



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA INDUSTRIALIZADORA Y COMERCIALIZADORA DE PAPAS CHIPS EN EL CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI.

AUTORES: Rodrigo Luna.

Gabriela Vaca

DIRECTOR: DR. FAUSTO LIMA.

Ibarra, abril del 2011



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO		
CÉDULA DE IDENTIDAD:	172098104-0 / 040164873-8	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Vaca Cabascango Gabriela Edith Luna Chulde Rodrigo Leonardo	
DIRECCIÓN:	Carchi – San Gabriel	
EMAIL:	gabylokus@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:	220200	TELÉFONO MÓVIL 098213224

DATOS DE CONTACTO	
TÍTULO:	Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa industrializadora y comercializadora de papas chips en el cantón Montufar, provincia del Carchi
AUTOR (ES):	Gabriela Vaca, Rodrigo Luna
FECHA:	Abril del 2011
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	X PREGRADO POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniero Comercial
ASESOR /DIRECTOR:	Dr. Fausto Lima

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotros: Gabriela Vaca con cédula de identidad 172098104-0 y Rodrigo Luna, con cédula de identidad Nro. 040164873-8, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Nosotros: Gabriela Vaca, con cédula de identidad Nro. 172098104-0 y Rodrigo Luna, con cédula de identidad Nro.040164873-8, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 Y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA INDUSTRIALIZADORA Y COMERCIALIZADORA DE PAPAS CHIPS EN EL CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”** que ha sido desarrollado para optar por el título de: INGENIERO COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma)
Nombres: Gabriela Vaca
Cédula: 172098104-0

(Firma)
Nombres: Rodrigo Luna
Cédula: 040164873-8

Ibarra. Abril del 2011

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, Abril del 2011

LOS AUTORES:

(Firma)
Nombres: Gabriela Vaca
Cédula: 172098104-0

(Firma)
Nombres: Rodrigo Luna
Cédula: 040164873-8

ACEPTACIÓN:

(Firma)

Nombre:

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DECLARACIÓN

NOSOTROS: GABRIELA VACA Y RODRIGO LUNA DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE EL TRABAJO AQUÍ DESCRITO ES DE NUESTRA AUTORÍA; QUE NO HA SIDO PRESENTADO PREVIAMENTE PARA NINGÚN GRADO NI CALIFICACIÓN PROFESIONAL; Y QUE HEMOS CONSULTADO LAS REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS QUE SE INCLUYEN EN ESTE DOCUMENTO

Gabriela Vaca Rodrigo Luna

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Dr. Fausto Lima

En calidad de director de la tesis titulada “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA INDUSTRIALIZADORA Y PROCESADORA DE PAPAS CHIPS EN EL CANTÓN MONTUFAR, PROVINCIA DEL CARCHI” de los señores estudiantes de ingeniería comercial de la Escuela de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte, considero que el presente informe de investigación reúne todos los requisitos para ser sometido a la evaluación del jurado examinador que el Honorable Consejo Directivo de la Facultad designe.

Ibarra, octubre del 2010

Doctor Fausto Lima

AGRADECIMIENTO

A nuestros padres quienes con su apoyo incondicional supieron aconsejarnos para lograr finalizar nuestros estudios,

A nuestros maestros quienes supieron guiarnos de manera sabia sembrando en nosotros la semilla del saber.

DEDICATORIA

*E*ste trabajo va dedicado con mucho amor a quien es la inspiración de nuestras vidas, a nuestra hija:

EDITH ALEJANDRA

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación se titula Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa industrializadora y comercializadora de papa en el cantón Montufar, provincia del Carchi, el mismo cuenta con siete capítulos:

En el primer capítulo se realizó un Diagnóstico situacional para determinar la factibilidad de la creación de esta microempresa, en este se elaboraron encuestas a los comercializadores de papas chips en el cantón, también se hicieron entrevistas a entidades como Municipio de Montufar, Entidades Financieras, Ministerio del Ambiente, determinando así los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.

El segundo capítulo presenta las Bases Teóricas Científicas necesarias para el normal desarrollo del proyecto a ejecutar, como definición de Empresario, Microempresario y sus características, lo referente a lo que es una Microempresa, fuentes de financiamiento y requisitos, finalmente se mencionan las bases contables, económicas y financieras en las cuales se da a conocer los conceptos necesarios como el significado de Contabilidad de Costos, Tasa Interna de Retorno, Valor Actual Neto.

En el tercer capítulo se realizó un estudio de mercado para saber la aceptación de nuestro producto en nuestros potenciales clientes, se determinó la oferta y demanda, así como también se presenta el resultado de las encuestas realizadas.

El cuarto capítulo analiza el Estudio Técnico e Ingeniería del Proyecto en el cual se determinó la macro y micro localización, tamaño del proyecto, demanda insatisfecha, distribución física de la planta, características físicas y de estructura del proyecto

En el quinto capítulo se desarrolló la Evaluación Económica y Financiera en el cual se determinaron evaluadores como la TIR, VAN, Tasa de Rendimiento Costos Beneficio y Recuperación de la Inversión.

El sexto capítulo es la Gestión Administrativa del Proyecto, en este capítulo se tomó en cuenta aspectos como: misión, visión, organigrama y manual de funciones.

Finalmente el séptimo capítulo demuestra los posibles impactos que afectarán al desarrollo de nuestro proyecto.

LOS AUTORES

EXECUTIVE SUMMARY

This research project is titled Feasibility Study for the creation of a micro-manufacturer and trader of potato in the canton Montufar, Carchi province, it has seven chapters:

In the first chapter was a situational analysis to determine the feasibility of the creation of the micro, this was developed polls marketers potato chips in the canton, interviews were also made to entities such as City of Montufar, Financial Institutions, Ministry Environment, thereby determining the Allies, Opponents, Opportunities and Risks.

The second chapter presents the theoretical bases Scientific necessary for normal development of the project to run, as the definition of entrepreneur, entrepreneurs and their characteristics, as regards what is a micro business, funding sources and requirements, they finally mention the accounting basis economic and financial which has given the necessary concepts and learn the meaning of Cost Accounting, Internal Rate of Return, Net Present Value.

In the third chapter was conducted a market study to find acceptance for our product from our potential customers, it was determined supply and demand, as well as presents the results of surveys.

The fourth chapter examines the Engineering and Technical Study Project in which we determined the macro and micro location, project size, unmet demand, physical layout of the plant, physical characteristics and project structure

In the fifth chapter Economic Development and Financial Assessment in which evaluators identified as IRR, NPV, Benefit Cost Rate of Return and Return on Investment.

The sixth chapter is the Administrative Management of the Project, this chapter was taken into account aspects such as mission, vision, organization and functions manual.

Finally the seventh chapter shows the possible impacts that affect the development of our project.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL:

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de ropa de bebé en el cantón Cayambe, provincia Pichincha.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Realizar un diagnóstico situacional para determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.
- Determinar las bases teóricas y científicas que están implícitas en el proyecto.
- Elaborar un estudio de mercado para identificar la oferta y la demanda de papas chips.
- Efectuar el estudio técnico e ingeniería del proyecto para considerar los elementos técnicos relacionados con el mismo.
- Evaluar económica y financieramente al proyecto para comprobar su factibilidad.
- Plantear la estructura organizacional de la microempresa que permita la adecuada gestión administrativa.
- Analizar los posibles impactos que provocará el proyecto en su etapa de implantación, en los aspectos socio – económico, educativo, empresarial, comercial, ético y ambiental.

ÍNDICE

IDENTIFICACIÒN DE LA OBRA	I
CESIÒN DE DERECHOS DE AUTOR	II
CONSTANCIAS	III
DECLARACIÒN	IV
ACEPTACIÒN DEL DIRECTOR	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
RESUMEN EJECUTIVO	VIII
OBJETIVOS DEL PROYECTO	IX
CAPÍTULO I	
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL EXTERNO	
1.1 ANTECEDENTES	1
1.2 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	
1.2.1 OBJETIVO GENERAL	2
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
1.3 VARIABLES E INDICADORES	
1.4 MATRIZ DE RELACIÒN	3
1.5 OPERATIVIZACIÒN DEL DIAGNÓSTICO	4
1.5.1 Identificaciòn de la poblaciòn	6
1.5.1.1 Fòrmula de la Muestra	
1.5.2 Tècnicas de Procedimientos y Anàlisis de datos	
1.5.2.1 Tècnicas de Procesamiento de Datos	7
1.5.2.2 Anàlisis de Datos	
1.5.3 Diseño de instrumentos	
1.5.3.1 Informaciòn Primaria	
1.5.3.2 Informaciòn Secundaria	
1.6 EVALUACIÒN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÒN	8
1.6.1 Encuestas aplicadas a comercializadores	
1.6.2 . Entrevista dirigida al Ilustre Municipio de Montufar	
1.6.3 Entrevista al Ministerio del Ambiente	17
1.6.4 Entrevista al Sector Financiero	18
1.7 ALIADOS Y RIESGOS	
1.8. IDENTIFICACIÒN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO	19
	21
CAPÍTULO II	
2. BASES TEÓRICAS - CIENTÍFICAS	
2.1.- EL EMPRESARIO	22
2.1.1.- DEFINICIÒN	
2.1.2.- CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO	
2.1.3.- RECOMPENSAS DEL EMPRESARIADO	23
2.1.4.- DESVENTAJAS DE SER EMPRESARIO	24
2.1.4.1.- Sacrificio Personal	
2.1.4.2.- Carga de Responsabilidad	25

2.2.- LA MICROEMPRESA	
2.2. DEFINICIÓN	26
2.2.2.- FUENTES DE FINANCIAMIENTO DE LA MICROEMPRESA	
2.2.2.1.- Inversionistas Individuales	28
2.2.2.2.- Ahorros Personales	
2.2.2.3.- Amigos y Parientes	
2.2.2.4.- Otros inversionistas individuales	29
2.2.2.5.- Financiación Propia	
2.2.2.6.- Bancos Comerciales	
2.2.2.7.- Otras Fuentes de Financiamiento	
2.2.3 DIFERENCIA ENTRE LA MICROEMPRESA Y LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA	30
2.2.4.- LA MICROEMPRESA EN EL CANTÓN MONTUFAR	31
2.2.4.1.- Origen de la Microempresa en Montufar	
2.2.4.2 - Importancia de la Microempresa en el cantón Montufar	32
2.2.4.3.- Ubicación	
2.2.5.- REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UNA MICROEMPRESA	
2.2.5.1.- El Registro Único De Contribuyentes (RUC)	33
2.2.5.2 .-Patente Municipal	
2.2.5.3.- Seguro	
2.2.5.4 Licencia Sanitaria de venta	34
2.3 MICROEMPRESA PROCESADORA DE PAPA	
2.3.1 ORIGEN DE LA PAPA	
2.3.2 PROCESO DE CULTIVO	
2.3.2.5 Plagas y enfermedades	35
2.3.2.6 Cosecha	37
2.3.2.7 Almacenamiento	
2.3.3 PROCESAMIENTO DE LA PAPA	
2.3.3.1 Materia prima e insumos	38
2.3.3.2. Equipos y Materiales	
Materiales	
2.3.4. El Proceso de Elaboración	
2.3.4.1. Pesado, pelado y lavado	39
2.3.4.2. Precocción, Secamiento, rectificado y trozado	
2.3.4.3. Secado	40
2.3.4.5. Empacado y sellado	
2.4 COMERCIALIZACIÓN	
2.4.1 ESTRATEGIAS	41
2.5 BASES CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS	
2.5.1 CONTABILIDAD DE COSTOS	
2.4.1.1 Definición	42
2.5.1 OFERTA	

2.4.2.1 Definición	43
2.5.3 DEMANDA	
2.4.3.1 Definición	44
2.5.4 TASA INTERNA DE RETORNO	
2.4.4.1 Definición	46
2.5.5 VALOR ACTUAL NETO	
2.4.5.1 Definición	
CAPÍTULO III	
3. ESTUDIO DE MERCADO	47
3.1 PRESENTACIÓN	48
3.1.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	
3.1.2.1 OBJETIVO GENERAL	
3.1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICO	49
3.1.3 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE	51
3.1.3.1 PRODUCTO EXISTENTE	52
3.1.3.2 DEMANDA	55
3.1.3.3 OFERTA	58
3.1.3.4 PRECIOS	55
3.1.3.5 PROVEEDORES	
3.1.3.6 PRODUCTO A OFRECER	59
3.1.3.7 RESULTADOS	61
3.1.3.8 EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	68
3.1.3.9 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	
CAPÍTULO IV	
4. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO	69
4.1 ESTUDIO TÉCNICO	
4.1.1 LOCALIZACIÓN	
4.1.1.1 MACROLOCALIZACION	
4.1.1.2 MICROLOCALIZACIÓN	74
4.1.2 TAMAÑO DEL PROYECTO	
4.1.2.1 MERCADO	75
4.1.2.2 COBERTURA DE DEMANDA INSATISFECHA.	
4.1.2.3 TECNOLOGÍA DEL PROCESO PRODUCTIVO	
4.1.2.4 DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA E INSUMOS	
4.1.2.5 ORGANIZACIÓN JURÍDICA	77
4.1.2.6 DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA	78
4.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO	
4.2.1 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS Y DE ESTRUCTURA DEL PROYECTO	79
4.2.2 REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA	
4.2.3 DESCRIPCIÓN DE LA MAQUINARIA	82
4.2.4 REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA	83
4.2.5 EQUIPAMIENTO DE LA MICROEMPRESA	87
4.2.6 ETAPAS BÁSICAS DEL PROCESO PRODUCTIVO	88

7.3 IMPACTO EMPRESARIAL	124
7.4 IMPACTO COMERCIAL	125
7.5 IMPACTO ETICO	126
7.6 IMPACTO AMBIENTAL	127
CONCLUSIONES DEL PROYECTO	X
RECOMENDACIONES DEL PROYECTO	XI
BIBLIOGRAFÍA	XII
ANEXOS	XIII

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL EXTERNO

1.1 ANTECEDENTES

San Gabriel es la cabecera del cantón Montufar. Se encuentra localizado en el sector sur este de la Provincia del Carchi a 40km de la ciudad de Tulcán. Se caracteriza por ser una zona agrícola y ganadera. Cuenta con una extensión de 398.25 km², altura: 2800 m.s.n.m. y temperatura promedio 12.5⁰ C.

En conjunto es una provincia que vive de la agricultura y de la ganadería; la agricultura en tierras altas se cultiva: papas, maíz, fréjol, habas, cebada, trigo, cebolla, en la zonas bajas, cálidas y abrigadas se cultiva: café, caña de azúcar y una gran variedad de frutas. La agricultura se acompaña con una ganadería vacuna y lanar. Sobre estas bases hay algunas industrias agroalimentarias, Carchi es una rica zona arqueológica, en la que son muy peculiares unos tipos de yacimientos funerarios bajo el suelo de las cabañas. Ornamentos de oro y de cobre. Superficie 3605 km². Dentro de esta provincia se elaboran artesanías de madera para ser más específicos dentro de la ciudad de San Gabriel. Dentro de las zonas ganaderas las ciudades de San Gabriel y El Ángel se destacan. El cantón Montufar en particular se destaca por las múltiples fuentes de turismo que posee.

En el Cantón Montufar no existe una unidad industrializadora y comercializadora de papa, es por ello que surge la necesidad de emprender en un proyecto con miras a implantar una microempresa de estas características, esta microempresa está destinada a mejorar la economía local del cantón y por consecuencia del país, a disminuir la migración por falta de empleo y a reducir los índices de indigencia que cada vez afectan más a los pobladores.

1.2 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1 OBJETIVO GENERAL:

Realizar un diagnóstico situacional para determinar la factibilidad de la creación de una microempresa industrializadora y comercializadora de papa en el cantón Montufar, estableciendo sus aliados y riesgos.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1.2.2.1 Analizar los sistemas de producción que se utilizan en el procesamiento de la papa.

