momento.

6.6.2 Visión

La Microempresa “Las Auténticas” en el año 2021 logrará posicionar sus productos en el mercado de toda la provincia del Carchi, siendo el número uno en producción y elaboración de humitas empacadas al vacío, logrando fidelidad en la marca y generando fuentes de empleo.

6.6.3 Objetivos

Los miembros de la microempresa se concentrarán y se esforzarán por alcanzar los siguientes objetivos:

- Producir y comercializar humitas empacadas al vacío.
- Asegurar la higiene en cada uno de los procesos de la elaboración de las humitas.
- Alcanzar el desarrollo de la organización mediante el crecimiento económico.
- Ofrecer un producto cuyo precio sea accesible para los consumidores.
- Buscar nuevas tecnologías para asegurar la calidad en los productos.
- Aprovechar de una manera óptima todos los recursos disponibles.
- Cumplir con las expectativas de los clientes tanto internos como externos.

6.6.4 Valores

Los valores corporativos a los cuales se orientará la microempresa a largo plazo con la finalidad de identificarse y diferenciarse de las demás microempresas son los siguientes:

COMPROMISO: La microempresa está comprometida en cumplir tanto: como las expectativas y exigencias del cliente interno y externo, brindar la confiabilidad a

proveedores y trabajadores efectuando todos los controles y acciones de mejora necesarias para garantizar que el producto cumpla con las expectativas de los clientes

HIGIENE: En cada uno de los procesos de producción de las humitas se cumplirá con integridad en el cumplimiento de normas y requisitos de higiene para poder garantizar y brindar la confianza de los productos a los clientes.

AUTOESTIMA Y SUPERACIÓN: Quienes formen parte de la microempresa deben respetarse, valorarse, deseo de superación y desarrollo personal.

SENTIDO DE PERTENENCIA A LA INSTITUCIÓN: El recurso humano es parte importante de la microempresa por ello debe identificarse con la misión y visión, siempre esforzándose por alcanzar en unidad los objetivos y metas de la misma.

ALEGRÍA, ENTUSIASMO Y SIMPATÍA: El ambiente laboral de la microempresa por parte de los trabajadores tiene que ser un ambiente de donde haya sentimientos de: alegría, gozo, agrado, dinamismo, amable y calidez.

RESPECTO: Para todos los que conforman la microempresa es fundamental el respeto mutuo tanto de parte de los trabajadores, propietarios, proveedores y clientes. Para poder ofrecer un ambiente laboral agradable para todas las partes involucradas.

CAMBIO: A medida que la empresa se enfrente a nuevos retos, esta se adaptará al cambio y aprovechar las oportunidades disponibles para obtener buenos resultados.

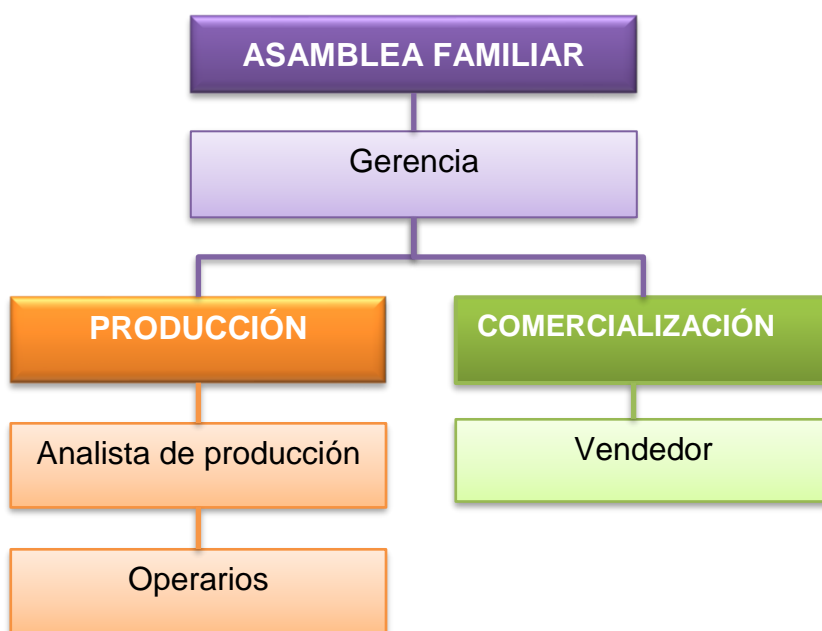
INNOVACIÓN: Mantenerse al día con la tecnología y estándares de calidad, conjuntamente con la creatividad se buscará nuevas formas de presentar, diseñar,

elaborar los productos con finalidad de satisfacer al cliente y cumplir con exigencias y expectativas.

6.7 Estructura Organizacional

Es el sistema formal entre quienes conforman la microempresa con la finalidad de asignar tareas, coordinar tareas y delegar autoridades, en definitiva, lograr una buena coordinación entre las partes involucradas para alcanzar los objetivos propuestos mediante la adecuada comunicación.

6.7.1 Organigrama estructural



La microempresa “Las Auténticas”, es de tipo familiar en donde los socios son tres miembros de la familia, los cuales trabajarán en la microempresa, adicionalmente se requerirá la contratación de más personas.

6.7.2 Identificación de puestos y funciones

6.7.2.1 Asamblea familiar



MICROEMPRESA “LAS AUTÉNTICAS”

Descripción: Conformado por tres socios miembros de una familia, quienes son los responsables de la planificación estratégica de la microempresa, además, debe legislar, aprobar la planificación y las metas anuales.

FUNCIONES:

- Aprobación de actos y contratos relacionados con la microempresa.
- Fijación de las políticas generales que se ejecutarán por el gerente.
- Aprobación las reformas de los estatutos.
- Examinación de las cuentas y los balances que presente el gerente
- Resolución de cambios generales en cuanto a los recursos financieros
- Establecimiento en la cesión de los aportes sociales y en la admisión de nuevos socios
- Reunirse mensualmente con el gerente.

6.7.2.2 Gerencia



MICROEMPRESA “LAS AUTÉNTICAS”

CARGO: Gerente General

OBJETIVO: Dirigir las actividades para que la microempresa funcione por completo, utilizando eficientemente los recursos para poder alcanzar los objetivos organizacionales.

FUNCIONES:

- Evaluación del desempeño laboral del recurso humano.
- Representación legal de la microempresa “Las Auténticas”
- Aseguramiento del cumplimiento de los estatutos de la microempresa.
- Elaboración del presupuesto de ingresos y egresos de la microempresa.
- Establecimiento de actividades para lograr el alcance de metas organizacionales.
- Aplicación de procesos adecuados para obtener un óptimo de las instalaciones del establecimiento.
- Elaboración de estrategias publicitarias de la microempresa para captar mayor cantidad de clientes.
- Dirección a una toma de decisiones inmediatas en cuanto a la solución de problemas.
- Reunirse mensualmente con la asamblea familiar.