1.2.2.2 Analizar los sistemas de control contable financiero y formas de financiamiento.

1.2.2.3 Detectar las formas de comercialización para la papa procesada.

1.2.2.4 Determinar las condiciones y requisitos del talento humano que labora en la microempresa.

1.2.2.5 Analizar las estrategias de prevención y manejo del medio ambiente.

1.2.2.6 Identificar los sistemas de organización existentes.

1.3 VARIABLES E INDICADORES:

CUADRO 1.1

VARIABLES:	INDICADORES
PROCESO:	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Tipo de Producto</i> • <i>Formas de producción</i> • <i>Tecnología y Productividad</i> • <i>Control de Calidad</i> • <i>Volumen de Producción</i> • <i>Materia Prima e insumos</i> • <i>Mano de obra</i>
CONTROL CONTABLE:	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Registros básicos</i> • <i>Información Contable básica</i> • <i>Costos y Precio de venta</i> • <i>Nivel de rentabilidad</i> • <i>Formas de financiamiento</i> • <i>Capital de Trabajo</i>
COMERCIALIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Tipo de mercado</i> • <i>Competencia y Demanda</i> • <i>Canal de distribución</i> • <i>Servicio al cliente</i> • <i>Estrategia de venta</i>
TALENTO HUMANO	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Experiencia de trabajo</i> • <i>Nivel educativo</i> • <i>Capacitación y Cualificación</i> • <i>Estabilidad y Jornada Laboral</i> • <i>Política Salarial</i>
ASPECTO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Manejo de aguas servidas</i> • <i>Manejo de desechos</i> • <i>Contaminación</i>
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Organización</i> • <i>Formas de Administración</i> • <i>Políticas y normas de control interno</i> • <i>Formas de gerencia.</i>

ELABORACIÓN: Los Autores

1.4 MATRIZ DE RELACIÓN

CUADRO 1.2

OBJETIVOS	VARIABLE	ASPECTO O INDICADOR	FUENTE	TÉCNICAS	PÚBLICO META
<i>Analizar los sistemas de producción que se utilizan</i>	<i>PRODUCCIÓN</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Tipo de Producto</i> • <i>Formas de producción</i> • <i>Tecnología</i> • <i>Control de Calidad</i> • <i>Productividad</i> • <i>Volumen de Producción</i> • <i>Materia Prima e insumos</i> • <i>Mano de obra</i> 	Primaria	Encuesta Observación Directa	Sector Comercial
<i>Analizar los sistemas de control contable financiero y formas de financiamiento.</i>	Control Contable	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Registros básicos</i> • <i>Información Contable básica</i> • <i>Costos</i> • <i>Precio de venta</i> • <i>Nivel de rentabilidad</i> • <i>Formas de financiamiento</i> • <i>Capital de Trabajo</i> 	Primaria y Secundaria	Entrevista Periódicos	Sector comercial Sistema financiero
<i>Detectar las formas de comercialización para el producto.</i>	<i>Comercialización</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Tipo de mercado</i> • <i>Competencia</i> • <i>Demanda</i> 	Secundaria	Publicaciones	Cámara de Comercio

		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Canal de distribución</i> • <i>Servicio al cliente</i> • <i>Estrategia de venta</i> 		Manuales	
<i>Determinar las condiciones y requisitos del recurso humano que labora en la microempresa.</i>	Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Experiencia de trabajo</i> • <i>Nivel educativo</i> • <i>Capacitación</i> • <i>Cualificación</i> • <i>Estabilidad</i> • <i>Jornada Laboral</i> • <i>Política Salarial</i> 	Primaria	Encuesta	Sector Comercial
<i>Analizar las estrategias de prevención y manejo del medio ambiente.</i>	Aspecto Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Manejo de desechos</i> • <i>Contaminación</i> 	Primaria Y Secundaria	Entrevista Publicaciones	Ministerio del Ambiente
Identificar los sistemas de organización existentes	Estructura Administrativa	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Organización</i> • <i>Formas de Administración</i> • <i>Políticas y normas de control interno</i> • <i>Formas de gerencia.</i> 	Primaria	Encuesta	Sector Comercial

1.5 OPERATIVIZACIÓN DEL DIAGNÓSTICO

Para realizar el diagnóstico situacional del Cantón Montufar se aplica el siguiente procedimiento:

1.5.1 Identificación de la población.

La población o universo motivo del presente diagnóstico está compuesta por todas las microempresas que venden papa procesada que conforman el sector comercial, las mismas que llegan a un número de 30 unidades comerciales determinadas a través de un censo por lo que no es necesario aplicar la muestra.

1.5.2 Técnicas de Procedimientos y Análisis de datos

Con el fin de realizar un adecuado diagnóstico situacional externo se tomará como referencia el método científico a través del método analítico que consiste en descomponer el objeto que se investiga en sus diferentes partes, en este caso un análisis profundo de los resultados de las encuestas y entrevistas.

1.5.2.1 Técnicas de Procesamiento de Datos

Para la ejecución de este proyecto se requiere la aplicación de las siguientes técnicas:

- a.) Entrevistas**, cuyo instrumento es el cuestionario
- b.) Encuestas**, su instrumento es el cuestionario

1.5.2.2 Análisis de Datos

Para procesar y analizar adecuadamente la información utilizaremos métodos y técnicas de la estadística.

1.5.3Diseño de instrumentos

Para una adecuada investigación se requiere una adecuada y minuciosa recolección de información para ello se utilizará información primaria y secundaria.

1.5.3.1 Información Primaria

Para la obtención de información primaria se utilizará la encuesta a todas las microempresas del sector comercial, la misma que fue diseñada en base a las variables, además se ha realizado una observación directa para determinar el movimiento comercial de las mismas. Se han realizado entrevistas a entidades como, Ministerio del Ambiente, respecto a como contribuye a la protección del ambiente, y finalmente a las Instituciones Financieras del entorno, para determinar si estarían dispuestos a financiar el proyecto.

La utilización de la información primaria es la base para que el desarrollo de la investigación se realice con éxito, es por ello que es sumamente indispensable manipular dicha información de la manera más minuciosa y acertada buscando los datos más relevantes e influyentes a nuestro proyecto de manera que todo en conjunto sea una información precisa, certera y útil.

1.5.3.2 Información Secundaria

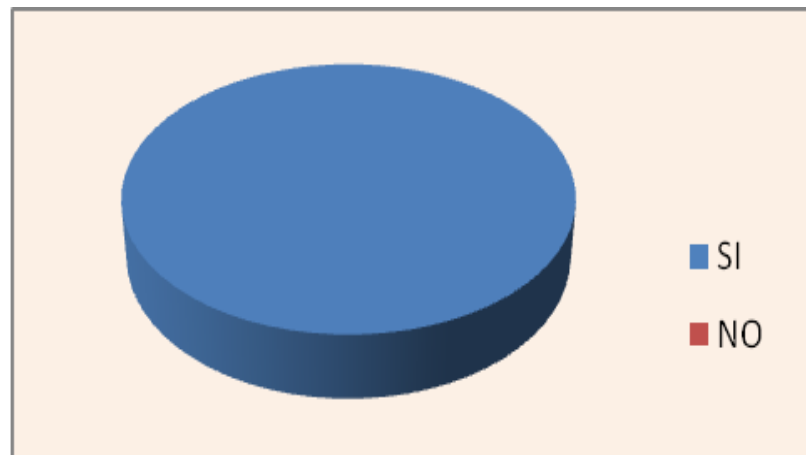
La información secundaria también tiene un rol importante ya que es un complemento a la información primaria, es necesario utilizar solo la información más relevante y útil, la información secundaria que utilizará nuestro proyecto es la siguiente: Periódicos, Revistas, Publicaciones, Manuales.

1.6 EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

1.6.1 Encuestas aplicadas a comercializadores de papa procesada (chips)

1.6.1.1.-¿Su actividad económica es totalmente de tipo comercial?

Figura #1.3 Resultados actividad comercial



FUENTE: Encuesta

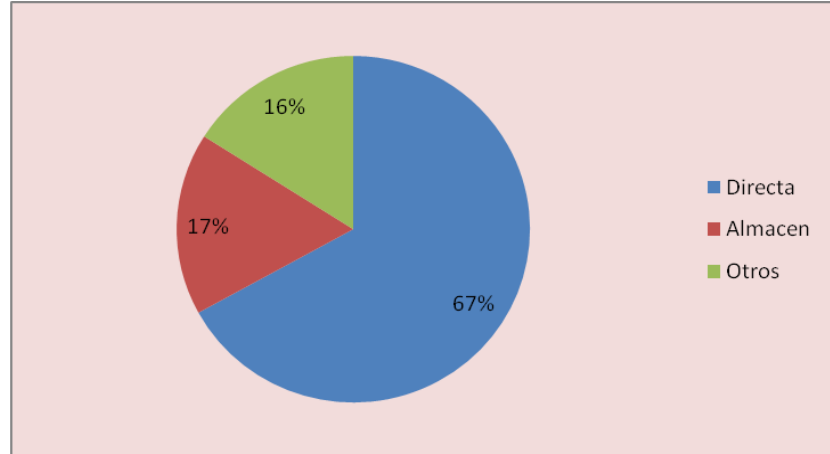
ELABORADO POR: Los Autores

a.- ANÁLISIS:

Es sumamente importante conocer si el tipo de actividad económica de los negocios en estudio es únicamente de tipo comercial, dado este antecedente las encuestas revelan que el 100% de los informantes señalaron que la actividad económica que dirigen es totalmente de tipo comercial, es decir ellos no producen la mercadería que venden sino que la adquieren de empresas productoras fuera del entorno.

1.6.1.2.- ¿Cómo llega ud.al consumidor?

FIGURA #1. 4 Resultados Venta al consumidor



FUENTE: Encuesta Comerciantes

Elaborado por: Los Autores

a.-ANÁLISIS:

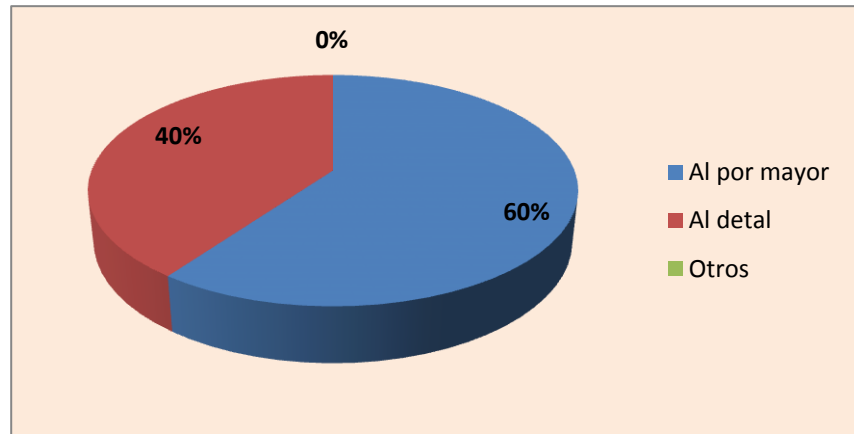
La mayoría de comercializadores de chips señalaron que llegan al consumidor de forma directa.

En menor jerarquía los comercializadores señalan que llegan al consumidor a través de almacenes, y en un porcentaje similar señalan que tienen que utilizar otro medio para este propósito.

El sistema de distribución de venta directa brinda la oportunidad de iniciar un negocio propio con muy pocos riesgos y con un coste limitado. Los vendedores directos son independientes y realizan su actividad de un modo sumamente flexible, lo que les permite satisfacer las exigencias de su forma de vida.

1.6.1.3.- ¿Cómo se abastece de su mercadería?

Figura #1.5 Abastecimiento de mercadería



FUENTE: Encuesta Comerciantes

ELABORADO POR: Los Autores

a.- ANALISIS:

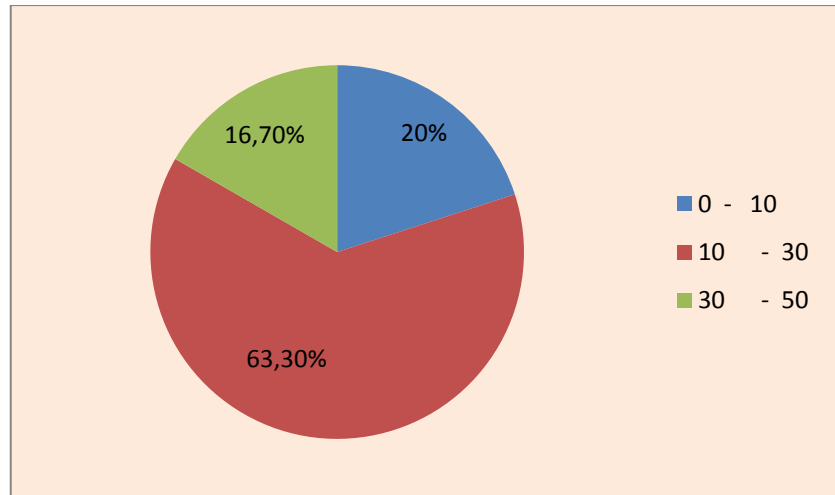
Gran parte de los encuestados indican que la adquisición de su mercadería es al por mayor ya que prefieren eliminar intermediarios y a la vez reducir costos de adquisición al comprar altos volúmenes a precio de fábrica.

En menor proporción los encuestados opinan que sus adquisiciones son al por menor y esto lo justifican porque la salida de este tipo producto es en menor cantidad que los demás y por ello es conveniente para ellos comprar en volúmenes pequeños.

Con los datos anteriores entendemos entonces que las ventas al por mayor se justifican porque las pequeñas empresas no siempre tienen presupuestos suficientes para llegar a los consumidores finales, y no cuentan con la información de los consumidores por lo que no pueden acceder a ellos directamente.

1.6.1.4.- ¿Cuál es el ingreso por ventas mensual de papas chips en su negocio?

Figura #1. 6 Resultados Ingreso por ventas



FUENTE: Encuesta Comerciantes

ELABORADO POR: Los Autores

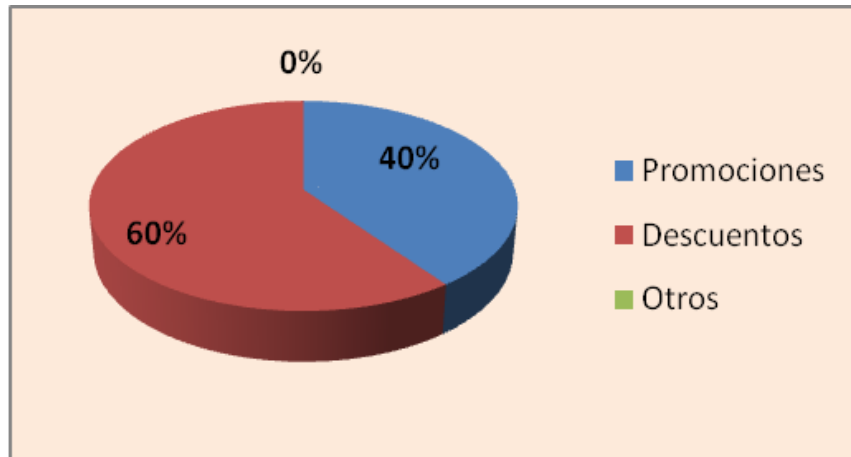
a.- ANÁLISIS:

La mayoría de comercializadores de papa chips mencionan que el ingreso mensual por ventas de esta mercadería está en el intervalo de 10 dólares a 30 dólares.

Mientras que en menor porcentaje indican que sus ingresos están en el intervalo de \$0 a \$ 10, en tanto que la parte restante menciona que estos ingresos se encuentran en el intervalo de \$30 a \$50, sin embargo son optimistas al pensar que estas cifras pueden aumentar.

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

Figura #1. 7 Resul. Estrategia de ventas



FUENTE: Encuesta Comerciantes

ELABORADO POR: Los Autores

a.- ANÁLISIS:

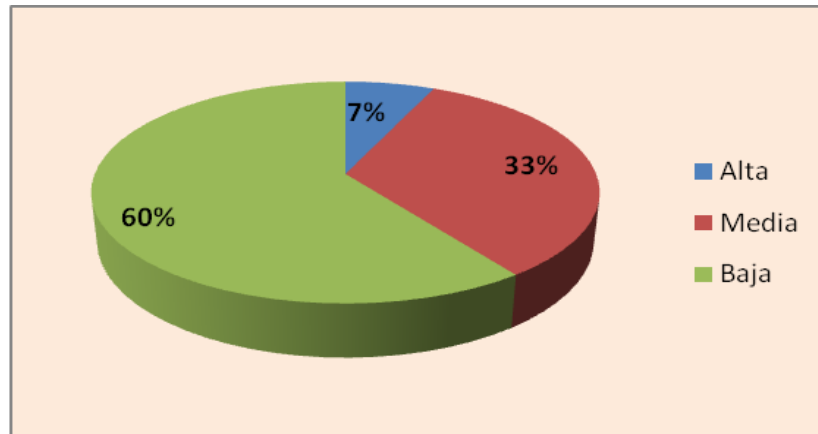
Mediante esta investigación podemos identificar que gran parte de los encuestados opta por dar descuentos a sus clientes para que estos se vuelvan fieles y para que aumente el porcentaje de los mismos.

La minoría representada por el 40% prefiere realizar descuentos para obtener más número de clientes.

A través de estos datos determinamos lo importante que es para un microempresario contar con estrategias de venta como: preparar y potenciar a los vendedores para llegar a las metas deseadas, crear un vínculo y una relación de confianza entre el vendedor y el potencial comprador, descubrir la motivación y la necesidad real por la que potencial cliente quiere comprar, satisfacer la necesidad real por la que el potencial cliente quiere comprar, encontrar acuerdos que sean beneficiosos tanto para el potencial comprador como para quien vende.

1.6.1.6.- ¿Cuál es el nivel de capacitación y experiencia de su personal?

Figura # 1.8 Result. Capacitación personal



FUENTE: Encuesta Comerciantes

ELABORADO POR: Los Autores

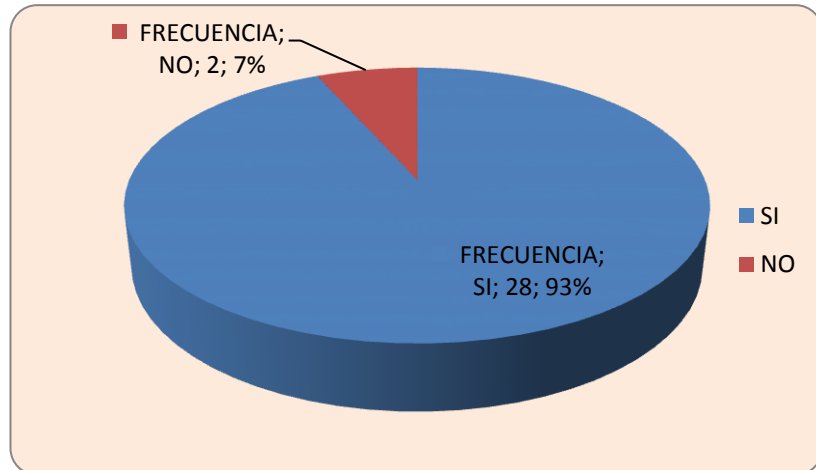
a.- ANÁLISIS:

El 60% de los encuestados indica que el personal que labora en sus negocios tiene una baja experiencia y capacitación ya que no ha existido una preocupación en este aspecto, además que no cuentan con recursos para brindar una capacitación oportuna y permanente al talento humano.

En menor porcentaje 33% dicen que el personal tiene una capacitación y experiencia media, mientras que el 7% menciona que sus trabajadores poseen un nivel bajo de lo antes mencionado.

1.6.1.7.- ¿Estaría dispuesto a adquirir papas procesadas(chips) para comercializarlos en su negocio?

Figura #1. 9 Resultados posibles clientes



FUENTE: Encuesta Comerciantes

ELABORADO POR: Los Autores

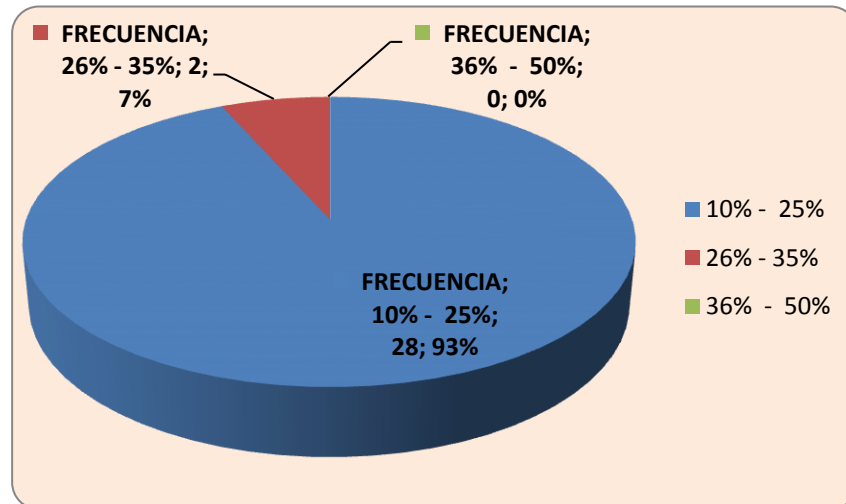
a.- ANÁLISIS:

La mayoría de los comerciantes encuestados menciona que si estarían dispuestos a adquirir papas chips para comercializarlos en su negocio ya que sería un lugar fijo en donde podrían abastecerse de este tipo de mercadería, además que sería un lugar en donde podrían obtener un precio justo de fábrica.

Se puede observar también que sí tendríamos acogida ya que actualmente estos pequeños empresarios buscan abastecerse en otros lugares quizá fuera de la provincia, entonces nos surge a nosotros la oportunidad de aprovechar esta situación para emprender con nuestro proyecto que está enfocado a producir y comercializar papas chips con lo que ayudaremos a satisfacer las necesidades locales generando empleo.

1.6.1. 8.- ¿Qué margen de utilidad aplica al vender papas chips?

Figura #1. 10 Margen utilidad



FUENTE: Encuesta Comerciantes

ELABORADO POR: Los Autores

a.- ANÁLISIS

Gran parte de los comerciantes encuestados (93%), obtienen un margen de utilidad que se encuentra en el intervalo de 10% - 25%, ya que aplican porcentajes que consideran ser justos para sus clientes.

El 7% menciona que aplica un porcentaje ubicado en el intervalo 26% - 35% para cubrir mejor sus costos.

Para obtener de manera adecuada un margen de ventas, los dueños de la microempresa deben conocer la forma adecuada de obtener este índice tomando en cuenta los principios básicos de la contabilidad es decir ellos deberían saber que se obtiene de la siguiente manera: obtener la diferencia entre ingresos y gastos totales, incluyendo impuestos, expresada en un porcentaje de los ingresos, de acuerdo a la ley.

1.6.2. Entrevista dirigida al Jefe de Rentas del Ilustre Municipio de Montufar

El Ilustre Municipio de Montufar promueve el desarrollo del sector micro empresarial a través de la ejecución de programas de capacitación a pequeños microempresarios mediante talleres, seminarios, cursos, conferencias, charlas, y la agilización en trámites pertinentes a la creación de un negocio, como patentes, permisos de uso de suelo, entre otros.

Las políticas que rigen a toda microempresa se encuentran plasmadas en la Ley General de Microempresas en la cual se distinguen todos los puntos concernientes a la creación y funcionamiento de un pequeño negocio.

Los requisitos mínimos para la instalación de una microempresa son: obtener el RUC que es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objetivos proporcionar información a la administración tributaria, patente municipal que es un comprobante de pago emitido por la Administración zonal correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patente municipales se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial y opere en el Cantón, y en general depende del tipo de microempresa a emprender como Registros Sanitarios, marcas, inscripciones en las diferentes entidades que regulan el sector micro empresarial.

1.6.2.1 Análisis

La descentralización y el potencial de la microempresa aparecen como dos ejes esenciales del desarrollo local y nacional. Pero un sorprendente desfase los ha mantenido separados. El desarrollo local como tarea de los gobiernos locales y la expansión del sector informal de microempresas, interesantes por su capacidad de generación de empleo y aporte al PIB tienen todavía un distanciamiento que no ha permitido extraer de ambas realidades todos los beneficios que ofrecen en potencia.

Un síntoma significativo lo encontramos en el hecho de que los expertos en municipalismo ignoran casi todo sobre microempresa y los expertos en microempresa no incursionan en el terreno del municipalismo. En Cayambe, donde el peso de las microempresas en la generación de empleo es tan evidente, no existe hasta la fecha un estudio que describe el nexo entre alcaldías y microempresas.

1.6.3 Entrevista al Administrador del Ministerio del Ambiente (MAE)

La forma de contribuir de esta entidad es promover que este tipo de microempresas no se encuentren en lugares dentro de la ciudad sino en sitios estratégicos (lugares aledaños) para evitar la contaminación auditiva (insonorización), además dictan talleres de manejo de desechos para evitar la contaminación por basura.

1.6.3.1 Análisis

Al ser el objetivo del Ministerio del Ambiente conservar y preservar el ambiente nos parece adecuado los mecanismos que adoptaría esta institución en el caso de que se creara una microempresa productora de ropa en este cantón, ya que se busca el bienestar de la salud de todos los habitantes del mismo como también el bienestar de los trabajadores, sin descuidar por ningún momento el aspecto ambiental y el ornato.

1.6.4 Entrevista a los Gerentes del Sector Financiero

De todo el sector financiero entrevistado en la ciudad de San Gabriel, la entidad que ofrece más rapidez y eficiencia a la hora de otorgar créditos a pequeños negocios es CREDIFE del Banco Pichincha por ofrecer agilización de trámites y una adecuada tasa de interés, es así que la aprobación

del crédito puede durar hasta 48 horas con un monto de hasta 5000 dólares a 18 meses plazo.

En general, la mayoría de entidades financieras manifestaron que sí estarían dispuestos a ayudar a financiar la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de papas chips en la ciudad de San Gabriel, ya que es una nueva fuente de ingresos para el sector, además contribuye a mejorar la calidad de vida de los habitantes generando fuentes de empleo y movilizándolo el sector económico – productivo del cantón.

1.6.4.1 Análisis

Los instrumentos operativos principales con que los Bancos cuentan para respaldar el desarrollo de la microempresa -el Programa de Pequeños Proyectos para organizaciones sin fines de lucro, y los préstamos globales para microempresas, que proporcionan los medios necesarios para transferir recursos a las instituciones financieras- serán vitales para el desarrollo de nuestro proyecto , pero habrá que buscar la entidad financiera que nos ofrezca las alternativas más eficaces en la situación actual. La cooperación técnica dentro de estas operaciones, y como actividades separadas, respaldará directamente el fortalecimiento institucional y la reforma de políticas.

1.7 ALIADOS Y RIESGOS

A través del presente diagnóstico situacional se ha determinado la existencia de los siguientes Aliados y Riesgos.

1.7.1 Aliados

Son instituciones públicas y privadas que permitirían que el proyecto se lleve a cabo tales es el Municipio del Cantón Montufar y las IFIS. En este contexto resulta de suma importancia señalar que existen oportunidades en

el entorno que son necesarias de aprovechar como son el Desarrollo del Turismo en el Carchi, Mercados Externos y la Tecnología.

1.7.2 Riesgos

Son factores del entorno que no permitirían un adecuado desarrollo del proyecto y que deben ser totalmente estudiados para determinar los posibles daños que podrían causarnos. Los mismos son: el contrabando, la devaluación del dólar y la estabilidad jurídica, cabe señalar que en concordancia con los riesgos existen oponentes del proyecto como: La elevación del costo de la materia prima, la volatilidad de tasas de interés vigentes en el entorno financiero y la competencia desleal.

Figura #1. 11 Aliados y Riesgos

Aliados	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Municipio del Cantón</i> • <i>IFIS</i>
Oponentes	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Elevación del costo de materia prima</i> • <i>Tasas de interés</i> • <i>Competencia Desleal</i>
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Desarrollo turístico del Cantón Montufar</i> • <i>Capacitación y Tecnología</i> • <i>Mercados Externos</i> • <i>Distribuidores</i>
Riesgos	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Contrabando</i> • <i>Devaluación del dólar</i> • <i>Inestabilidad Jurídica</i>

ELABORACIÓN: Los Autores

1.8. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

Como producto del análisis de la información del presente diagnóstico podemos determinar que el problema del entorno motivo del presente estudio es la ausencia de empresas productoras de papas procesadas (chips).

El presente problema se origina por la inexistencia de empresas productivas, por la falta de conocimiento de aspectos técnicos y comerciales, por la ausencia de organización administrativa – financiera, por la fuga de capitales al exterior y por las restricciones de crédito que otorgan las instituciones financieras.

Si este problema no se soluciona los consumidores se verán afectados por los bajos niveles de oferta, variedad de precios, y otros parámetros importantes.

Por lo anteriormente mencionado es necesario solucionar esta problemática a través de la ejecución de un proyecto que implique la creación de una microempresa productora y comercializadora de papas en el Cantón Montufar, Provincia del Carchi, que de soluciones claras, precisas y productivas, además que perfeccione los sistemas de producción y comercialización para poder competir en otros mercados y para alcanzar niveles óptimos de rentabilidad.

CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICAS - CIENTÍFICAS

2.1.- EL EMPRESARIO

2.1.1.- DEFINICIÓN

BARRAGÁN, José (2002) Afirma: "Persona que comienza u opera un negocio".

ANSOLA, Sérvulo(2004) Dice: "Empresario es el titular de una empresa que se encarga de organizarla y gestionarla por cuenta propia"

SOTO, Rogelio, (2002) Recalca: " Ser empresario significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor de prácticamente nada. Es la búsqueda insistente de la oportunidad independiente de los recursos disponibles o de la carencia de estos. Requiere una visión y la pasión y el compromiso para guiar a otros en la persecución de dicha visión. También requiere la disposición de tomar riesgos calculados"

Es de suma importancia tomar en cuenta que las definiciones antes descritas han sido cuidadosamente seleccionadas para dar una clara idea de lo que significa ser empresario, así los autores exponen de manera clara y sencilla el significado de este importante termino en el mundo de los negocios.

El primer autor expone de manera sencilla el hecho de que un empresario es aquel que comienza o crea un nuevo negocio, y además de crearlo se ve obligado a llevarlo a cabo de manera pronta y correcta.

El segundo autor argumenta su criterio de manera similar al anterior recalcando el hecho de que este individuo llamado empresario debe estar consiente de que esta labor difícil y complicada la llevará a cabo por su cuenta propia, debe existir además una adecuada organización y gestión administrativa de la misma.

El tercer autor afirma que el empresario parte de nada para conseguir algo de beneficio, para ello la creatividad es el punto clave y el adecuado uso de las acciones humanas es el complemento del mismo. Menciona además que el empresario debe, de forma adecuada, disponer los recursos existentes y solucionar si es que existiera la carencia o la falta de algunos de ellos. El empresario, además, debe ser un ente que tenga pasión por el negocio y sobretodo sea una persona arriesgada, capaz de correr todos los riesgos si es que los hubieren,

Al tener una idea más profunda de lo que significa ser empresario, podemos a continuación exponer nuestra definición del mismo: Empresario es quien tiene la acción difícil y valerosa de crear y poner en marcha una empresa, es también quien comanda la acción quien se responsabiliza de ordenar todos los medios para la consecución de los objetivos.

2.1.2.- CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO

Un estereotipo común del empresario destaca características como una gran necesidad de realizaciones, la disposición de tomar riesgos moderados, una fuerte confianza en si mismos y una pasión por el negocio.

Un empresario es una persona con capacidades especiales, mismas que se desconoce sin son innatas o las va contrayendo a lo largo de su vida privada y de negocios, se convierten entonces en características que deben ser profundamente analizadas y estudiadas por quien desee emprender en la puesta en marcha de un pequeño o gran negocio ya que debe cumplir estrictamente estas condiciones tomando en cuenta que todas las personas tenemos diferentes puntos de vista y diferente personalidad, sin embargo de ello debemos tratar de adaptarnos a las necesidades del mundo económico actual ya que las exigencias de los consumidores se tornan cada vez más diversas y exigen de un empresario

crítico, creativo y sobretodo innovador, que busque la realización de estas exigencias y además obtener un lucro de las actividades que generarán finalmente un resultado de doble beneficio.

Por ello a continuación se da a conocer algunas de las características más comunes de los empresarios:

2.1.3.- RECOMPENSAS DEL EMPRESARIADO

Los individuos se ven atraídos hacia la actividad empresarial por diversos incentivos poderosos. Algunos se ven especialmente atraídos por una clase de incentivo, en tanto que otros se ven atraídos por alguna mezcla de posibles satisfacciones.

El hecho de ser empresario le involucra a esta persona un sinnúmero de ventajas o recompensas del arduo trabajo que está por ejecutar, siendo un estímulo para que continúe con la idea de emprendimiento. Estas recompensas pueden agruparse, en aras de su simplicidad.

2.1.4.- DESVENTAJAS DE SER EMPRESARIO

Si el autoempleo fuera fácil, el número de empleados sería mucho mayor. De hecho, es una de las carreras mas difíciles que se puede escoger.

Toda profesión involucra una variedad de sacrificios, pero la actividad microempresarial familiar es aún más compleja debido a que el empresario debe buscar la manera de coordinar sus actividades familiar con sus actividades laborales procurando el máximo beneficio en ambas, así en lo laboral buscará el mayor rédito posible de su actividad económica para favorecer a su familia, entonces se encontrará con desventajas que pueden desmotivar la labor

sacrificada de este tipo de personas, es en donde se debe poner de manifiesto la voluntad para continuar y sobretodo la paciencia para enfrentar los deslices que conlleva el micro empresariado. A continuación se describen algunas de las desventajas.

2.1.4.1.- Sacrificio Personal

En especial durante los primeros años de negocio, es frecuente que el empresario trabaje con horarios sumamente largos, tal vez seis o siete días a la semana. Esto casi no deja tiempo para la recreación, la vida familiar ni la reflexión personal. El negocio consume la vida del empresario. A menudo esto propicia tensiones en las relaciones familiares y un alto nivel de tensión personal. El empresario debe preguntarse cuánto está dispuesto a sacrificar para que el negocio tenga éxito.

2.1.4.2.- Carga de Responsabilidad

El empresario tiene la carga de la responsabilidad, a diferencia de los empleados corporativos. En las empresas, los empleados suelen estar rodeados de otras personas al mismo nivel, con las mismas preocupaciones, es posible compartir informaron en el almuerzo o después de salir del trabajo y tener una sensación de camaradería. El empresario sabe que se encuentra solo "en la cumbre". No hay ninguna otra persona en la compañía que haya invertido (os ahorros de su vida, no hay nadie que cuya casa sea la garantía del préstamo concedido al negocio, no hay nadie mas que deba cerciorarse de que hay suficiente dinero disponible para pagar la nomina el viernes.