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS:

- **Título:** Ingeniero en Administración de empresas o carreras a fines
- **Edad:** De 22 años en adelante
- **Experiencia:** 1 año

N°	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Pensamiento crítico	En vista de que en toda organización surgen problemas imprevistos, el gerente debe ser capaz dar una solución inmediata evaluando la situación para tomar la mejor solución.	X		
2	Comunicación:	Para contribuir al cumplimiento de los objetivos organizacionales es necesario de que quienes forman parte de la microempresa tengan claro todas sus tareas	X		
3	Iniciativa	Consiste en identificar oportunidades de negocio y debe estar dispuesto a asumir riesgos para así tomar las mejores decisiones aun cuando estas sean difíciles.	X		
4	Capacidad de planificar	Esta habilidad permite planificar y organizar las tareas que se cumplirán en un plazo razonable, tomando en cuenta las capacidades de los colaboradores.	X		
5	Liderazgo	Es la destreza que permite motivar al recurso humano, para contribuir así a la superación personal y profesional, y por ende potenciar su rendimiento.	X		

6.7.2.3 Analista de producción



MICROEMPRESA “LAS AUTÉNTICAS”

CARGO: Analista de producción

OBJETIVO: Realizar un estudio en la transformación y procesos de materias primas con la finalidad de buscar la innovación de los productos, además, debe buscar las maneras de crear u optimizar nuevas tecnologías en el proceso de elaboración de alimentos.

FUNCIONES:

- Evaluación en cada una de las etapas del proceso productivo.
- Elaboración y análisis de pruebas de producción.
- Realización de estudios analíticos de la producción
- Elaboración del flujo grama de procesos, organigramas de los procedimientos.
- Establecimiento de acciones para asegurar el uso racional de materia prima, insumos, maquinaria, equipos y mano de obra.
- Validación en los métodos de trabajo a realizarse en la producción.
- Creación de actividades de mejoras en los procesos.

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS:

- **Título:** Tecnólogo en Alimentos y/o afines
- **Edad:** De 20 años en adelante
- **Experiencia:** 1 año

N°	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Habilidad analítica	Esta habilidad permite analizar los elementos y decidir cómo hacer las cosas para obtener los mejores resultados	X		
2	Capacidad para aprender	Consiste en que está disponible para poder aprender nuevas técnicas y así poder brindar soluciones más factibles.	X		
3	Alta adaptabilidad	Consiste en que está dispuesto a adaptarse a nuevas técnicas y así poder adaptarse a los avances tecnológicos.	X		
4	Compromiso	Se refiere a que personalmente da confianza a los empleados y sociedad en cuanto a la elaboración y consumo de materia prima, insumos y por ende de los productos.	X		
5	Trabajo en equipo	Esta destreza permite coordinar las actividades con los colaboradores de la microempresa para poder alcanzar objetivos comunes de la misma.	X		

6.7.2.4 Operarios



MICROEMPRESA “LAS AUTÉNTICAS”

CARGO: Operario

OBJETIVO: Elaborar y empaquetar las humitas, utilizando adecuadamente los recursos de la microempresa, enfocándose en contribuir para lograr los objetivos organizacionales y metas comunes.

FUNCIONES:

- Elaboración de humitas, garantizando la calidad e higiene en cada uno de los procesos.
- Mantenimiento y aseguración de las instalaciones de la microempresa.
- Limpieza de todos los implementos utilizados en la producción de humitas.
- Encargarse de que cada proceso de producción sea realizado a tiempo.
- Preparación de recursos e imprentas a utilizarse en la elaboración del producto.
- Evaluación de la calidad y buen estado de la materia prima.
- Colaboración en cada una de las decisiones tomadas por los superiores.

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS:

- **Título:** Tener título de bachiller
- **Edad:** De 18 años en adelante
- **Experiencia:** 1 año

N°	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Compromiso	Se refiere a que personalmente da confianza a los empleados y sociedad en cuanto a la elaboración y consumo de materia prima, insumos y por ende de los productos.	X		
2	Trabajo en equipo	Esta destreza permite coordinar las actividades con los colaboradores de la microempresa para poder alcanzar objetivos comunes de la misma.	X		
3	Flexibilidad	Esta habilidad le permite tener la capacidad para realizar varias tareas a la vez, de manera que se pueda hacer un uso óptimo de los recursos de la microempresa.	X		
4	Orden	Se refiere a que pueda mantener el orden en el área de producción con la finalidad que se realizase las tareas de una forma más eficiente y asegurar la higiene en cada uno de los procesos.	X		
5	Determinación	Esta habilidad permite trabajar con entusiasmo día a día y esforzarse continuamente por obtener los mejores resultados.	X		

6.7.2.5 Ventas



MICROEMPRESA “LAS AUTÉNTICAS”

CARGO: Vendedor

OBJETIVO: Planificar, organizar, registrar y dirigir la comercialización de las humitas empacadas al vacío con los intermediarios de la organización.

FUNCIONES:

- Realización del registro de ventas del producto.
- Elaboración de la lista de pedidos para entregar.
- Mantenimiento de contacto continuo con los intermediarios de la organización
- Elaboración de un inventario de productos para la venta
- Conducción del vehículo para realizar la entrega de los productos.
- Cobro de las entregas realizadas y depósito del dinero obtenido.
- Entrega a tiempo de los pedidos.
- Asesorar a los intermediarios con la información que ellos requieran.
- Integrarse a las actividades de promoción de la microempresa.
- Contribución a la solución de problemas entre la microempresa y los intermediarios

ANÁLISIS DEL PUESTO

REQUISITOS:

- **Título:** Conocimientos en ventas y conductos profesional
- **Edad:** De 18 años en adelante
- **Experiencia:** 1 año

N°	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Compromiso	Se refiere a que personalmente da confianza a los empleados y sociedad en cuanto a la entrega de los productos.	X		
2	Trabajo en equipo	Esta destreza permite coordinar las actividades con los colaboradores de la microempresa para poder alcanzar objetivos comunes de la misma.	X		
3	Flexibilidad	Esta habilidad le permite tener la capacidad para realizar varias tareas a la vez, de manera que se pueda hacer un uso óptimo de los recursos de la microempresa.	X		
4	Comunicación eficaz	Esta habilidad comunicativa es se trata de transmitir los mensajes claros de parte de la microempresa con los intermediarios, con la finalidad de establecer relaciones comerciales claras.	X		
5	Paciencia e insistencia	Esta destreza permite crear un buen vínculo con los clientes, demostrando interés necesario para cerrar de forma efectiva las negociaciones.	X		

6.8 Estructura legal

“Las Auténticas” es una microempresa de carácter familiar, conformada por tres miembros de la familia, esta microempresa tendrá un capital de 11.995,50 dólares, los tres miembros de la familia trabajarán en la misma, adicionalmente se contratará dos personas para trabajar en la planta. La microempresa familiar se sujetará a leyes y ordenanzas municipales y obligaciones tributarias.

ACTIVIDAD:

La Microempresa “Las Auténticas” se dedicará a la producción de humitas semi-industriales empacadas al vacío, las cuales se comercializarán mediante intermediarios como: supermercados, cafeterías y restaurantes de la ciudad de San Gabriel.

APORTACIÓN SOCIOS:

NÚMERO	NOMBRE DEL SOCIO	CÉDULA DE IDENTIDAD	APORTE (\$)
1	Pablo Aníbal Ortiz Cadena	100231490-2	4.725,00
2	Teresa Magdalena Molina Jiménez	171196658-8	4.770,50
3	Josseline Andrea Higuera Molina	040184352-9	2.500,00

DIRECCIÓN:

La microempresa “Las Auténticas” efectuaran sus operaciones de producción y comercialización de humitas empacadas al vacío en la Calle Colón y Rocafuerte, en el Barrio San Vicente de la Ciudad de San Gabriel.

CAPÍTULO VII

7 IMPACTOS

7.1 Presentación

En el desarrollo de este capítulo se identificará los posibles impactos en el ámbito económico, social, tecnológico, empresarial y ambiental que se pueden generar en cada una de las etapas del proceso productivo para cuantificarlos y cualificarlos. Al realizar la evaluación de los impactos tomando en cuenta diferentes aspectos se determinará si el impacto es positivo o negativo, en caso de que fuese el impacto negativo se podrá planificar actividades de prevención para poder reducir el impacto.

NIVEL DE IMPACTOS

Para poder realizar la evaluación de impactos es necesario establecer un rango determinado, el mismo que servirá para calificar cada uno de los impactos, se ha establecido los siguientes niveles

Cuadro N° 116: Nivel de impactos

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

Elaborado por: La autora

Para poder realizar la evaluación de cada uno de los proyectos se hará aplicación de la siguiente fórmula:

$$\textit{Nivel de Impacto} = \frac{\textit{Sumatoria total}}{\textit{Número de indicadores}}$$

7.2 Objetivos

7.2.1 Objetivo general

Identificar los posibles impactos que puedan generarse en el desarrollo del proyecto de producción y comercialización de humitas.

7.2.2 Objetivos específicos

- Cualificar y cuantificar los impactos identificados.
- Identificar el nivel de cada uno de los impactos.
- Elaborar una matriz para poder realizar el respectivo análisis de los impactos.
- Identificar las posibles alternativas para poder reducir los impactos negativos
- Establecer estrategias para poder aprovechar los impactos positivos

7.3 Análisis de impactos

7.3.1 Impacto económico

Cuadro N° 117: Impacto económico

		NIVEL DE IMPACTOS						TOTAL	
		(-3)	(-2)	(-1)	0	(+1)	(+2)		(+3)
INDICADORES	Nuevos tributos						X	2	
	Ingresos para los productores							X	3
	Ingresos para los intermediarios							X	3
	Estabilidad económica							X	3
TOTAL							2	9	11

Elaborado por: La autora

Fuente: Observación directa

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{11}{4}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 2.75$$

ANÁLISIS:

Al cuantificar los indicadores se ha determinado que el impacto económico es positivo ya que al poner en marcha este negocio, es necesario cumplir con las obligaciones tributarias tanto al GAD Municipal de Montúfar, como al Servicio de Rentas Internas, además los productores de maíz suave podrán comercializar los productos con la microempresa. Los intermediarios medio por el cual llegaremos al consumidor final también obtendrán ciertos beneficios. Al crear la microempresa se maximizará la actividad económica en la ciudad de San Gabriel.

7.3.2 Impacto social

Cuadro N° 118: Impacto social

		NIVEL DE IMPACTOS						TOTAL		
		(-3)	(-2)	(-1)	0	(+1)	(+2)		(+3)	
INDICADORES	Mejoramiento de la calidad de vida							X	3	
	Generación de empleos							X	2	
	Disminución de problemas sociales							X	3	
	Estabilidad laboral							X	2	
TOTAL								4	6	10

Elaborado por: La autora

Fuente: Observación directa

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{10}{4}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 2.50$$

ANÁLISIS:

En la matriz se puede notar que el impacto social es positivo, ya que con el desarrollo de las actividades de producción y comercial de las humitas, se tendrá ingresos seguros para los colaboradores, quienes mejoran sus ingresos y por ende la mejora de su calidad de vida. Además, la creación de la microempresa permite generar fuentes de trabajo en la ciudad de San Gabriel, ofreciendo excelentes condiciones laborales, para poder contribuir a la disminución de los índices de migración, delincuencia y entre otros problemas sociales.

7.3.3 Impacto tecnológico

Cuadro N° 119: Impacto tecnológico

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS							TOTAL	
	(-3)	(-2)	(-1)	0	(+1)	(+2)	(+3)		
Adquisición de nueva maquinaria					X			1	
Optimización de recursos						X		2	
Incremento de producción y comercialización							X	3	
Aseguramiento de higiene							X	3	
	TOTAL								9

Elaborado por: La autora

Fuente: Observación directa

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{9}{4}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 2.25$$

ANÁLISIS:

La microempresa “Las Auténticas” para la producción de humitas semi-industriales empacadas al vacío utilizará cierta maquinaria para desgranar los choclos y realizar el empacado al vacío con la finalidad de: producir en mayor escala, menores costos y una elaboración adecuada asegurando la higiene en cada uno de los procesos para garantizar y brindar una seguridad alimenticia a los consumidores. Por lo que se implementa manuales de seguridad y de higiene tanto para la producción como la comercialización, logrando un servicio de calidad ofreciendo un valor agregado en la elaboración de los alimentos.

7.3.4 Impacto empresarial

Cuadro N° 120: Impacto empresarial

	NIVEL DE IMPACTOS							TOTAL
	(-3)	(-2)	(-1)	0	(+1)	(+2)	(+3)	
INDICADORES	Liderazgo en el mercado					X		2
	Mejora de capacidad de inversión					X		2
	Mejora continua						X	3
TOTAL								7

Elaborado por: La autora

Fuente: Observación directa

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{7}{3}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 2.33$$

ANÁLISIS:

En impacto empresarial del proyecto es positivo ya que como se ofrecerá un producto que garantice la seguridad e higiene en cada uno de los procesos, ya que se obtendrá un registro sanitario, diferenciándonos de los demás productores de humitas, liderando entre ellos. Envista de que el producto tiene una gran aceptación en el mercado y está a un precio accesible para todos motiva a invertir en la idea del proyecto. De forma continua se buscará mejoras en el proceso productivo para poder ofrecer las humitas que satisfagan las necesidades y sobrepasen las expectativas de los consumidores.