2.2.- LA MICROEMPRESA

2.2. DEFINICIÓN:

Según WWW.MONOGRAFÍAS.COM.2009}.- "Es una entidad con menos de diez o quince empleados, para evitar cargos financieros en el propietario de una empresa muy pequeña"

CANTOS, Enriqueta (2005) Afirma: "Es una entidad cuyo financiamiento corre a cargo de un individuo o de un pequeño grupo de personas, en donde las operaciones de la misma tienen un área geográfica bien delimitada y cuyo número de empleados suele ser menor de 15 personas"

MONTEROS, Edgar (2005) Recalca.- "Una microempresa es considerada como tal cuando tiene administración independiente, el capital es suministrado por el mismo dueño y el área de operaciones es relativamente pequeña."

*SOTO, Rogelio (2002) Dice.- * La microempresa es una organización con una limitada cifra de obreros y empleados, enfocados a un mercado pequeño, cuya forma jurídica toma por lo común la forma de sociedad individual o de responsabilidad limitada, existiendo en ella una relación directa entre empresario y colaboradores"*

La definición de microempresa es el tema central de este proyecto es por ello que se ha optado por escoger estas definiciones debido a que son las más importantes para definir de la manera más correcta a la microempresa.

El primer autor nos indica que la empresa micro, debe estar necesariamente conformada por menos de diez o quince ayudantes y ello solamente para que no exista, dice, mucha carga financiera en el empresario. Es decir que si este pudiera llevar acabo sin dificultad todas las operaciones dentro de una empresa no requeriría ni siquiera que exista un obrero que se encargue de la limpieza, sin embargo esto no es así, es necesario que el empresario cuente con ayuda, para evitar que todas las tareas se acumulen en él y mas bien se centre en manejar adecuadamente la administración y gerencia del negocio.

El segundo autor al igual que el anterior menciona que esta empresa debe contar con menos de 15 empleados, recalca además la importancia que tiene el hecho de que esta empresa esta financiada exclusivamente por un individuo o por un grupo muy pequeño de personas. Es importante el hecho de que esta microempresa debe estar ubicada adecuadamente, es decir que este bien delimitada en el tiempo y en el espacio.

El tercer autor hace referencia a que podemos distinguir a una microempresa por el hecho de que no se encuentra monopolizada, no es una entidad que domine el mercado, sino mas bien es una pequeña organización que ofrece un bien o un servicio a la comunidad, su objeto es satisfacer las necesidades sentidas o presentadas en la misma.

El cuarto autor menciona la forma de organización que pudiera tener una microempresa, sea esta de sociedad individual o de responsabilidad limitada, además recalca la importancia de que dentro de una microempresa se da una relación directa de comunicación entre el empresario y sus colaboradores, esto no es algo que haya de sorprendernos pues si existen menos de 15 obreros es absolutamente posible que exista una relación de comunicación de este tipo.

Podemos inferir como una conceptualización propia de la microempresa la siguiente: La microempresa está comprendida de personas de escasos ingresos. Posee de 1 a 6 integrantes involucrados, aproximadamente.

Estas iniciativas llamadas microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas con las que se cuentan. Quienes componen la microempresa van desde la señora que vende empanadas en su casa, pasando por el joven, padre de familia que decide instalar un rudimentario taller en la marquesina de su casa,

hasta aquellos jóvenes profesionales que emprendieron una empresa de lentes de contacto, ULTRALENS, siendo la única fábrica de lentes de contacto blandos de Latinoamérica.

2.2.2.- FUENTES DE FINANCIAMIENTO DE LA MICROEMPRESA

El financiamiento inicial de una empresa sigue con frecuencia el patrón de un plan de financiamiento personal común. Un empresario potencial, utiliza primero sus ahorros personales y luego trata de obtener acceso a sus familiares y amigos.

El empresario acude a canales más formales de financiamiento, como bancos e inversionistas externos, solo si estas fuentes resultan inadecuadas.

2.2.2.1.- Inversionistas Individuales

La búsqueda de apoyo financiero suele comenzar cerca de casa. Como ya se mencionó el aspirante a empresario frecuentemente tiene tres fuentes de financiamiento. La financiación propia constituye en principio, el medio de inversión más económico y el que suele originar menores problemas. La financiación propia consiste en hacer productivos los recursos que están ociosos dentro de la empresa, normalmente en la cuenta de reservas.

2.2.2.2.- Ahorros Personales

Es imperativo que el empresario tenga algunos activos personales en el negocio y estos suelen proceder de los ahorros personales. En realidad, los ahorros personales son la fuente de financiamiento de capital que se utiliza con mayor frecuencia para iniciar un

negocio. Con pocas excepciones, el empresario debe aportar una base de capital. Una nueva empresa necesita capital para contar con un margen de error.

2.2.2.3.- Amigos y Parientes

En ocasiones los préstamos de amigos o parientes pueden ser la única fuente disponible de nuevo financiamiento. Estos préstamos con frecuencia se pueden obtener de manera rápida, puesto que este tipo de financiamiento se basa más en las relaciones personales que en el análisis financiero. Sin embargo en ocasiones los amigos y parientes que prestan dinero para el negocio creen tener derecho a ofrecer sugerencias para su administración.

2.2.2.4.- Otros inversionistas individuales

Un gran número de individuos invierten en las aventuras empresariales de otras personas. En lo fundamental se trata de personas con una moderada a amplia experiencia de negocios, pero también pueden ser profesionales ricos, como abogados y amigos.

2.2.2.5.- Financiación Propia

Cuando la empresa se plantea la necesidad de obtener nuevos medios de financiación, lo primero que se debe hacer es averiguar si ella misma posee estos medios y si son utilizables sin poner en riesgo la capitalización de su microempresa, es por ello que debe realizar un profundo análisis para saber el porcentaje que debería destinar a este cometido. La financiación propia sería la opción más conveniente para un microempresario, pues esto le generaría un nivel de confianza para continuar con su negocio, sin embargo si no posee los recursos debe buscar y acogerse a otras alternativas de financiación.

2.2.2.6.- Bancos Comerciales

Los bancos comerciales son los principales proveedores de capital de deuda de las pequeñas empresas. Aunque los bancos tienden a (imitar sus préstamos aportando solo lo que se requiere para capital de trabajo de empresas establecidas, algo de capital si se origina en esta fuente.

Siempre que alguien particular o empresario, precisa de dinero, lo primero que hace es pensar en un banco que lo facilite. Sin embargo dada la complejidad alcanzada por estos órganos financieros en los últimos años, no siempre se conoce bien la gama completa de posibilidades que ofrecen, y menos aún cuál es la más conveniente para cada caso.

2.2.2.7.- Otras Fuentes de Financiamiento

Estas fuentes restantes de financiación, generalmente tienen menos importancia, pero un empresario no debe pasarlas por alto cuando busca financiamiento. Estas son:

- a) instituciones Financieras con sede en la Comunidad
- b) Compañías de Seguros
- c) Grandes Corporaciones
- d) Agentes Hipotecarios
- e) Empresas de Financiación
- f) Sociedades de Inversión

2.2.3 DIFERENCIA ENTRE LA MICROEMPRESA Y LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

El papel especial o tarea del sector de empresas medianas y pequeñas se relaciona con su posición en la mitad del espectro de tamaños e intensidades de capital en una economía. En promedio, las curvas de demanda de mano de obra de las empresas más grandes y modernas empiezan más arriba que las de las empresas más pequeñas y menos modernas, pero son también más empinadas (menos elásticas). Esto se debe a que en las empresas que usan tecnología de producción moderna, la productividad del trabajo es muy alta para los pocos trabajadores que necesitan para complementar una cantidad de capital dada (por ello la curva parte desde más arriba), pero como necesitan sólo unos pocos trabajadores, la curva cae abruptamente. Estas empresas pueden pagar muy bien a unos pocos trabajadores pero no les interesa contratar más. En el otro extremo del espectro está el sector de la microempresa, que tiene una curva de demanda muy plana la curva empieza abajo, porque la productividad es baja incluso para el número muy pequeño de trabajadores, como lo demuestra la capacidad de expansión del sector informal en muchas economías).

2.2.4.- LA MICROEMPRESA EN EL CANTÓN MONTUFAR

Según la técnica de observación directa realizada en este sector, los ciudadanos pertenecientes a este cantón en su mayoría son microempresas eminentemente de carácter familiar. Es una acción pequeña dificultosa que valerosamente se comienza, podríamos decir que se trata de una casa o sociedad mercantil industrial, creada para obtener o llevar a cabo construcciones o negocios, proyectos importantes.

También es la obra o diseño llevado a efecto en especial cuando en ella intervienen algunas personas, siendo esta una unidad integrada por el capital o el trabajo de producción y dedicada a actividades industriales, mercantiles y de prestación de servicios, generalmente con fines lucrativos y con la consiguiente responsabilidad, esta puede ser privada o pública, privada la misma que está dirigida por personas particulares y publica la cual es creada y dirigida por un poder público.

2.2.4.1.- Origen de la Microempresa en Montufar

En nuestro cantón en vista de que no todas las personas tienen un trabajo seguro, se han visto obligadas a crear su propia microempresa, la cual va a generar fuentes de trabajo a personas foráneas que viven aquí.

Antes de que microempresarios valerosos comiencen su negocio debieron realizar una previa investigación de mercado, la misma que les ayudó, ya que de esta manera pueden verificar sí su negocio va a tener acogida o no.

En la creación de microempresas, las personas no en una gran parte optaron por ponerse los huertos familiares, los cuales son aquellos donde las personas siembran legumbres y hortalizas, al momento que cosechan no solamente sacian sus necesidades sino que proceden a satisfacerlas, y además de ello proceden a la venta de las mismas en el mercado.

2.2.4.2 - Importancia de la Microempresa en el cantón Montufar

La microempresa tiene mucha importancia para el desarrollo del cantón, ya que genera fuentes de trabajo y de esta manera satisface las necesidades no solo internas sino también externas.

A través de creación de microempresas no solamente ayudan al desarrollo del cantón sino también que contribuyen al desarrollo socio-económico del país, puesto que estos productos que estas empresas elaboran son exportados al extranjero y de esta manera obtienen buenas ganancias y pueden adquirir buena maquinaria para así poder producir en grandes cantidades y de esa manera abrir nuevos y grandes mercados en otros países.

2.2.4.3.- Ubicación

La ubicación del pequeño negocio juega también un papel muy importante ya que de esa manera la empresa puede tener o no acogida del público, es decir si el negocio está en un buen lugar acudirá mucha gente o lo contrario, si un negocio está en un lugar alejado las personas no podrán tener acceso y no podrán satisfacer sus necesidades.

2.2.5.- REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UNA MICROEMPRESA

En atención a la normativa nacional vigente se identifican los siguientes requisitos que son necesarios para el emprendimiento de una microempresa y los cuales no pueden ser obviados:

2.2.5.1.- Base Legal.-La forma jurídica que adopte una microempresa será de acuerdo a los intereses del propietario tomando en cuenta los cambios que existan en la Ley. La microempresa de cualquier tipo que fuera esta debe sujetar sus actividades a la Ley de Fomento de la Pequeña Industria y Artesanía, al Código del Comercio, a la Ley de Compañías.

2.2.5.2.- El Registro Único De Contribuyentes (RUC)

Documento obligatorio para personas que realicen actividades económicas, el objetivo es registrar e identificar con fines impositivos para la administración tributaria.

2.2.5.3 .-Patente Municipal

Es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.

2.2.5.4.- Seguro

Son sujetos de afiliación del Seguro Social obligatorio todos los empleados privados o particulares, para el cual deberá sacar el número patronal.

2.2.5.5.- Licencia Sanitaria de venta

Para productos alimenticios los productos micro empresariales y artesanales para que puedan distribuir sus productos.

2.3 MICROEMPRESA PROCESADORA DE PAPA

2.3.1 ORIGEN DE LA PAPA

La historia de la papa comienza hace unos 8 000 años, cerca del lago Titicaca, que está a 3 800 metros sobre el nivel del mar, en la cordillera de los Andes, América del Sur, en la frontera de Bolivia y Perú. Ahí, según revela la investigación, las comunidades de cazadores y recolectores que habían poblado el sur del continente por lo menos unos 7.000 años antes, comenzaron a

domesticar las plantas silvestres de la papa que se daban en abundancia en los alrededores del lago.

En el continente americano hay unas 200 especies de papas silvestres, pero fue en los Andes centrales donde los agricultores lograron seleccionar y mejorar el primero de lo que habría de convertirse, en los milenios siguientes, una asombrosa variedad de cultivos del tubérculo. En realidad, lo que hoy se conoce como "papa" (*Solanum* especie *tuberosum*) contiene apenas un fragmento de la diversidad genética de las siete especies reconocidas de papa y las 5.000 variedades que se siguen cultivando en los Andes.

2.3.2 PROCESO DE CULTIVO

2.3.2.1 El suelo y la preparación de la tierra

Las papas pueden crecer casi en todos los tipos de suelos, salvo donde son salinos o alcalinos. Los suelos naturalmente suelos, que ofrecen menos resistencia al crecimiento de los tubérculos, son los más convenientes, y los suelos arcillosos o de arena con arcilla y abundante materia orgánica, con buen drenaje y ventilación, son los mejores. Se considera ideal un pH de 5,2 a 6,4 en el suelo.

El cultivo de papas requiere una gran preparación del suelo. Es necesario rastrillar el suelo hasta eliminar todas las raíces de la maleza. Por lo general es necesario arar tres veces, rastrillar con frecuencia y aplicar el rodillo, para que el suelo adquiera la condición adecuada: suave, bien drenado y bien ventilado.

2.3.2.2 La siembra

Por lo general no se lleva a cabo con semillas, sino con "papas semillas", que son pequeños tubérculos o fragmentos de éstos, los cuales se introducen a una profundidad de 5 a 10 centímetros en la tierra. La pureza de los cultivares y la salud de los tubérculos semilla son esenciales para obtener una buena cosecha. El tubérculo semilla debe estar libre de enfermedades, tener buenos brotes y pesar de 30 a 40 gr. El uso de semilla comercial de buena calidad puede aumentar la producción del 30 % al 50 %, en comparación con la semilla del agricultor, pero las ganancias previstas deben compensar el costo más elevado.

La densidad de cada hilera de papas depende del tamaño de los tubérculos, y el espacio entre las hileras (*véase abajo*) debe permitir el aporque del cultivo. Por lo general se siembran unas dos toneladas de papas semillas por hectárea. En las zonas áridas de secano, el cultivo de papa en suelos planos produce cosechas más abundantes (gracias a una mejor retención de la humedad en el suelo), mientras que en condiciones de regadío la papa se cultiva principalmente en camellones.

2.3.2.3 Aplicación de abono y fertilizantes

El uso de fertilizantes químicos depende de la cantidad de nutrientes presentes en el suelo (las tierras volcánicas, por ejemplo, por lo común carecen de fósforo), y para la producción comercial de regadío por lo general se utiliza una gran cantidad de fertilizante. Sin embargo, la papa prospera con la aplicación de abono orgánico al inicio de cada nueva rotación, porque ofrece un buen equilibrio de nutrientes y mantiene la estructura del suelo. La aplicación de fertilizantes se debe calcular correctamente de acuerdo a la cosecha prevista, el potencial de la variedad y la utilización prevista de la cosecha.

2.3.2.4 Suministro de agua

El suelo debe mantener un contenido de humedad relativamente elevado. Las mejores cosechas, en cultivos de 120 a 150 días, se obtienen con de 500 a 700 mm de agua. En general, la falta de agua hace disminuir la producción cuando se produce a mitad o fines del período de desarrollo, más que si falta al inicio. Cuando hay poca agua, ésta se concentra en obtener la producción máxima por hectárea en vez de aplicarse a una superficie más amplia.

Debido a la poca profundidad de las raíces de la papa, la respuesta productiva a la irrigación frecuente es considerable, y se obtienen cosechas muy abundantes con sistemas de riego automático que sustituyen a diario o cada tercer día el agua perdida por evapotranspiración. En condiciones de clima templado y subtropical de regadío, un cultivo de unos 120 días produce cosechas de 25 a 35 toneladas por hectárea, mientras que en las zonas tropicales son de 15 a 25 toneladas por hectárea.

2.3.2.5 Plagas y enfermedades

Para combatir las enfermedades, algunas precauciones básicas pueden ayudar a evitar grandes pérdidas: la rotación de cultivos, el uso de variedades tolerantes y de tubérculos semilla saludable y certificada. No existen sustancias químicas para combatir las enfermedades bacterianas y virales, pero se pueden controlar mediante una vigilancia constante (y fumigación cuando sea necesario) de los áfilos que son sus vectores. La gravedad de las enfermedades fúngicas, como el tizón tardío depende principalmente, después de la primera infección, del clima.

2.3.2.6 Cosecha

Cuando las hojas de la planta de la papa se ponen amarillas y los tubérculos se desprenden con facilidad de sus estolones, significa que la papa está madura. Si las papas van a almacenarse en vez de consumirse enseguida, se dejan en el suelo para que la piel se haga más gruesa, porque una piel más gruesa previene las enfermedades que se producen durante el almacenamiento y evitan que la papa se encoja por pérdida de agua. Sin embargo, si se dejan los tubérculos en el suelo demasiado tiempo, aumenta la posibilidad de que contraigan la enfermedad fúngica llamada viruela de la papa.

2.3.2.7 Almacenamiento

Dado que los tubérculos recién cosechados son tejido vivo y, por lo tanto, susceptibles de descomponerse, es indispensable almacenarlos correctamente, tanto para prevenir las pérdidas pos cosecha de papas destinadas al consumo fresco o para la industria, como para garantizar un suministro adecuado de tubérculos semilla para la siguiente temporada agrícola.

El objetivo del almacenamiento tanto en el caso de las papas destinadas al consumo fresco como para la industria, es evitar que se pongan verdes (que se acumule clorofila bajo la piel, la cual se asocia a la solanina, que es un alcaloide potencialmente tóxico), y que pierdan peso y calidad. Los tubérculos se deben mantener a una temperatura de entre 6 ° y 8 °C, en un ambiente oscuro y bien ventilado, con una humedad relativamente elevada (del 85 % al 90 %).

2.3.3 PROCESAMIENTO DE LA PAPA

2.3.3.1 Materia prima e insumos

Las variedades de papa que conviene utilizar tienen que tener ciertas características:

- a) Forma ovalada o redonda
- b) Sin ojos profundos
- c) Pulpa de color cremoso o amarillento
- d) Producción adaptada a la zona, rendidora y con un volumen considerable que permita su transformación.
- e) El abastecimiento de papa deber ser regular o permanente.
- f) Se debe concertar con los productores los precios, volúmenes, variedades y categorías de papa.
- g) Es preferible hacer la selección de la papa en la chacra
- h) Conviene acordar un programa de abastecimiento con cada zona, comité, asociación, grupo comunal, etc.
- i) Es mejor usar la propia producción o comprar directamente a los productores.

2.3.3.2. Equipos y Materiales

- a) Peladora y Balanza
- b) Mallas y Mesa
- c) Ollas y • Freidor
- d) Selladora
- e) Carro de transporte
- f) Tinajas
- g) Baldes de plástico

h) Cuchillos

i) Fósforos y Bolsas

2.3.4. El Proceso de Elaboración

2.3.4.1. Pesado, pelado y lavado

Se pesa la papa debiendo calcular por lo menos 1kg de papa seca por cada 5 kg de papa fresca. Para facilitar el pelado se usan peladoras mecánicas y luego del pelado se mantiene sumergida la papa en agua para evitar el oscurecimiento.

2.3.4.2. Pre cocción, Secamiento, rectificado y trozado

Esta operación se realiza a temperatura de ebullición para inactivar las enzimas naturales de la papa, además mejora la consistencia, el sabor y el rendimiento de la papa seca como producto final. El secamiento se efectúa al medio ambiente sobre las mesas de trabajo durante 15 minutos, luego se rectifica que consiste en eliminar los ojos profundos con tierra y partes podridas y por último el trozado en el que se prepara el tamaño y forma adecuada, facilita la distribución sobre las mallas de secado y facilita la molienda.

2.3.4.3. Secado

Se debe distribuir la papa trozada sobre las mallas o bandejas, consiste en eliminar el agua del alimento hasta que su contenido final aproximado sea del 10%. Debido a los altos costos de esta operación, se recomienda un sistema de secado mixto (comprendido por un pre secado con aire caliente y un secado solar final).

2.3.4.4. Empacado y sellado

Se puede usar una dosificadora manual volumétrica y selladora a pedal. Para unidades de venta mayor, se usan sacos de papel kraft y cosedoras mecánicas portátiles.

2.4 COMERCIALIZACIÓN

La comercialización dentro de una microempresa es de suma importancia ya que a través de ésta llevamos nuestro producto al consumidor y por ende generamos más ventas y utilidades para la misma. Podemos decir que la comercialización es un conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos.

La Comercialización implica el vender, dar carácter comercial a las actividades de mercadeo, desarrollar técnicas y estrategias de venta de los productos y servicios.

2.4.1 Estrategias de Comercialización

Para lograr captar clientes para nuestro producto hemos desarrollado algunas estrategias de comercialización que serán ejecutadas una vez implantado el proyecto:

2.4.1.1 Degustación del producto en las calles del cantón

2.4.1.2 Adecuada atención y servicio al cliente

2.4.1.3 Valor agregado al producto (sachet de ají)

2.4.1.4 Publicidad en los medios de comunicación radio, televisión y prensa.

2.4.1.5 Propaganda en trípticos con información del producto

2.4.1.6 Punto de Venta estratégico

2.5 BASES CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

2.5.1 CONTABILIDAD DE COSTOS

2.5.1.1 DEFINICIÓN

ZAPATA, Pedro (2007) Afirma: “Se designa con este nombre a la sección de la contabilidad organizada como parte integrante o complementaria de un sistema general, con el propósito limitado de determinar los costos de ciertas operaciones, etapas, procesos o bien los costos de producción.”

ANSOLA, Sérvulo, (2004) Dice: “La contabilidad de seguros y de costos es una herramienta utilizada por la contabilidad administrativa para determinar, por ejemplo, el margen de contribución a ser utilizado para el cálculo del punto de equilibrio.”

MONOGRAFÍAS.COM (2010) Recalca: “La Contabilidad de es un sistema de información que clasifica, asigna, acumula y controla los costos de actividades, procesos y producto, para facilitar la toma de decisiones, la planeación y el control administrativo.

La Contabilidad de Costos es una de las herramientas principales en el desarrollo de una microempresa productiva, ya que se requiere costear para obtener el costo del producto a ofrecer y de esta manera también sacar la utilidad, para ello es necesario conocer los conceptos básicos de la misma.

El primer autor hace referencia a que la Contabilidad de Costos es una parte de la Contabilidad Organizada cuyo fin es determinar los costos de producción de un determinado bien o servicio, esto ayuda al empresario para obtener el valor final del producto que piensa lanzar al mercado.

El segundo autor se refiere básicamente a que este tipo de Contabilidad es necesaria para obtener el margen de contribución el cual es absolutamente necesario para calcular el punto de equilibrio el mismo que sirve para determinar el punto en el cual la empresa ni gana ni pierde.

Finalmente la tercera fuente de información hace referencia a que la Contabilidad de Costos es un sistema de información que clasifica y controla los costos de procesos y productos, para facilitar la toma de decisiones, la planeación y el control administrativo, es decir es indispensable el uso de la misma cuando se pone en marcha un proyecto productivo. El proceso Administrativo requiere de un adecuado manejo de la Contabilidad de Costos para que ambos sean la clave del éxito en la ejecución de un proyecto.

2.5.2 OFERTA

2.5.2.1 DEFINICIÓN

WIKIPEDIA.COM (2010) Menciona: *"Oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas para comparar lo que sea, en un determinado momento."*

MONOGRAFÍAS.COM (2010) Recalca: *"Se define como la cantidad de productos y servicios disponibles para ser consumidos."*

La Oferta está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la combinación óptima de los recursos mencionados, entre otros. Se expresa gráficamente por medio de la *curva de la oferta*. La pendiente de esta curva determina cómo aumenta o disminuye la oferta ante una disminución o un aumento del precio del bien. Esta es la elasticidad de la curva de la oferta.

La ley de la oferta establece que, ante un aumento en el precio de un bien, la cantidad ofertada que exista de ese bien va a ser mayor; es decir, los productores de bienes y servicios tendrán un incentivo mayor.

Este incentivo surge de la lógica racional de los productores, ya que en condiciones normales si el precio de un bien aumenta manteniéndose el de los demás constantes, provocará un aumento en los ingresos de los que produzcan dicho bien, por lo tanto motivará a que aumenten también su oferta.

La oferta es la relación entre la cantidad de bienes ofrecidos por los productores y el precio de mercado actual. Gráficamente se representa mediante la curva de oferta. Debido a que la oferta es directamente proporcional al precio, las curvas de oferta son casi siempre crecientes. Además, la pendiente de una curva de oferta suele ser también creciente (es decir, suele ser una función convexa) debido a la ley de rendimientos decrecientes.

2.5.3 DEMANDA

2.5.3.1 DEFINICIÓN

WIKIPEDIA.COM (2010) Afirma: *“La demanda en economía se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor(demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total), en un momento determinado.”*

BLOCK, Stanley (2005): *“La demanda es una serie de bienes y/o servicios que un grupo de personas (llamados demandantes o clientes) desea adquirir o comprar.”*

La demanda es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir. Casi todos los seres humanos del planeta demandan un bien o un servicio, oro, arroz, zumo de naranja, educación superior, no obstante lo más interesante de la oferta y la demanda es cómo interactúan la una con la otra.

La demanda puede ser expresada gráficamente por medio de la curva de la demanda. La pendiente de la curva determina cómo aumenta o disminuye la demanda ante una disminución o un aumento del precio. Este concepto se denomina la elasticidad de la curva de demanda.

Hay una serie de factores determinantes de las cantidades que los consumidores desean adquirir de cada bien por unidad de tiempo, tales como las preferencias, la renta o ingreso en ese período, los precios de los demás bienes y, sobre todo, el precio del propio bien en cuestión. Si consideramos constantes todos valores

salvo el precio del bien, podemos hablar de la tabla de demanda del bien A por un consumidor determinado cuando consideramos la relación que existe entre la cantidad demandada y el precio de ese bien.

En definitiva puedo extraer finalmente mis propio concepto de oferta y demanda: Demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido, y Oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos.

2.5.4 TASA INTERNA DE RETORNO

2.5.4.1 DEFINICIÓN

MONOGRAFIAS.COM (2010) AFIRMA: “La tasa interna de retorno, TIR o IRR en inglés (InternalRate of Return), es una herramienta o medida usada como indicador al cuantificar la eficiencia de una inversión determinada.”

WIKIPEDIA.COM (2010) DICE: “La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.”

En otras palabras, el TIR es la tasa compuesta de retorno anual que se puede ganar de una inversión. Por lo mismo, matemáticamente el TIR se calcula partiendo de la ecuación del VAN, haciendo este igual a cero y calculando "i" para este valor. Se considera que si el TIR es mayor que el costo del capital para un proyecto, este último entrega valor a la compañía. Desde otro punto de vista,

un proyecto es bueno siempre y cuando su TIR sea mayor al retorno a la inversión que se pueda obtener en inversiones alternativas, como por ejemplo depósitos a plazo.

Hay otros factores importantes a considerar al usar esta herramienta, como con todos los estimadores matemáticos. Por ejemplo en el caso donde se evalúa entre dos proyectos mutuamente excluyentes, si uno de ellos tiene una inversión inicial mayor que el otro, puede ser que tenga una TIR (tasa interna de retorno) menor, pero un mayor VAN (valor actual neto), por lo que puede ser más conveniente el proyecto de mayor VAN.

Por lo anterior es que si bien la tasa interna de retorno o TIR es el indicador preferido por los analistas a la hora de evaluar un proyecto, se debe usar en conjunto con el VAN para tomar una buena decisión, y no desechar un proyecto que pueda entregar mayores utilidades a la empresa.

En definitiva podemos decir que el TIR es la tasa de descuento que iguala la suma del valor actual o presente de los gastos con la suma del valor actual o presente de los ingresos previstos, es la tasa de interés para la cual los ingresos totales actualizados es igual a los costos totales actualizados y es la tasa de interés máxima a la que se pueden endeudar para no perder dinero con la inversión

2.5.5 VALOR ACTUAL NETO

2.5.5.1 DEFINICIÓN

WIKIPEDIA.COM (2010) RECALCA: “Valor actual neto procede de la expresión inglesa *Net presentvalue*, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.”

MONOGRAFIAS.COM INFORMA: “Valor Actual Neto es la resta de la inversión menos los flujos de caja actualizados a una determinada tasa.”

La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

a) V_t representa los flujos de caja en cada periodo t .

b) I_0 es el valor del desembolso inicial de la inversión.

c) n es el número de períodos considerado.

El tipo de interés es k . Si el proyecto no tiene riesgo, se tomará como referencia el tipo de la renta fija, de tal manera que con el VAN se estimará si la inversión es mejor que invertir en algo seguro, sin riesgo específico. En otros casos, se utilizará el Costo de Oportunidad.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRESENTACIÓN

El presente estudio de mercado se realizó en la provincia del Carchi donde se investigó las variables: producto, demanda, oferta, precios, proveedores y producto a ofrecer.

Investigación primaria, consistió de entrevistas con comercializadores de papa chips. Asimismo, se efectuó encuestas a clientes reales y potenciales.

Investigación Secundaria, consistió en la obtención de estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) sobre la proyección de la población, así como la información obtenida de los gremios empresariales y otras instituciones.

Para determinar el tipo de producto existente en el mercado se realizó observaciones directas a los competidores en la ciudad de San Gabriel, así como también encuestas a los clientes reales y potenciales.

Con la finalidad de identificar la demanda de papa procesada (Chip) en la Ciudad de San Gabriel se obtuvo del INEC información histórica de la población distribuida en zonas urbanas y rurales.

Para conocer la oferta existente de papa procesada (Chips) en la ciudad de San Gabriel se tomó en cuenta el número de comercializadores que suman un total de 30 microempresas, información obtenida a través de una observación directa.

Con el propósito de identificar los precios actuales de la papa procesada (Chips) se realizó entrevistas a los productores de otras provincias y observación directa a los principales competidores.

Se utilizó la observación directa para identificar los posibles proveedores de materias primas e insumos para la fabricación de papas chips.

Para establecer la forma de comercialización se efectuó encuestas a los clientes así como también entrevistas a expertos.

3.1.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de mercado para determinar el nivel de aceptación del producto en nuestros posibles consumidores.

3.1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Determinar el tipo de producto existente en el mercado
- b) Identificar la demanda de papas chips en la ciudad de San Gabriel.
- c) Conocer la oferta existente de papas chips en la ciudad de San Gabriel.
- d) Identificar los precios actuales de papas chips.
- e) Identificar los posibles proveedores de materias primas e insumos.
- f) Determinar el producto a ofertarse en el mercado

3.1.3 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE DE INFORMACIÓN
1. Determinar el tipo de producto existente en el mercado.	PRODUCTO EXISTENTE	<ul style="list-style-type: none"> • DISEÑO Formas • CALIDAD • SUBPRODUCTOS • PRODUCTOS SUSTITUTOS 	<p>OBSERVACION DIRECTA</p> <p>ENCUESTA</p> <p>ENCUESTA OBSERVACIÓN OBSERVACIÓN</p>	<p>COMPETENCIA</p> <p>CLIENTES</p> <p>CLIENTES COMPETENCIA COMPETENCIA</p>
2. Identificar la demanda de papas chips en la ciudad de San Gabriel.	DEMANDA	<ul style="list-style-type: none"> • CONSUMIDORES Sexo Edad • LUGARES DE COMPRA • CANTIDAD DE COMPRA • CANTIDAD TOTAL DEMANDADA • PROYECCIÓN DE LA DEMANDA 	<p>ENCUESTA</p> <p>ENCUESTA ENCUESTA INVESTIGACIÓN</p> <p>INVESTIGACIÓN</p>	<p>CLIENTES</p> <p>CLIENTES CLIENTES INEC</p> <p>INEC</p>

3. Conocer la oferta existente de papas chips en la ciudad de San Gabriel.	OFERTA	<ul style="list-style-type: none"> • COMPETIDORES Nombre Ubicación Marca Volumen de Producción • CANTIDAD OFERTADA TOTAL • PROYECCIÓN DE LA OFERTA 	<p>OBSERVACIÓN</p> <p>ENTREVISTA</p> <p>ENTREVISTA</p>	<p>COMPETENCIA</p> <p>COMPETENCIA</p> <p>COMPETENCIA</p>
4. Identificar los precios actuales de papas chips.	PRECIOS	<ul style="list-style-type: none"> • NIVELES DE PRECIOS ACTUALES • COMPORTAMIENTO DEL PRECIO 	<p>ENTREVISTA</p> <p>ENTREVISTA</p>	<p>COMPETENCIA</p> <p>COMPETENCIA</p>
5. Identificar los posibles proveedores de materias primas e insumos.	PROVEEDORES	<ul style="list-style-type: none"> • PROVEEDORES 	<p>OBSERVACIÓN</p>	<p>PROVEEDORES</p>
6. Determinar el producto a ofertarse en el mercado.	PRODUCTO A OFRECER	<ul style="list-style-type: none"> • MATERIA PRIMA E INSUMOS • DISEÑO • PRECIO • COMERCIALIZACIÓN 	<p>ENCUESTA</p> <p>ENCUESTA</p> <p>ENCUESTA</p> <p>ENCUESTA</p>	<p>CLIENTES</p> <p>CLIENTES</p> <p>CLIENTES</p> <p>CLIENTES</p>

ELABORACIÓN: Los Autores

3.1.3.1 PRODUCTO EXISTENTE

Las papas chips son unos bocadillos que se encuentra al alcance de todas las personas sin límite de edad, es comercializada en tiendas grandes y pequeñas. Son consumidas en su mayoría por jóvenes y niños que buscan degustar algo rápido antes de su horario de alimentación.