7.3.5 Impacto ambiental

Cuadro N° 121: Impacto ambiental

		NIVEL DE IMPACTOS						TOTAL
		(-3)	(-2)	(-1)	0	(+1)	(+2)	
INDICADORES	Contaminación de suelo			X				1
	Contaminación de agua				X			0
	Contaminación de aire				X			0
	Manejo de desechos					X		1
TOTAL				1	0	1		2

Elaborado por: La autora

Fuente: Observación directa

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{2}{4}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 0.5$$

ANÁLISIS:

Tiene un impacto positivo bajo, en vista de que para la elaboración de las humitas no requiere de máquinas que emitan CO₂ u otros contaminantes del aire, en lo que respecta a otros desechos la microempresa obtendrá medidas de prevención para disminuir el impacto ambiental. En la ejecución del proyecto para ayudar a reducir la contaminación del aire y medio ambiente la microempresa obtendrá medidas de prevención utilizando focos ahorradores, Los materiales que se utilizarán para el empaqueo de los productos serán biodegradables y se tomará medida para no producir desechos que contaminen al medio ambiente.

7.4 Impacto general

Cuadro N° 122: Impacto general

IMPACTO	VALOR
Impacto Económico	2,75
Impacto Social	2,50
Impacto Tecnológico	2,25
Impacto Empresarial	2,33
Impacto Ambiental	0,50
Total	10,33
PROMEDIO	2,07

Elaborado por: La autora

Fuente: Cuadro N° 111-115

En el desarrollo de las actividades de producción y comercialización de humitas empacadas al vacío no se genera un impacto negativo, por lo tanto, en vista de que el proyecto no genera ninguna situación desfavorable para ningún sector es factible realizar el proyecto. Impactos negativos no se genera ninguno, pero el impacto positivo más bajo es el impacto ambiental, aunque es positivo es muy bajo por ello se tomará medidas para establecer acciones de prevención para el cuidado del medio ambiente.

7.5 Conclusión de impactos

Con el desarrollo de las actividades de producción y comercialización de la microempresa “Las Auténticas” no se genera ningún un impacto negativo alto que pueda afectar algún sector, de los impactos positivos que se generan el de mayor cuantificación es el impacto económico ya que al colocar la microempresa permitirá crear puestos de trabajo, además se intensificará la actividad comercial para los productores de choclo de la zona.

Conclusiones

Al terminar el estudio de factibilidad se llegó a las siguientes conclusiones:

- En la investigación de mercado aplicada en el diagnóstico situacional se ha determinado que algunas personas no consumen humitas en los diferentes locales porque no están seguras de que el proceso de elaboración cumpla con los debidos estándares de calidad e higiene.
- En el desarrollo del marco teórico se ha recolectado información de fuentes bibliográficas, páginas de internet, documentos científicos, la cual ha permitido ampliar el conocimiento y tener una dirección clara en el desarrollo del trabajo.
- En el estudio de mercado se ha identificado que existe un alto número de demanda potencial insatisfecha en cuanto al consumo de humitas, de esta manera la viabilidad del proyecto es una oportunidad para la microempresa desde el punto de vista del tamaño de mercado.
- Al realizar un análisis de la ubicación optima del proyecto se ha determinado que el proyecto puede operar en el Barrio San Vicente, calles Colón y Rocafuerte en la ciudad de San Gabriel, lugar que cumple las condiciones técnicas requeridas para el desarrollo del proyecto.
- Al realizar el análisis de cada uno de los indicadores financieros se ha demostrado la factibilidad del proyecto, ya que es rentable y tiene una buena liquidez. El Valor Actual Neto es mayor que cero, la tasa de rendimiento interno (TIR) calculada es superior a la tasa mínima de rentabilidad (TMR)

el proyecto resulta atractivo, la inversión se recupera antes de los cinco años.

- En el desarrollo de la estructura organizacional se ha establecido los requisitos para poder obtener los permisos correspondientes, cumpliendo con todas las obligaciones tributarias, normas de control y seguridad.
- Con el desarrollo de las actividades de producción y comercialización de la microempresa “Las Auténticas” no se genera ningún un impacto negativo alto que pueda afectar algún sector.

Recomendaciones

- Se recomienda a la Microempresa “Las Auténticas” que obtenga para la producción y comercialización de humitas empacadas al vacío obtenga un registro sanitario se garantice que cada uno de los procesos de elaboración de las humitas cuente con un alto nivel de higiene y seguridad alimenticia
- Se sugiere a tener presente en las bases teóricas ya así permitirá tener una base para la comprensión de la información y tomar decisiones con la clara comprensión del tema.
- Se recomienda la ejecución del proyecto ya que, en la ciudad de San Gabriel, existe un alto número de demanda potencial insatisfecha en cuanto al consumo de humitas, además la mayoría de consumidores aún no han satisfecho las necesidades ni han visto cumplidos sus expectativas.
- Se propone que el proyecto se ubique en el Barrio San Vicente, calles Colón y Rocafuerte en la ciudad de San Gabriel, ya que esa es la ubicación óptima del proyecto, debido a que se encuentra cerca del centro histórico de la ciudad de San Gabriel y tiene todos los factores a favor para el desarrollo de las actividades de producción y comercialización.
- Se sugiere la ejecución del proyecto ya que mediante los indicadores financieros se ha demostrado factibilidad del proyecto, es rentable con una buena liquidez. Además, la inversión se recupera antes de los cinco años.
- Se recomienda implementar la estructura organizacional propuesta en lo que se refiere a la microempresa para así poder alcanzar las metas propuestas

por la misma. Además, que se obtenga los permisos correspondientes, para así cumplir con las obligaciones tributarias, normas de control y seguridad.

- Se sugiere poner en marcha el proyecto ya en vista de que no afecta a ningún sector, con la ejecución del proyecto generará impactos positivos

Bibliografía

- Arauza, J. C. (2010). *Empacado de alimentos* . México: Trillas.
- Barroso Castro, C. (2013). *Economía de la empresa (2a. ed.)*. Madrid: Larousse - Ediciones Pirámide.
- Belmonte, A. V. (2013). *Marketing y plan de negocio de la microempresa*. Andalucía: IC.
- Chavarro, J. E. (2013). *Financiera NIIF*. Bogotá D.C.: Nueva Legislación Ltda.
- Córdoba Padilla, M. (2012). *Gestión financiera*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Cuatrecasas Arbós, L. (2012). *El producto: análisis de valor*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Dergal, S. B. (2012). *La ciencia de los alimentos en la práctica*. Naucalpan de Juárez: Pearson .
- Gillet Goinard, F. (2014). *La caja de herramientas: control de calidad*. México: Larousse - Grupo Editorial Patria.
- González Domínguez, F. J. (2015). *Fundamentos de economía de la empresa*. Madrid: Larousse - Ediciones Pirámide.
- Gutiérrez Aragón, Ó. (2013). *Fundamentos de administración de empresas*. Madrid: Larousse - Ediciones Pirámide.

- Gutiérrez, Ó. (2013). *Fundamentos de administración de empresas*. Madrid: Larousse - Ediciones Pirámide.
- Hernández Ortiz, M. J. (2014). *Administración de empresas (2a. ed.)*. Andalucía: Larousse - Ediciones Pirámide.
- Jacobs, R. B. (2014). *Administración de operaciones producción y cadena de suministros*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Jaén García, M. C. (2013). *Microeconomía básica*. Oviedo: Septem Ediciones.
- Martínez López, E. (2013). *Proyecto y viabilidad del negocio o microempresa: creación y gestión de microempresas*. Andalucía: IC Editorial.
- Martínez, B. (2012). *El manejo higiénico de los alimentos*. México: Limusa S.A.
- Meza Orozco, J. d. (2013). *Evaluación financiera de proyectos (SIL) (3a. ed.)*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Narvárez Pérez, Á. (2015). *La microempresa en el estado de Tabasco: México: propuesta de un modelo de visión integradora del mercadeo moderno (VIMM) para su creación y promoción*. La Habana: Editorial Universitaria.
- O'Kean, J. M. (2013). *Economía*. Madrid: McGraw-Hill España.
- Ortis Velásquez, M. J. (2014). *Marketing: conceptos y aplicaciones*. Bogotá: Universidad del Norte.
- Ortiz, G. (2012). *Las mejores recetas del mundo*. Colombia: Intermedio.

- Pérez Aguilera, F. (2013). *Manual creación y gestión de microempresas: planificación e iniciativa emprendedora en pequeños negocios o microempresas*. Madrid: CEP, S.L.
- Prieto Panadero, R. (2014). *Técnica contable: técnico en gestión administrativa*. Madrid: Editorial CEP, S.L.
- Sánchez Aguilar, J. S. (2013). *Actitud emprendedora y oportunidades de negocio: creación y gestión de microempresas (UF1818)*. Andalucía: IC Editorial.
- Sánchez Delgado, M. (2014). *Administración 1*. México: Larousse - Grupo Editorial Patria.
- Sangri Coral, A. (2014). *Introducción a la mercadotecnia*. Madrid: Larousse - Grupo Editorial Patria.
- Santesmases Mestre, M. M. (2013). *Fundamentos de marketing*. Madrid: Larousse - Ediciones Pirámide.
- Torres Dujisin, J. (2015). *Proyectos de negocios: método práctico para emprendedores*. Chile: Editorial Universidad de Santiago de Chile.
- Turiján Altamirano, T. (2012). *Manejo tradicional e innovación tecnológica en cultivo de maíz en San José Chiapa, Puebla*. . Mexico: Red Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas.
- Uribe, J. A. (2010). *Proyectos de inversión para las PYME*. Bogotá : Digiprint.

- Vargas Belmonte, A. (2013). *Marketing y plan de negocio de la microempresa (UF1820)*. Andalucía: IC Editorial.
- Vélez, G. A. (2013). *Proyectos; identificación, formulación, evaluación y gerencia*. Bogotá : Alfaomega Colombiana S.A.
- Vergara Cortina, N. (2012). *Marketing y comercialización internacional*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Linkografía

- ABC Color Digital. (24 de Marzo de 2015). *ABC Color*. Obtenido de www.abc.com.py
- GAD DE MONTÚFAR. (07 de Agosto de 2013). Obtenido de GAD DE MONTUFAR GOB: <http://www.gadmontufar.gob.ec/>
- Illescas, S. P. (26 de Agosto de 2013). *GestioPolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com>
- IMPORTANCIA.ORG. (01 de 11 de 2016). *Importancia una guía de ayuda*. Obtenido de <http://www.importancia.org/maiz.php>
- Luyo, J. L. (23 de Julio de 2013). *LinkedIn Corporation* . Obtenido de <http://es.slideshare.net/>
- Maldonado, F. (19 de Diciembre de 2015). *Cuida tu futuro*. Obtenido de <https://cuidatufuturo.com>
- ROBLES ROMAN, C. L. (02 de Diciembre de 2012). *RED TERCER MILENIO S.C.* Obtenido de <http://www.upg.mx>
- SRI. (04 de Noviembre de 2016). *sri.gob.ec*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/guias-tributarias>
- THE WORLD'S LARGEST FITNESS COMMUNITY. (Enero de 2016). *myfitnesspal*. Obtenido de <http://www.myfitnesspal.com>

ANEXOS

Anexos

Anexo N° A: Encuesta a intermediarios



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

ENCUESTA APLICADA A PROPIETARIOS DE RESTAURANTES, SUPERMERCADOS Y CAFETERÍAS

Objetivo: El objetivo de la presente encuesta es obtener información acerca de la comercialización de humitas empacadas al vacío en la ciudad de San Gabriel.

Instrucciones: Lea detenidamente las siguientes preguntas y marque con una x la respuesta que crea conveniente.

1. ¿Qué tipo de actividad tiene su empresa?

Restaurante	
Hotel – restaurante	
Supermercado	
Minimarket/tiendas	
Cafetería/Heladería	
Kiosco/huecas	
Otro	

2. ¿Comercializa en su negocio entremeses (quimbolitos, humitas)

Si	
No	

3. ¿Conoce alguna microempresa constituida dedicada a la producción y comercialización de humitas empacadas al vacío en la ciudad de San Gabriel?

Si	
No	

4. ¿Le gustaría encontrar una microempresa que produzca y comercialice humitas empacadas al vacío?

Muy de acuerdo	
De acuerdo	
En desacuerdo	

5. ¿Estaría dispuesto a adquirir humitas empacadas al vacío para comercializarlos en su negocio?

Si	
No	

6. ¿En qué sector le gustaría esté situado el punto de distribución?

Parque González Suárez	
Mercado Central	
Plaza José Peralta	
Mercado San José	
Mercado Amazonas	

7. ¿Cómo le gustaría abastecerse de la mercadería?

Al por mayor	
Al por menor	
Otro	

8. ¿Qué estrategias de venta utiliza para atraer para atraer más clientes?

Promociones	
Descuentos	
Otros	

9. ¿Cuántas humitas le gustaría que cuente un paquete?

Dos humitas	
Tres humitas	
Cinco humitas	

10. Si usted estuviera dispuesto a abastecerse nuestros productos quincenalmente, ¿Cuáles serían las condiciones de pago más favorables para su negocio o empresa?

Pago antes de entrega	
Pago simultaneo a la entrega	
Pago después de la entrega	

11. ¿Qué forma de negociación comercial, le gustaría tener con nuestra microempresa?