Actualmente en el mercado se ofertan dos tipos de papas chips: las de marca y patente como son: ruffles, golpes, y las papas caseras que tienen un empaque transparente y sin marca.

a) Diseño

En el diseño se considera el modelo del producto. Según la observación directa se determinó que: La presentación de las papas chips será en un empaque plástico transparente, consta de unos sachés de mayonesa, salsa o ají.

b) Calidad

La calidad del producto comprende varios aspectos: tipo de materia prima, higiene en el proceso de preparación de las papas.

c) Sub productos

El único subproducto existente es la cáscara de la papa o papacara la misma que se utiliza para alimento de animales como cerdos y cuyes.

d) Productos Sustitutos.- El producto que puede sustituir a las papas chips son los chifles, que son frituras de plátano, ya que son similares en sabor y cumplen la misma función de fastfood.

3.1.3.2 DEMANDA

a) Consumidores

Los consumidores de este producto son las todas las personas de 1 año en adelante, de sexo masculino y femenino, pertenecientes a familias de clase media y alta.

b) Lugares de compra

Por lo general las papas chips son expedidas en pequeñas tiendas.

c) Cantidad de Compra

Este tipo de bocadillos son consumidos sin límite de cantidad ya que por su exquisito sabor es adquirido por grandes y pequeños.

d) Cantidad Total Demandada

Para determinar la cantidad total demanda se tomó como base la información histórica de la población urbana mayor de un año del cantón Montufar.

POBLACIÓN DE MONTUFAR

AÑO	TOTAL	URBANA	RURAL
2001	29.288	12.897	16.391
2002	29.674	13.447	16.227
2003	29.898	13.849	16.049
2004	30.136	14.263	15.873
2005	30.418	14.719	15.699
2006	30.737	15.222	15.515
2007	31.038	15.707	15.331
2008	31.377	16.228	15.149
2009	31.741	16.771	14.970
2010	32.127	17.335	14.792

FUENTE: INEC

ELABORACIÓN: Los Autores

Mediante las encuestas se determinó que los consumidores compran en promedio cinco papas chips al mes.

DEMANDA ANUAL

AÑO	POBLACION URBANA DE MONTUFAR	CANTIDAD DE COMPRA MENSUAL POR PERSONA	CANTIDAD DE COMPRA ANUAL POR PERSONA	CANTIDAD TOTAL DEMANDADA ANUAL
	1	2	3	4
2010	17009	5	36	612324

FUENTE: (1) INEC
(2) ENCUESTAS
ELABORACIÓN (3) Y (4) LOS AUTORES

e) Proyección de la Demanda

La demanda se proyectó a través del método de crecimiento exponencial, utilizando la tasa de crecimiento poblacional del cantón Montufar que es del 3.34% en base a la cual se proyectó la población en el período 2011 – 2015, tiempo relacionado con la vida útil del proyecto.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	POBLACIÓN DE MONTUFAR (1)	CANTIDAD DE COMPRA MENSUAL POR PERSONA (2)	CANTIDAD DE COMPRA ANUAL POR PERSONA (3)	DEMANDA PROYECTADA (4)
2011	17578	5	60	1054660
2012	18165	5	60	1089890
2013	18772	5	60	1126298
2014	19399	5	60	1163922
2015	20047	5	60	1202803

FUENTE: (1) INEC

(2) ENCUESTAS ELABORACIÓN: (3) (4) LOS AUTORES

3.1.3.3 OFERTA

a) Características de los Competidores

Nuestros competidores son pequeñas y medianas empresas dedicadas a la comercialización de papas chips, ubicadas en el Cantón Montufar. Los productos son ofrecidos al por mayor y menor en tiendas y bodegas ubicados en el Cantón.

b) Competidores

En el cantón Montufar no existe una microempresa productora de papas chips, únicamente comercializadores.

VOLUMEN DE VENTAS DE PAPAS CHIPS EN MONTUFAR

NRO	VOLUMEN DE VENTAS MENSUAL (1)	VOLUMEN DE VENTAS ANUAL (2)
30 COMERCIALIZA DORAS	1134	408216

FUENTE: (1) y (2) Entrevistas comerciantes

c) Proyección de la Oferta

La comercialización de papas chips en el cantón Montufar tiene una tasa de crecimiento del 4% anual según información obtenida de los comercializadores; que se utilizó para proyectar la oferta a través del método de crecimiento exponencial, cuya fórmula es: $Q_n = Q_0 (1+i)^n$. Donde:

* Q_n = Comercialización futura

* Q_0 = Comercialización Inicial

* i = Porcentaje de crecimiento de la comercialización anual

* n = Año proyectado

PROYECCION DE LA OFERTA

AÑO	OFERTA PROYECTADA
2011	424545
2012	441526
2013	459187
2014	477555
2015	496657

Elaboración: Los Autores

d) Balance Oferta Demandada

Se determino que durante los cinco años de vida útil del proyecto existe demanda insatisfecha.

BALANCE OFERTA DEMANDA

AÑO	OFERTA	DEMANDA	SUPERÀVIT
	(unidades)	(unidades)	DÉFICIT
2011	424545	1054660	630115
2012	441526	1089890	648364
2013	459187	1126298	667111
2014	477555	1163922	686367
2015	496657	1202803	706146

ELABORACIÓN: Los Autores

3.1.3.4 PRECIOS

a) Niveles de Precios Actuales

Mediante la observación directa se identifico que los precios a los cuales se comercializan las papas chips son establecidos por la oferta y la demanda, es así que actualmente estos se venden a un precio de entre 1.00 y 1.50.

b) Comportamiento del Precio

El precio de las papas chips según los comercializadores no ha variado significativamente durante los últimos tres años ya que una alza de este provocaría una disminución en la demanda .Ante esta situación los comercializadores optan por controlar eficientemente el precio de sus productos y poder competir en el mercado.

3.1.3.5 PROVEEDORES

a) Principales Proveedores

El principal proveedor de la materia prima para elaborar papas chips es el Sr. Luis Benavides quien tiene una microempresa productora en Ipiales en el vecino país de Colombia.

3.1.3.6 PRODUCTO A OFRECER

El producto a ofrecer es una fundita de papas chips que contienen salsa, mayonesa, o ají.

a) Materia Prima e Insumos

La materia prima es la papa de tipo Capira que es la más adecuada, también se utilizan insumos como: sal, aceite, fundas, sachets de mayonesa, salsa de tomate y ají, etiquetas.

b) Diseño

El empaque de la funda es tradicional, sin embargo las papas tendrán forma de media luna

c) Precio

El precio con el cuál se ofertará el producto es de 0.70 centavos de dólar el cuál se determino en base a la oferta y demanda, conjuntamente con un análisis de costos que permitan tener un margen de utilidad del 40%.

d) Comercialización

Nuestras papas chips se comercializarán al por mayor y menor en bodegas y pequeñas tiendas, además se piensa utilizar un pequeño local de abastecimiento directo al consumidor.

3.1.3.7 RESULTADOS

Se presenta a continuación la información cuantitativa obtenida a través de las encuestas aplicadas a los habitantes del cantón Montufar sin incluir a los niños menores de un año de edad , para ello se aplicó la formula de la muestra que se detalla a continuación.

Fórmula de la muestra

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

$$n = \frac{17009 * 0.50^2 * 1.96^2}{0.05^2 (17009 - 1) * 0.50 * 1.96^2}$$

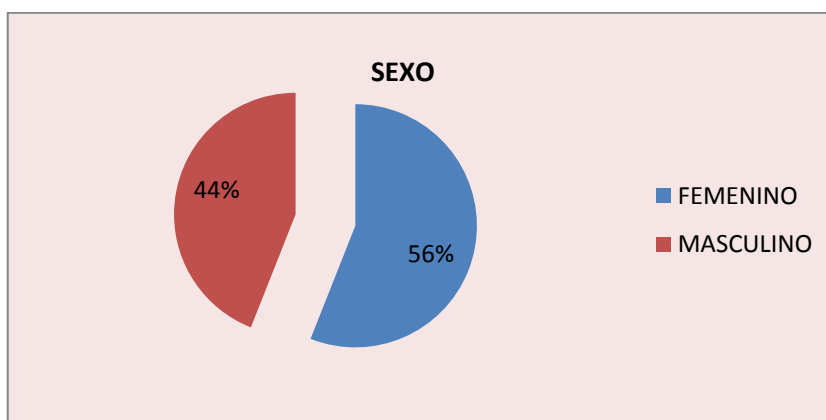
$$n = \frac{17009 * 0.25 * 3.8416}{42.52 + 1.92}$$

$$n = \frac{16335.44360}{44.4408}$$

n= 367 encuestas.

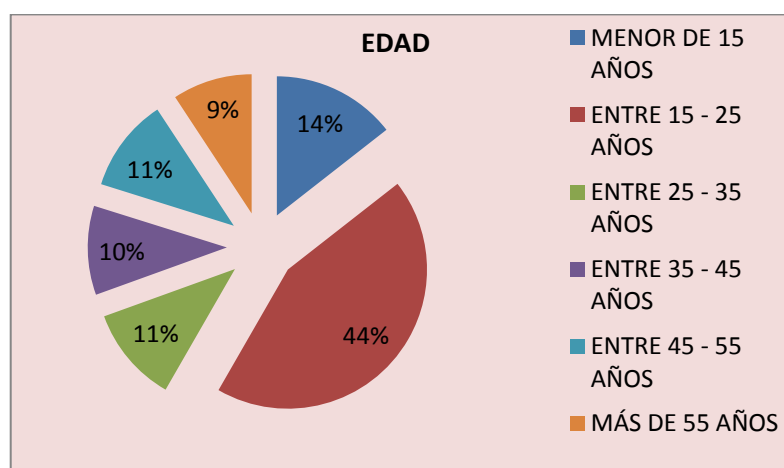
3.1.3.8 EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

DATOS TÉCNICOS: SEXO Y EDAD



FUENTE: Ecueta consumidores

ELABORADO POR: Los Autores



FUENTE: Ecueta consumidores

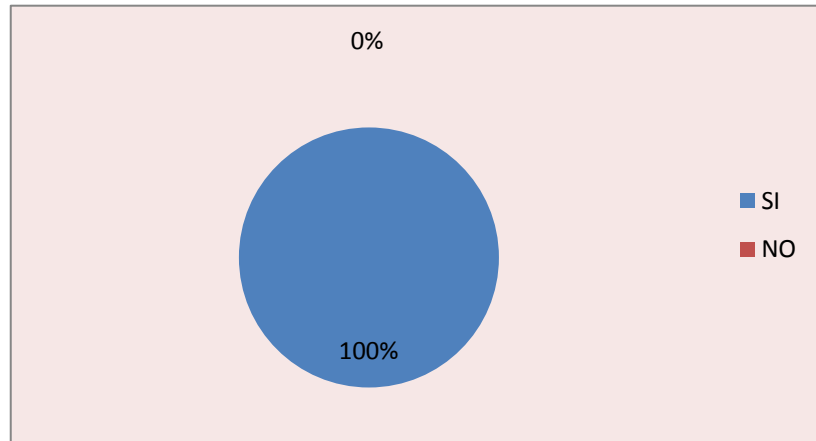
ELABORADO POR: Los Autores

a)ANÁLISIS

De acuerdo a la encuesta realizada se obtiene que 56%, de las personas encuestadas pertenecen al sexo masculino y 44% al sexo femenino. En cuanto a las edades la mayoría de personas encuestadas esta en el intervalo de edades de 15 y 25 años representado por un 44% seguido de un 14% del intervalo de menores de 15 años, posteriormente con un 11% de 25 a 35 años y 45 a 55 años, luego con un 10% le corresponde a las edades entre 35 y 45 años, finalmente el porcentaje más bajo corresponde al 9% de las edades de más de 55 años.

CUESTIONARIO

- ¿Le gustaría adquirir papas chips acompañadas de sachets de salsa de tomate, mayonesa y ají?



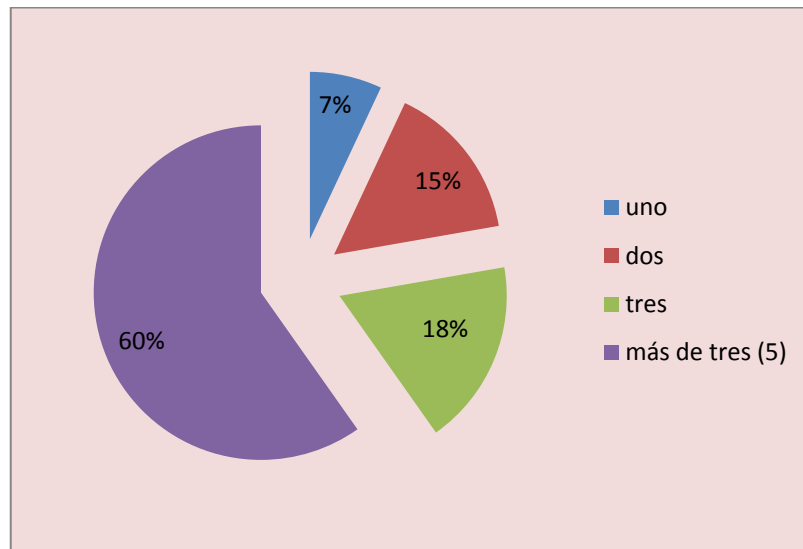
FUENTE: Encuesta consumidores

ELABORADO POR: Los Autores

a)ANÁLISIS:

Según la encuesta realizada se determinó que a todas las personas encuestadas les gustaría adquirir una fundita de papas chips acompañadas de sachets de salsa de tomate, mayonesa y ají.

- **¿Cuántas funditas de papas chips adquiriría o adquiere al mes?**



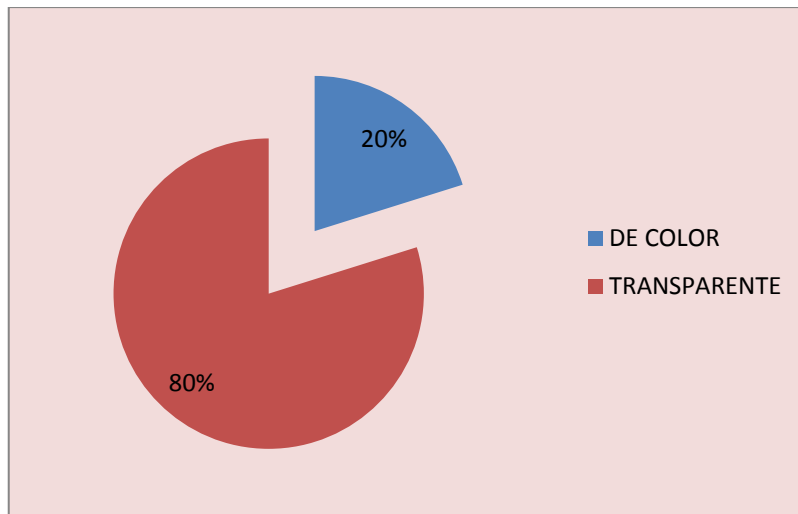
FUENTE: Ecuesta consumidores

ELABORADO POR: Los Autores

a)ANÁLISIS:

Según los resultados el 60% de los encuestados afirma que durante un mes consumen más de tres veces papitas chips como aperitivo, exponen que consumen 5 veces al mes, el 18% opina que únicamente consumen 3, en tanto que el 15% expone que consume dos, mientras que solo un 7% afirma que consume 1 fundita de papas chips al mes.

•Le gustaría que el empaque sea:



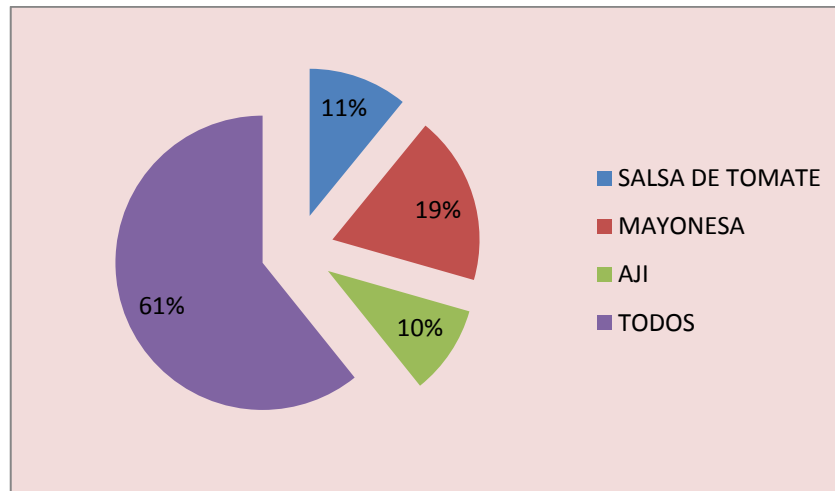
FUENTE: Ecueta consumidores

ELABORADO POR: Los Autores

a)ANÁLISIS:

Los Resultados muestran una clara tendencia de los encuestados al afirmar que su preferencia es un empaque transparente ya que les gustaría observar la forma de las papas chips y los sachets que lleva dentro, esto se ve representado por un 80%, mientras que un 20% dice que fuera mejor un empaque de color.