Relación directa	
Agentes de venta	

Gracias por su colaboración...

Anexo N° B: Encuesta a familias



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL
ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FAMILIAS**

Objetivo: El objetivo de la presente encuesta es obtener información acerca de la crea conveniente comercialización de humitas empacadas al vacío en la ciudad de San Gabriel.

Instrucciones: Lea detenidamente las siguientes preguntas y marque con una x la respuesta que.

Cuestionario:

1. ¿Consumen entremeses (humitas – quimbolitos, empanadas, etc.) fuera de su hogar?

Si	<input type="checkbox"/>	
No	<input type="checkbox"/>	Razón <input type="text"/>

2. ¿Qué opina de las humitas?

Me encanta	<input type="checkbox"/>
Me gusta	<input type="checkbox"/>
No me gusta	<input type="checkbox"/>
No he probado	<input type="checkbox"/>

3. ¿El consumo de humitas en su familia es una tradición heredada de padres a hijos?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

4. ¿Estaria dispuesto a comprar humitas empacadas al vacío y así tener una mayor seguridad e higiene en los productos?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

5. ¿Cuánto pagaría por una bandeja de 5 unidades de humitas?

3,50	<input type="checkbox"/>
4,00	<input type="checkbox"/>
4,50	<input type="checkbox"/>

6. ¿Con qué frecuencia compraría nuestras humitas?

1 vez a la semana.	<input type="checkbox"/>
2 veces a la semana.	<input type="checkbox"/>
1 vez al mes	<input type="checkbox"/>
2 veces al mes	<input type="checkbox"/>

7. En cada ocasión, ¿cuántas bandejas de 5 humitas compraría?

1 bandeja	<input type="checkbox"/>
2 bandejas	<input type="checkbox"/>
3 a 5 bandejas	<input type="checkbox"/>
6 bandejas o más	<input type="checkbox"/>

8. Usted compra de acuerdo a:

Motivaciones alimenticias	<input type="checkbox"/>
Antojos	<input type="checkbox"/>
Promociones	<input type="checkbox"/>

9. ¿Dónde le gustaría adquirir nuestras humitas?

Restaurante	<input type="checkbox"/>
Hotel – restaurante	<input type="checkbox"/>
Supermercado	<input type="checkbox"/>
Minimarkets/tiendas	<input type="checkbox"/>
Cafetería/Heladería	<input type="checkbox"/>
Kiosco	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

10. En qué lugar de preferencia colocaría usted a cada uno de estos alimentos, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.

Bolones	<input type="checkbox"/>
Empanadas	<input type="checkbox"/>
Humitas	<input type="checkbox"/>
Quimbolitos	<input type="checkbox"/>
Sánduche caliente	<input type="checkbox"/>

DATOS TÉCNICOS:
 Género: F () M ()
 Edad: 16-20 () 21-25 () 26-30 () 31-35 ()
 36-40 () más de 40 ()

Gracias por su colaboración...

Anexo N° C: Entrevista dirigida a un funcionario del GAD MUNICIPAL DE MONTÚFAR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

ENTREVISTA DIRIGIDA A UN FUNCIONARIO DEL GAD MUNICIPAL DE MONTÚFAR

1. ¿En qué forma el GAD DE MONTÚFAR Municipio promueve el avance micro empresarial del Cantón?

.....
.....
.....

2. ¿Existen políticas que regulen esta área?

.....
.....
.....

3. ¿Cuáles son los requisitos legales para la formación y funcionamiento de una microempresa?

.....
.....
.....
.....

4. ¿Cuál es el sector micro empresarial que ha sobresalido en los últimos años?

.....
.....

5. ¿Existen algunas políticas, planificaciones en su administración, que influyera en las decisiones de las microempresas, como al manejo de desechos y o contaminación ambiental?

.....
.....

6. ¿En qué forma el municipio promovería la creación de una microempresa de humitas empacadas?

.....
.....

Anexo N° D: Entrevista dirigida a productores de humitas en la ciudad de San Gabriel



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE HUMITAS EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL

1. **¿Cuánto tiempo usted se ha dedicado a la elaboración de humitas?**

.....

2. **¿Cómo usted aprendió la receta de elaboración de las humitas?**

.....

3. **¿De qué sabor de humitas vende en mayor cantidad?**

Sal	
Dulce	
Sal y dulce	

4. **Actualmente ¿Cuál es el valor de su inversión en la elaboración de humitas?**

.....

5. **¿Cuántas humitas produce diariamente?**

.....

6. **¿A qué dificultades se enfrentó al momento de iniciar su negocio?**

.....

7. **¿Cuáles son sus clientes potenciales?**

Restaurante	
Hotel – restaurante	
Supermercado	
Minimarkets/tiendas	
Cafetería/Heladería	
Kiosco	
Otro	

8. **¿Qué canal de distribución para las humitas usted utiliza?**

.....

9. **¿Cómo calificaría usted al personal que le colabora en la elaboración de las humitas?**

Experiencia.....

Conocimiento.....

Leyes de contratación

Anexo N° E: Patente Municipal

GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN MONTÚFAR															
		PATENTE OFICINA DE RENTAS													
		Nº 0008581													
<p>De conformidad con el Título IX, Capítulo III, Sección Novena del COOTAD, en sus artículos 546 al 551; la Ordenanza aprobada el 26 de mayo del 2011, publicada en el Registro Oficial N° 536 del 16 de Septiembre del 2011, se emite la presente Patente.</p>															
REGISTRO	AÑO	CED. o R.U.C.													
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;">NOMBRES</td> <td colspan="3"></td> </tr> <tr> <td>DIRECCIÓN</td> <td colspan="3"></td> </tr> <tr> <td>R. SOCIAL</td> <td>ACT. ECON.</td> <td colspan="2"></td> </tr> </table>				NOMBRES				DIRECCIÓN				R. SOCIAL	ACT. ECON.		
NOMBRES															
DIRECCIÓN															
R. SOCIAL	ACT. ECON.														
CONCEPTO	VALOR	CONCEPTO	VALOR												
PATENTE ANUAL		INTERES													
SERVICIOS ADM.		TOTAL A PAGAR													
MONTUFAR															
DIRECCIÓN FINANCIERA	JEFE DE RENTAS	RECAUDADOR (A)													

FEGCO-ORIGINAL, COPIA DELETE

PROFORMAS

Proforma N° A: Cuñas en radio horizonte



San Gabriel, 04 de diciembre del 2016

Señorita
Josseline Higuera
Presente:

De mis consideraciones -

Radio Horizonte desde hace 7 años presta sus servicios a la comunidad con una amplia acogida de la comunidad de la Región Norte del País, llegamos al corazón de la población de los sectores de las Parroquias de Julio Andrade, Piote, Santa Martha de Cuba del Cantón Tulcán, la Ciudad de Huaca con su Parroquia la Mariscal, todo el Cantón Montúfar, Cantón Bolívar y ciertos sectores de la Provincia de Imbabura teniendo una excelente acogida en el Cantón Pimampiro.

Iniciamos a transmitir a las 4.00 hasta las 22 horas de lunes a domingo, nuestra programación es variada dirigida a los actores productivos de todos los sectores a los cuales llegamos con nuestra señal en la frecuencia 106.5 FM.

Contamos con equipos modernos tanto en nuestra planta de transmisión como en los estudios de radio Horizonte y lo más fundamental con un gran equipo humano que dirige las diferentes programaciones diarias teniendo una gran acogida por la audiencia.

Disponemos de una Página Web (www.radiohorizonte.com.ec) en la cual se puede escuchar nuestra señal a través del internet en cualquier parte de nuestro país y del mundo.

Presento a continuación la siguiente propuesta económica para que sea analizada estamos dispuestos a llegar a acuerdos mediante el dialogo de haber cualquier inconveniente nos gustaría servirles y tenerlos como nuestro cliente como lo hacen muchas empresas de todos los sectores quienes confían en nuestro profesionalismo y seriedad.

PLAN 1	5 CUÑAS DE 20" A 60"	HORARIO ROTATIVO DE LUNES A VIERNES	50 USD POR MES
PLAN 2	10 CUÑAS DE 20" A 60"	HORARIO ROTATIVO DE LUNES A DOMINGO	100 USD POR MES
PLAN 3	15 CUÑAS DE 20" A 60"	HORARIO ROTATIVO DE LUNES A DOMINGO	150 USD POR MES

Nota: Estos precios no incluyen el IVA.

Atentamente,

Marco Pozo Enriquez
GERENTE RADIO HORIZONTE

Proforma N° B: Informe de avaluo del terreno

COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO "TULCAN" LIMITADA					CLIENTE #:
INFORME DE AVALUO					61835
1.- DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE					
Nombre Solicitante: Pablo Ortiz		Nombre del Propietario: Carlos Ignacio Acosta y Jady Yolanda Ruiz Molina		Fecha Inspección: 06-Dic-06 ✓	
1.1.- LOCALIZACIÓN DEL INMUEBLE					
PROVINCIA Carchi	CANTON Montúfar	PARROQUIA González Suárez	SECTOR Urbano	BARRIO Santa Clara	CALLES: Colón y Rocafuerte
1.2.- LINDEROS DEL INMUEBLE. (MTS.)			1.3.- INFRAESTRUCTURA DEL SECTOR.		
Norte: 23.00 m.	Sra. Clemencia Vaca		Agua Potable:	PUBLICA	LOTE
Sur: 23.00 m.	Carlos Padilla		Alcantarillado:	si	si
Este: 22.00 m.	Prop. De José Morillo		Luz Eléctrica:	si	no
Oeste: 22.00 m.	Prolongación de calle Colón		Red Telefónica:	no	no
			Bordillos:	no	no
			Acera:	no	no
			Vía de Acceso.	si	Tierra
1.4.- EQUIPAMIENTO URBANO					
ESCUELA si	COLEGIO si	HOSPITAL si	MERCADO si	TRANSPORTE si	
1.5.- TIPO DE ZONA					
RESIDENCIAL X	COMERCIAL	INDUSTRIAL	AGRICOLA / GANADERA		
1.6.- ANTECEDENTES LEGALES					
Fecha de Protocolización: 25 de Mayo de 1983	NOTARÍA No Carlos Oña	CANTÓN Montúfar	PROVINCIA Carchi	FECHA DE INSCRIPCIÓN 30 de Mayo de 1983	
GRAVAMENES.		Ninguno			
2.- POSIBILIDAD COMERCIAL DEL BIEN INMUEBLE					
OPTIMO	MUY BUENO	BUENO X	REGULAR	MALO	EDAD DE LA CONSTRUCCIÓN 15 años aprox.
OBSERVACIONES Y ESTADO ACTUAL DEL INMUEBLE: Construcción de dos plantas, deteriorada y poco habitable./ Falta mantenimiento y acabados./					
3.- FORMA DE OCUPACIÓN DEL INMUEBLE					
RESIDENCIAL X	COMERCIAL	INDUSTRIAL	AGRICOLA		
OTROS; OBSERVACIONES.- Sirve como residencia exclusivamente./ tiene huerto familiar./					
4.- VALORES DE LA PROPIEDAD					
NATURAL	CULTURAL	CIENTIFICO	NINGUNO X		
OBSERVACIONES:		Ninguno			
5.- ENTORNO ECOLÓGICO. (RIESGOS)					
DESCRIPCIÓN: - Sector en desarrollo, consolidado en un 70%./					


PERITO AVALUADOR
 Ing. Luis Fernando Fuentes
 L.P. 01.04.0098
 PA - 2002 - 059

6.- CARACTERÍSTICAS DE LAS CONSTRUCCIONES

DESCRIPCIÓN	CONSTRUCCIÓN # 1	CONSTRUCCIÓN # 2	CONSTRUCCIÓN # 3
DETALLE DEL RUBRO	Casa de Habitación de 2 P		
ESTRUCTURA	Hormigón armado		
FUNDAMENTACIÓN	Hormigón armado		
CUBIERTA	Losa		
REDES	Ladrillo, enlucido, blanqueado		
PISOS	1/2 duela, cementados, baldosa		
ENTREPISOS	Losa		
CIELO RASO	Champeado		
VENTANAS	Hierro		
PUERTAS	Madera de 4ta./		
BAÑOS	1 Funcionando		
MUEBLES INCORPORADOS	Mesón en cocina		
INSTALACIONES ELECTRICAS	Normales		
INSTALACIONES SANITARIAS	Normales		
INSTALACIONES ESPECIALES			
ENLUCIDOS INTERIORES	Blanqueados		
ENLUCIDOS EXTERIORES	Blanqueados		
CATEGORIA CALIFICADA	Tercera		

7.- CARACTERÍSTICAS DEL TERRENO

PATIO:	CERRAMIENTO:	FORMA:	TOPOGRAFIA:
Tierra	Alambrado	Rectangular	Inclinado
CATEGORIA CALIFICADA	Residencial de Cuarta Categoría		

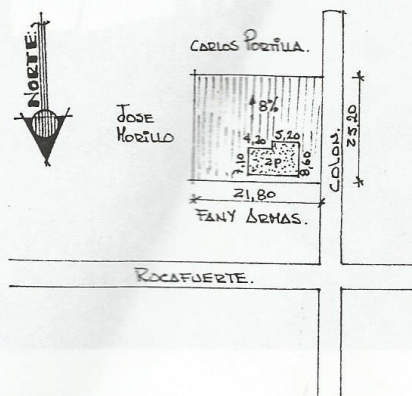
8.- VALOR ECONOMICO DEL BIEN INMUEBLE.