•Desearía que dentro del empaque venga:



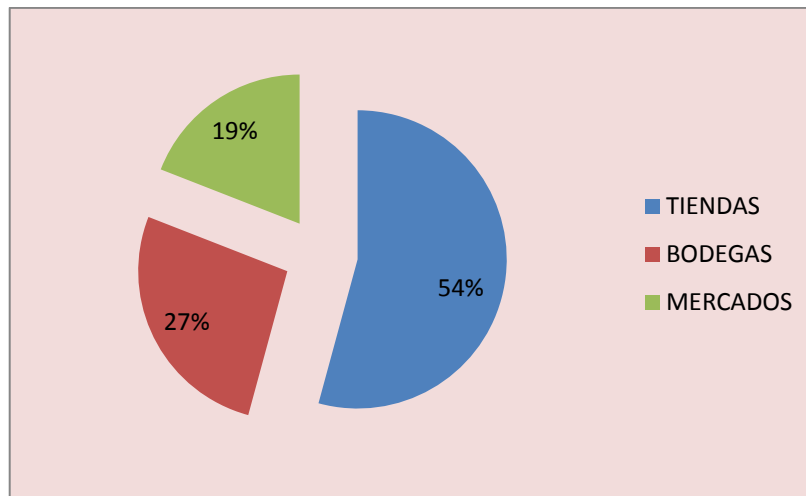
FUENTE: Ecuesta consumidores

ELABORADO POR: Los Autores

a)ANÁLISIS:

Las encuestas aplicadas a los habitantes de la población de Montufar muestran claramente que la preferencia de los mismo es que dentro del empaque de las papas chips vengan los sobrecitos de salsa de tomate, ají, y mayonesa seguido de un 19% que opina que únicamente debe venir el sobrecito de mayonesa, en tanto que un 11% indica que salsa de tomate, al final con un 10% creen conveniente únicamente el sobre de ají..

- **¿Dónde le gustaría adquirir estas papas chips?**



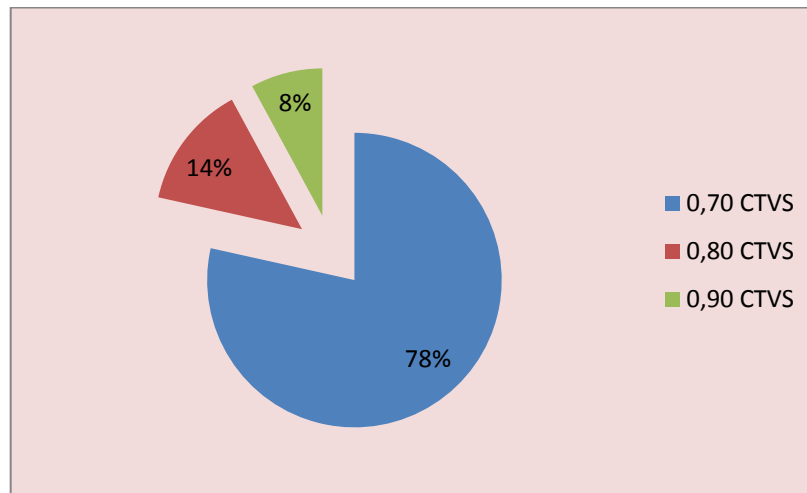
FUENTE: Ecuesta consumidores

ELABORADO POR: Los Autores

a) ANÁLISIS:

El resultado de las encuestas aplicadas a las personas da ha conocer que la preferencia de estas personas es encontrar el producto en pequeñas tiendas esto se ve representado por un contundente 54% posteriormente la preferencia se inclina a las bodegas con un 27% y el 19% restante piensa que sería mejor encontrar este producto en supermercados.

- **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una fundita de papas chips de 100 gramos?**



FUENTE: Ecueta consumidores

ELABORADO POR: Los Autores

a)ANÁLISIS:

A través de la recolección de información por medio de estas encuestas podemos observar una clara tendencia de 78% de las personas involucradas que opinan que el precio adecuado de las papas chips es de 0.70 centavos de dólar, seguido de un 14% que opina que debería costar 0.80 ctvs. Finalmente el 8% opina que debería tener un costo de 0.90 centavos.

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Los productos existentes en el mercado de papas chips en el cantón Montufar no cumplen con la demanda exigida en precio y calidad, por lo que el proyecto tiene la oportunidad de triunfar en este mercado.
- Se ha determinado que existen varios proveedores de materia prima para elaborar estas deliciosas papas chips, se ha tomado en cuenta a quienes nos ofrecen menor precio y la más alta calidad.
- A los clientes les parece atractivo el precio que se ha establecido para las papas chips ya que es cómodo y está al alcance de sus bolsillos.

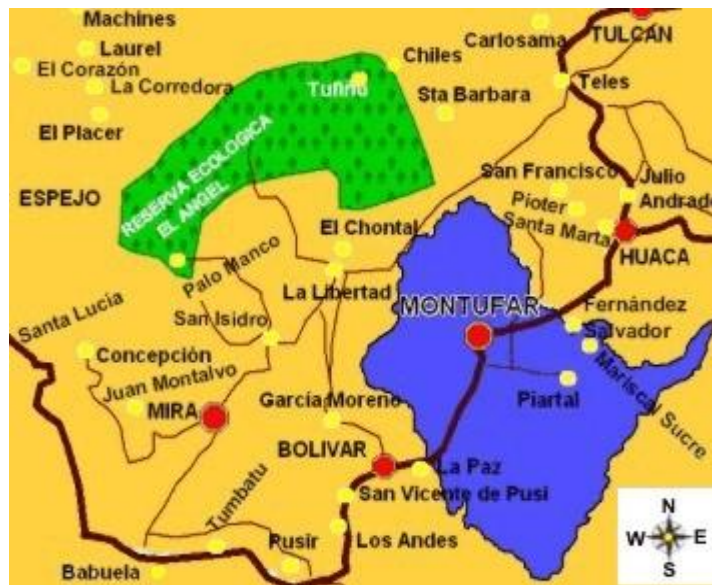
CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1 ESTUDIO TÉCNICO

4.1.1 LOCALIZACIÓN

En la localización del proyecto se tomaron en cuenta dos aspectos fundamentales la macro localización y micro localización, para lo cual se aplicó el método técnico por puntos a través de la matriz de factores.



4.1.1.1 MACROLOCALIZACION.- Para la macro localización del proyecto se consideraron cuatro parroquias pertenecientes al cantón Montufar.

LUGARES PARA LA MACROLOCALIZACIÓN

Cuadro N° 4.1

LUGARES	PARROQUIAS	SECTOR
A	<i>La Paz</i>	Urbano
B	<i>San Gabriel</i>	Urbano
C	<i>Cristóbal Colón</i>	Rural
D	<i>Chitan de Navarretes</i>	Rural

ELABORACIÓN: Los Autores

Niveles de evaluación (escala de 1 a 5)

ÓPTIMO →	5
MUY BUENO →	4
BUENO →	3
REGULAR →	2
MALO →	1

CUADRO N.- 4.2

MATRIZ DE FACTORES PONDERADA					
FACTOR	PONDERACIÓN	LUGARES			
	%	A	B	C	D
FACTORES GEOGRÁFICOS	30				
Topografía Suelo	3	0,09	0,06	0,15	0,0009
Tipo De Suelo	2	0,04	0,02	0,08	0,04
Riesgos Poten	5	0,15	0,05	0,2	0,05
Disponibilidad H2O	5	0,15	0,05	0,2	0,05
Disponibilidad de Espacio físico	15	0,15	0,45	0,6	0,15
TOTAL		0,58	0,63	1,23	0,2909
FACTORES COMERCIALES	30				
P. Estratégica	15	0,45	0,3	0,75	0,15
Usos y Costumbres	1	0,03	0,02	0,05	0,01
Flujo de personas	6	0,18	0,12	0,3	0,06
Competencia	3	0,09	0,06	0,15	0,03
Proveedores	5	0,15	0,1	0,25	0,05
TOTAL		0,9	0,6	1,5	0,3

FACTORES LEGALES	20				
Ley de Protección ambiental	7	0,14	0,07	0,28	0,21
Ordenanzas Municipales	8	0,16	0,08	0,32	0,24
Permisos Sanitarios	2	0,04	0,02	0,08	0,06
Cámara de Comercio	3	0,06	0,03	0,12	0,09
TOTAL		0,4	0,2	0,8	0,6
FACTORES AMBIENTALES	20				
Manejo de desechos	6	0,12	0,06	0,24	0,18
Destrucción del Paisaje	4	0,08	0,04	0,16	0,12
Contaminación auditiva	4	0,08	0,04	0,16	0,12
Pérdida de la Frontera agrícola	3	0,06	0,03	0,12	0,09
Política para prevenir la contaminación	3	0,06	0,03	0,12	0,09
		0,4	0,2	0,8	0,6
TOTAL PONDERADO		2,3	1,6	4,3	1,8

ELABORACIÓN: Los Autores.

Luego de la ponderación de los factores antes citados, se determinó que la microempresa dedicada a la producción y comercialización de papas chips debe realizarse en la parroquia Cristóbal Colón del cantón Montufar de la Provincia de Pichincha.

4.1.1.2 MICROLOCALIZACIÓN

En la parroquia de Cristóbal Colón se identificaron cuatro barrios para realizar lamicro localización del proyecto.

LUGARES PARA LA MICROLOCALIZACIÓN

Cuadro N° 4.3

LUGARES	BARRIOS
A	Barrio Central
B	San Pedro
C	San Vicente
D	San Miguel

ELABORACIÓN: Los Autores

MATRIZ DE FACTORES PONDERADA

Cuadro N° 4.4

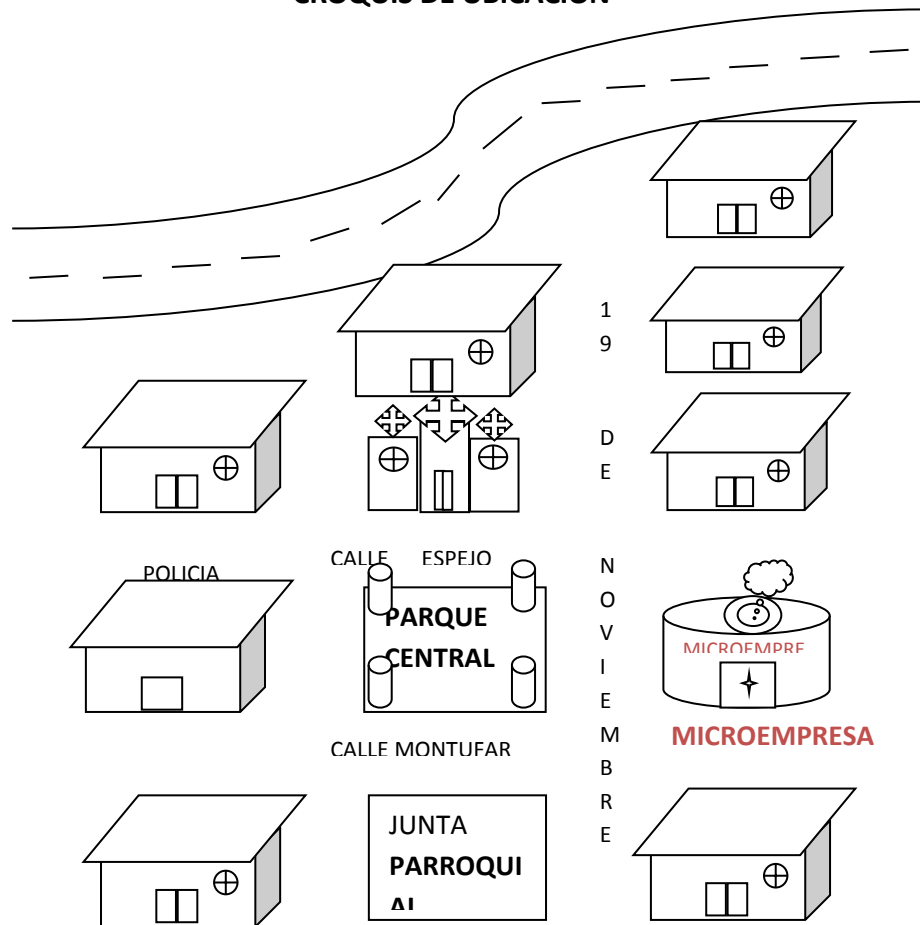
MATRIZ DE FACTORES PONDERADA					
FACTOR	PONDERACIÓN	LUGARES			
	%	A	B	C	D
FACTORES ESTRATÉGICOS	60				
Ubicación comercial	20	1	0,6	0,2	0,4
Cultura de compra y consumo	14	0,7	0,42	0,14	0,28
Comportamiento de la competencia	5	0,25	0,15	0,05	0,1
Facilidad del transporte	7	0,35	0,21	0,07	0,14
Zonas Pobladas	5	0,25	0,15	0,05	0,1
Policia y Bomberos	3	0,15	0,09	0,03	0,06
Plusvalía Predial	3	0,15	0,09	0,03	0,06
Cercanía a las vías de comunicación	2	0,1	0,06	0,02	0,04
Obras de Infraestructura	1	0,05	0,03	0,01	0,02
Subtotal		3	1,8	0,6	1,2
FACTORES COLATERALES	40				

Servicios de Apoyo	15	0,6	0,45	0,15	0,45
Seguridad Privada	10	0,4	0,3	0,1	0,3
Impuestos	8	0,3 2	0,24	0,08	0,24
Restricciones físicas y legales	7	0,2 8	0,21	0,07	0,21
Subtotal		1,6	1,2	0,4	1,2
TOTAL PONDERADO		4,6	3	1	2,4

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a estos dos análisis macro y micro la microempresa estará ubicada en la parroquia rural Cristóbal Colón, en el barrio central, en las calles 19 de noviembre y Montufar, en una planta de adquisición directa que será adecuada a las necesidades del proyecto, con una superficie de 90 metros cuadrados contará con servicios básicos de agua, energía eléctrica, alcantarillado y línea telefónica. La zona en la que funcionará la microempresa es comercial, cuenta con facilidades de transporte, servicios de policía y bomberos, obras de infraestructura y cercanía a las vías de comunicación. Además existen servicios de apoyo como: restaurantes y unidades médicas.

UBICACIÓN GEOGRÁFICA CROQUIS DE UBICACIÓN



ELABORACIÓN: Los Autores

4.1.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

La determinación del tamaño del proyecto se hizo con base en el análisis de la capacidad instalada y de la demanda insatisfecha.

4.1.2.1 MERCADO

De acuerdo al Estudio de Mercado realizado se determinó que existe una demanda potencial insatisfecha durante los cinco años proyectados de vida útil del proyecto.

DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

CUADRO # 4.5

AÑO	OFERTA (unidades)	DEMANDA (unidades)	SUPERÀVIT DÉFICIT
2011	424545	1054660	630115
2012	441526	1089890	648364
2013	459187	1126298	667111
2014	477555	1163922	686367
2015	496657	1202803	706146

ELABORACIÓN: Los Autores

4.1.2.2 COBERTURA DE DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

Se programa que la microempresa con su capacidad instalada pretende cubrir el 25% de la demanda insatisfecha.

COBERTURA DEL PROYECTO

CUADRO 4.6

AÑO	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER (UNIDADES)	COBERTURA DEL PROYECTO (UNIDADES)
2011	630115	157529
2012	648364	162091
2013	667111	166778
2014	686367	171592
2015	706146	176537

ELABORACIÓN: Los Autores.

4.1.2.3 TECNOLOGÍA DEL PROCESO PRODUCTIVO

El proceso productivo establece que se utilice tecnología mejorada y avanzada, utilizando maquinaria industrial que permita dar calidad y un valor agregado. La maquinaria será operada por personas calificadas con las habilidades y destrezas requeridas.

Para el adecuado funcionamiento de la maquinaria se realizará un mantenimiento constante y se contará con disponibilidad inmediata de repuestos evitando la paralización de actividades.

4.1.2.4 DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA E INSUMOS

A medida que va aumentando la producción de papa en la provincia del Carchi no se ha visto la necesidad de adquirir este producto fuera del país, bajando notablemente los costos del producto final.

El proyecto cuenta con proveedores dentro de la provincia, que facilitan el sistema de aprovisionamiento de materia prima e insumos.

4.1.2.5 ORGANIZACIÓN JURÍDICA

La microempresas dedicada a la producción y comercialización de papas chips se constituirá como una persona natural, quién tendrá el 100% de derecho sobre el patrimonio de la misma.