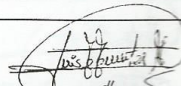
RUBRO	AREA (M2.)	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
TERRENO	506.00	\$ 8.00	\$ 4,048.00
CONSTRUCCIÓN # 1	150.00	\$ 80.00	\$ 12,000.00
CONSTRUCCIÓN # 2			\$ -
CONSTRUCCIÓN # 3			\$ -
CONSTRUCCIÓN # 4			\$ -
OTROS			\$ -
TOTAL =			\$ 16,048.00

OBSERVACIONES:


- Area tomada de escrituras./
- Sector en desarrollo, consolidado en un 70%./
- Construcción deteriorada, falta mantenimiento./
- Buena Posibilidad Comercial./
- Casa no habitada./

GRAFICO SIN ESCALA:




PERITO AVALUADOR
Ing. Luis Fernando Fuentes
 L.P. 01.04.0098
 PA - 2002 - 059

Proforma N° C: Precios de materia prima



Bastidas Hernandez Fausto German
Dir Matriz: COLON 04-78 Y LOS ANDES
Dir Sucursal: COLON 04-78 Y LOS ANDES
Contribuyente Especial Nro 1124
OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD: SI


R.U.C.: 0400878468001

FACTURA

No. 001-018-000204343

NÚMERO DE AUTORIZACIÓN:
1701201701040087846800120010180002043430020434311

AMBIENTE: PRODUCCION
EMISIÓN: NORMAL

CLAVE DE ACCESO:

1701201701040087846800120010180002043430020434311

Razón Social / Nombres y Apellidos: Molins Jimenez Teresa Magdalena Identificación: 171198568

Fecha Emisión: 17/01/2017 Guía Ramial:


Cod. Principal	Cod. Auxiliar	Cant	Descripción	Detalle Adicional	Detalle Adicional	Detalle Adicional	Precio Unitario	Descuento	Precio Total
488	A_488_2	8.00	Har.Al Pan*50kg	LIBRAS	IVA N		0.3500	0.00	2.80
383	A_383_2	1.00	Avana Gramel	LIBRAS	IVA N		0.3700	0.00	0.37
575	LO2675	1.00	Levadura Onza	ONZAS	IVA N		0.3158	0.00	0.32
1809	A_1809_14	8.00	Huevos Selecto#2	UNIDAD	IVA N		0.1200	0.00	0.96
884	ron884	1.00	Royal Onza	UNIDAD	IVA S		0.1754	0.00	0.18
7352	7881175500022	1.00	Serv.Elit Pr.Extra*100u	UNIDAD	IVA S		0.3070	0.00	0.31
8742	7702010225260	1.00	Klin Fabul Lvnda Sach*100cm	UNIDAD	IVA S		0.3421	0.00	0.34
11388	7702010282553	1.00	Suevitel Arma/Manza/Frt/Ro*110ml	UNIDAD	IVA S		0.3850	0.00	0.39
10368	7881175500783	1.00	Ph.Elite Extra*4	UNIDAD	IVA S		0.7281	0.00	0.73
11837	7881008004484	1.00	Estrella Lava Live*450g	UNIDAD	IVA S		0.9912	0.00	0.99
812	7881009910300	1.00	Apenadura Gril*500g	UNIDAD	IVA N		1.2500	0.00	1.25
10500	7881024820325	1.00	Ch-Balce Piza/Renov*8it	UNIDAD	IVA S		1.4298	0.00	1.43
1045	7881002513133	1.00	Ac.Palm O.Fu*1it	UNIDAD	IVA N		1.5000	0.00	1.50
12016	78834138	1.00	Deso.Rex.Fol.Avilba/Men*50g	UNIDAD	IVA S		1.9737	0.00	1.97
1581	QAG1581	2.00	Queso Amasado Grande	UNIDAD	IVA N		2.0000	0.00	4.00

Información Adicional


Dirección San Gabriel
magy71molina@gmail.com

SUBTOTAL 14 %	8.85
SUBTOTAL 0 %	10.96
SUBTOTAL No objeto de IVA	0.00
SUBTOTAL Exento de IVA	0.00
SUBTOTAL SIN IMPUESTOS	17.81
TOTAL Descuento	0.00
ICE	0.00
IVA 14 %	0.93
IRBPNR	0.00
PROPIVA	0.00
VALOR TOTAL	18.54

Forma de Pago	Total	Plazo	Tiempo
SIN UTILIZACION DEL SISTEMA FINANCIERO	18.54	0	Dias



Página 1 de 1



Proforma N° D: Precio de la selladora al vacío



Dir.: Av. Galo Plaza Lasso N62-65 entre Sabanilla y Nazaret,
Quito - Ecuador

Teléfono: +593 (2) 3464166 / 3465396

Celular: 0983 504 688 / 0983 037 340

Email: ventas@coara.com.ec

PROFORMA

Cliente: Josseline Higuera

Fecha: 04 de diciembre del 2016

RUC: 0401843529

Dirección: San Gabriel

Tel. 0986413502

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR U	VALOR TOTAL
1	SELLADORA AL VACÍO dz 400 2s-c	1.200,00	1.200,00
		SUB TOTAL	1.032,00
		14% IVA	168,00
		TOTAL	1.200,00

VENTAS

CERTIFICADOS DE SOCIOS




Yo **Pablo Anibal Ortiz Cadena**, futuro socio de la Microempresa “Las Auténticas” portador de la cédula de ciudadanía N° **100231490-2**

CONFIRMO QUE:

Cuando se ponga en marcha la creación de la Microempresa “Las Auténticas” que se dedicará a la producción y comercialización de humitas empacadas al vacío, pondré a disposición 67,5 m² de terreno avaluado en 4.725,00 dólares, el cual está ubicado en las calles Colón y Rocafuerte en la ciudad de San Gabriel, el mismo que estará disponible para realizar la construcción de las instalaciones para la futura microempresa.

San Gabriel, 04 de febrero de 2017



Sr. **Pablo Ortiz Cadena**
C.I. **100231490-2**



MICROEMPRESA “LAS AUTÉNTICAS”

Yo Teresa Magdalena Molina Jiménez, futura socia de la Microempresa “Las Auténticas” portadora de la cédula de ciudadanía N° 171196658-8

CONFIRMO QUE:

Cuando se ponga en marcha la creación de la Microempresa “Las Auténticas” que se dedicará a la producción y comercialización de humitas empacadas al vacío, pondré a disposición: maquinaria, herramientas e implementos de producción avaluado en un monto de 1.770,50 dólares, además, tengo en disponibilidad 3.000 dólares para realizar la portación en calidad de socia.

San Gabriel, 04 de febrero de 2017

Sra. Teresa Molina Jiménez

C.I. 17119658-8