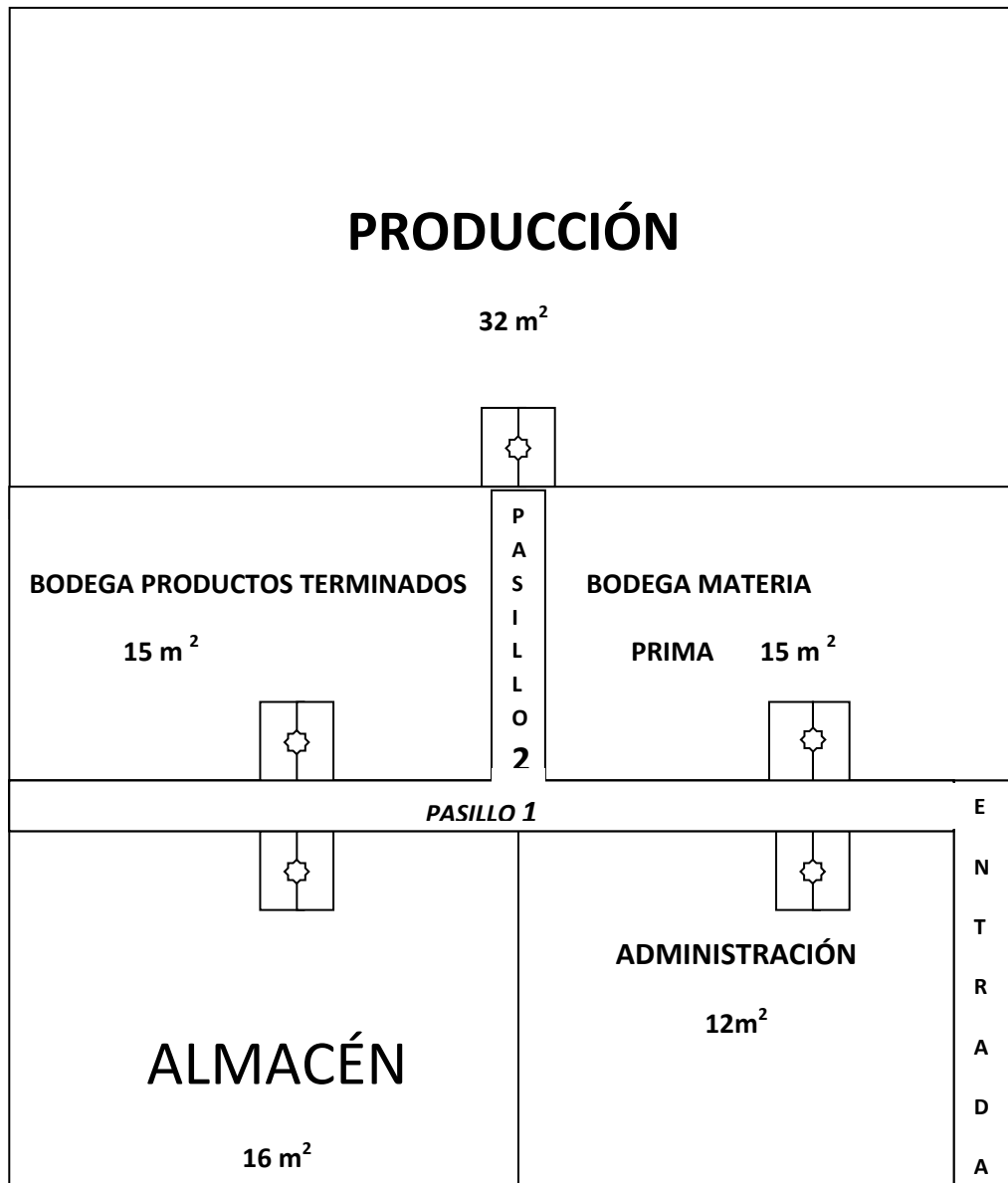
Las actividades de la microempresas se sujetarán a la Ley de Fomento de la Pequeña Industria y Artesanía al Código de Comercio, a la Ley de Régimen Tributario Interno, al Código de Trabajo y más reglamentos y legislación conexas.

4.1.2.6 DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA

La microempresa funcionará en una planta de 90 metros cuadrados, distribuida en tres áreas: producción, administración y ventas.

DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA POR ÁREAS
Cuadro 4.7

ÁREA	ESPACIO FÍSICO
Administración	12 metros cuadrados
Ventas	16 metros cuadrados
Producción	62 metros cuadrados



ELABORACIÓN: Los Autores

El diseño de las instalaciones hace notar una edificación de una planta única en las que se dividen las tres áreas, siendo la de producción la que ocupará mayor espacio físico la misma que esta distribuida en las siguientes:

- a) Pesado, pelado y lavado
- b) Precocción
- c) Secamiento, rectificado y trozado
- d) Secado
- e) Empacado y sellado

4.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.2.1 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS Y DE ESTRUCTURA DEL PROYECTO

La microempresa producirá papas chips, cada fundita de papas chips tendrá los siguientes componentes:

- 4.2.1.1 Papitas crocantes
- 4.2.1.2 sachet de mayonesa
- 4.2.1.3 sachet de salsa de tomate
- 4.2.1.4 sachet de ají

La materia prima e insumos para cada fundita de papas chips son los siguientes:

a) MATERIALES DIRECTOS

- 1 ½ papas Super Chola del tamaño de la palma de la mano

b) MATERIALES INDIRECTOS

- 1 litro de aceite por cada arroba de papas procesadas
- 1 funda de 500 gramos por cada quintal de papa
- sachet de mayonesa
- sachet de salsa de tomate
- sachet de ají
- 1 etiqueta
- 1 empaque

- Grapas

4.2.2 REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA

El proyecto requerirá de la siguiente maquinaria:

4.2.2.1 LAVADOR

4.2.2.2 PELADOR DE PAPAS

4.2.2.3 CORTADOR DE PAPAS

4.2.2.4 FREIDORA

4.2.2.5 BALANZA ELECTRICA DIGITAL

4.2.2.6 SELLADOR DE EMBALAJE

4.2.3 DESCRIPCIÓN DE LA MAQUINARIA

4.2.3.1 Lavador

Este equipamiento es esencial para obtener papas muy bien lavadas y desinfectadas para el proceso. La unidad debe comportar una capacidad de carga en el proceso, de 120/150 kg de papas por ciclo. Dimensiones: 2.40/2.60 mts de largo, para que pueda atender a las necesidades para esta unidad de fabricación.

4.2.3.2 Pelador de Papas

Equipo de accionamiento eléctrico, cuya operación para el descascado o pelado de la papa, es por acción abrasiva de piezas instaladas en su interior y denominado conjunto abrasivo, piezas con porosidad apropiadas a la función.

4.2.3.3 Cortador de Papas

Equipo manual, de acción mecánica con cuchillas de corte intercambiables para los cortes tipo chips, tipo palito o hilos de papa, para uso de operación en la bancada. Este equipo generalmente ya viene incorporado a la máquina de fritar papas, pero en algunas pequeñas fábricas es usado para el auxilio al cortador de la máquina, o en mayor número de casos, es para cortar las papas y crear una segunda línea de producción, sea de corte diferente al de la maquina o en su tratamiento de fabricación.

4.2.3.4 Máquina de Fritar Papas

Máquina de Cortar y Fritar Papas en una unidad compacta, construida en acero inoxidable 430, que está equipado con un tacho o tanque de fritar papas de 24 pulgadas, esmaltado o en acero inoxidable, con quemador a gas de alta presión, termómetro para el control de la temperatura, bandeja adjunta con escurridor en acero inoxidable, máquina de corte de papas fritas e incorporada a la unidad, con accionamiento manual para el corte. Con capacidad de 120 y 150 Kg. de papas por día.

4.2.3.5 Balanza Eléctrica Digital

Esencial para las operaciones de medir rendimientos, y las materias primas en todo el proceso, así como el pesaje de los productos finales a ser conferidos para su embalado definitivo, esencial para atender las normativas del pesaje de contenidos en los embalajes y las leyes de protección al consumidor. Para esta pequeña fábrica será recomendada una balanza que cubra de 05 gramos a 5kg para pesos de materias primas en el proceso.

4.2.3.6 Sellador de Embalajes

Unidad para sellar los embalajes de papas fritas, bolsa de polipropileno alimentario o de aluminio para volúmenes de 15-25-30-50 grs. Conforme las presentaciones que el mercado demande

CAPACIDAD DE LA MAQUINARIA

Cuadro # 3.8

MAQUINARIA	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DIARIA	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL
Lavador	1000	30000	360000
Pelador de Papas	1200	36000	432000
Cortador de Papas	1500	432000	5184000
Freidora	1500	432000	5184000
Balanza Eléctrica Digital	1500	432000	5184000
Sellador de Embalajes	1500	432000	5184000

FUENTE: Proveedor (SIRUBA)

La maquinaria tiene seis meses de garantía sobre los defectos de fabricación y cuenta con repuestos originales en casos de daños.

4.2.4 REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA

La microempresa requerirá de 6 operarios, distribuidos de la siguiente manera

MANO DE OBRA

Cuadro #4.9

# OPERARIOS	MAQUINARIA Y/O EQUIPO	TIEMPO (HORAS)
1	Lavador	8
1	Pelador de Papas	8
1	Cortador de Papas	4
	Freidora	4
1	Balanza Eléctrica Digital	8
	Sellador de Embalajes	3

ELABORACIÓN: Los Autores

4.2.5 EQUIPAMIENTO DE LA MICROEMPRESA

MAQUINARIA

Cuadro # 4.10

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lavador	1	1140.71	1140.71
Pelador de Papas	1	464.29	464.29
Cortador de Papas	1	1355.89	1325.89
Freidora	1	1480.00	1480.00
Balanza Eléctrica Digital	1	369.29	339.29
Sellador de Embalajes	1	180.00	180.00
TOTAL			4990.18
ELABORACIÓN: Los Autores		DEPRECIACIÓN	499.02

MUEBLES Y ENSERES

Cuadro # 4.11

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ESTANTERÍAS	6	80.00	480.00
ESCRITORIOS	2	120.00	240.00
MESA	1	150.00	150.00
MOSTRADOR	1	200.00	200.00
ARCHIVADOR	1	60.00	60.00
DISPENSADOR DE AGUA	2	25.00	50.00
SILLAS	7	10.00	70.00
TOTAL			1250.00
ELABORACIÓN: Los Autores		DEPRECIACIÓN	125.00

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Cuadro #4.12

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadora Pentium IV COMPLETA	1	800	800
TOTAL			800
ELABORACIÓN: Los Autores		DEPRECIACIÓN	266.67

SUMINISTROS DE OFICINA

Cuadro #4.13

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Calculadoras	3	20.00	60.00
Teléfonos	2	35.00	70.00
Grapadoras	2	3.00	6.00
Perforadoras	2	4.00	8.00
Papeleras	2	7.00	14.00
Facturas y notas de venta	2	10.00	20.00
Sellos	1	10.00	10.00
Varios			40.00
TOTAL			228.00

ELABORACIÓN: Los Autores

TALENTO HUMANO

Cuadro N° 4.14

CARGO	NRO DE PERSONAS	SUELDO	COSTO TOTAL
Gerente Administrador	1	600	600
Contador	1	400	400
Vendedor	1	250	250
Operarios	4	200	800
TOTAL			2050

ELABORACIÓN: Los Autores

ETAPAS BÁSICAS DEL PROCESO PRODUCTIVO

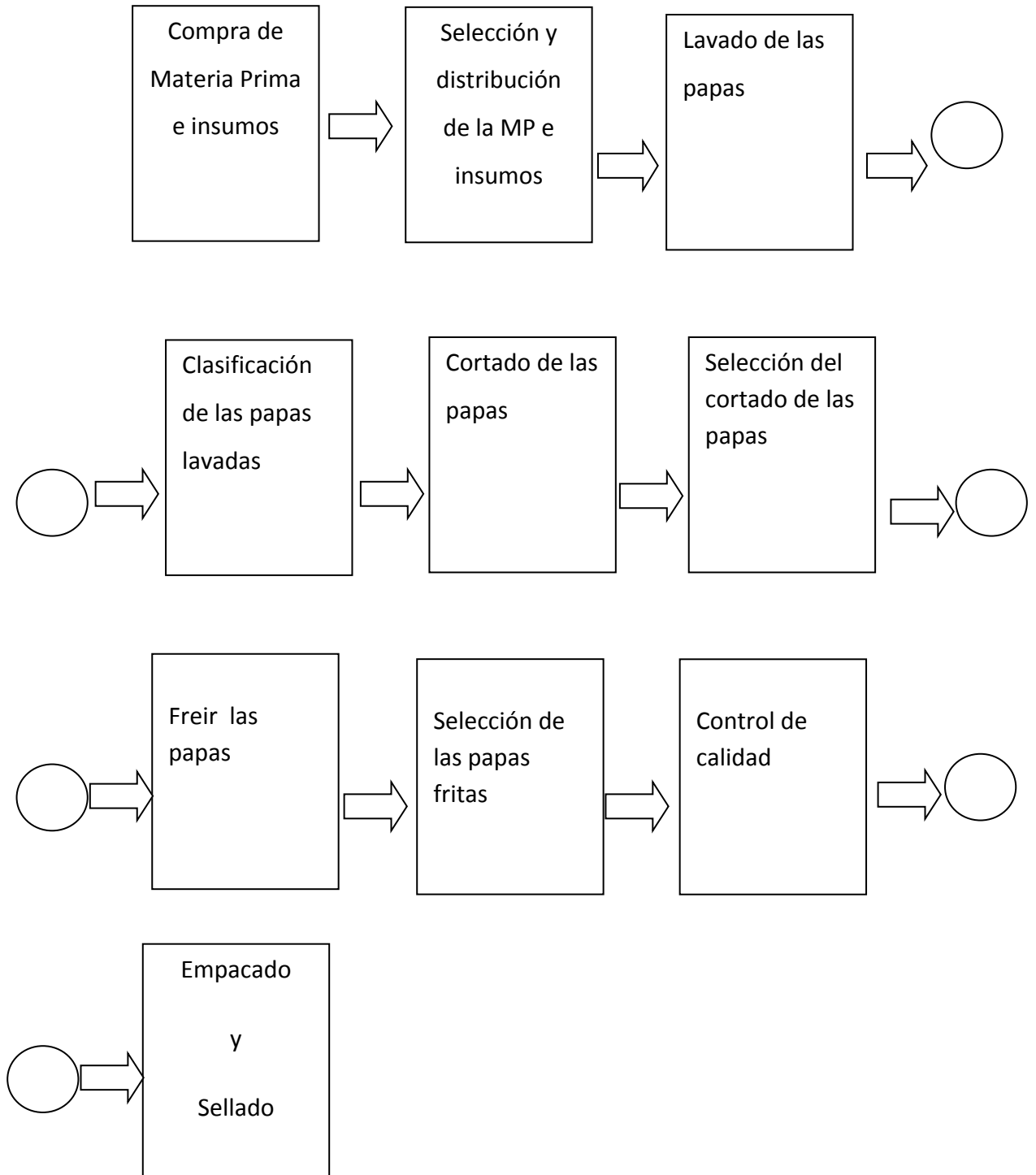
Cuadro N° 4.15

NRO	ETAPAS BÁSICAS
1	Compra de la Materia Prima e insumos
2	Selección y distribución de la Materia Prima
3	Lavado de las papas
4	Clasificación de las papas lavadas
5	Cortado de las papas
6	Selección del cortado de las papas
7	Freír las papas
8	Selección de las papas fritas
9	Control de calidad
10	Empacado y sellado.

ELABORACIÓN: Los Autores

DIAGRAMA DE BLOQUES

Cuadro N° 4.16



ELABORACIÓN: Los Autores

LISTADO DE ACTIVIDADES

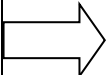





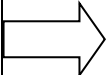









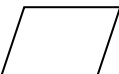







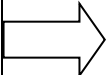





Cuadro N° 4.17

Nº	DESCRIPCIÓN	TIEMPO PÉSIMO
1	Tendido de las papas sobre la mesa	15
2	Seleccionar las papas idóneas para el lavado	15
3	Lavado de las papas	30
4	Control de calidad final de las papas lavadas	15
5	Clasificación de las papas lavadas	60
6	Freír las papas (primera porción)	105
7	Freír las papas (segunda porción)	90
8	Control de calidad de las papas fritas	15
9	Secado de las papas fritas	30
10	Selección de las papas fritas	15
11	Alistar sachets de mayonesa, salsa y ají.	15
12	Control de calidad	30
13	Empacado de las papas	30
14	Bodegajede insumos sobrantes	15

ELABORACIÓN: Los Autores

PLANTILLA DE PRODUCCIÓN

SIMBOLOGÍA						ACTIVIDAD	TIEMPO
→	○	⊙	▽	▱	D	Tendido de las papas sobre la mesa	15
→	○	⊙	▽	▱	D	Seleccionar las papas idóneas para el lavado	15
→	○	⊙	▽	▱	D	Lavado de las papas	30
→	○	⊙	▽	▱	D	Control de calidad final de las papas lavadas	15
→	○	⊙	▽	▱	D	Clasificación de las papas lavadas	60
→	○	⊙	▽	▱	D	Freír las papas (primera porción)	105
→	○	⊙	▽	▱	D	Freír las papas (segunda porción)	90
→	○	⊙	▽	▱	D	Control de calidad de las papas fritas	15
→	○	⊙	▽	▱	D	Secado de las papas fritas	30

						Selección de las papas fritas.	15
						Alistar sachets	15
						Control de calidad	30
						Empacado de las papas	30
						bodegaje de insumos sobrantes.	15

TOTAL PRODUCCIÓN DIARIA

8 HORAS

Esta plantilla de producción se elaboró en base a la producción diaria de 160 funditas de papas chips con un tiempo estimado de 8 horas.

ELABORACIÓN: Los Autores

ESTRUCTURA OPERATIVA DE LA RED A ESCALA

Cuadro N.- 4.18

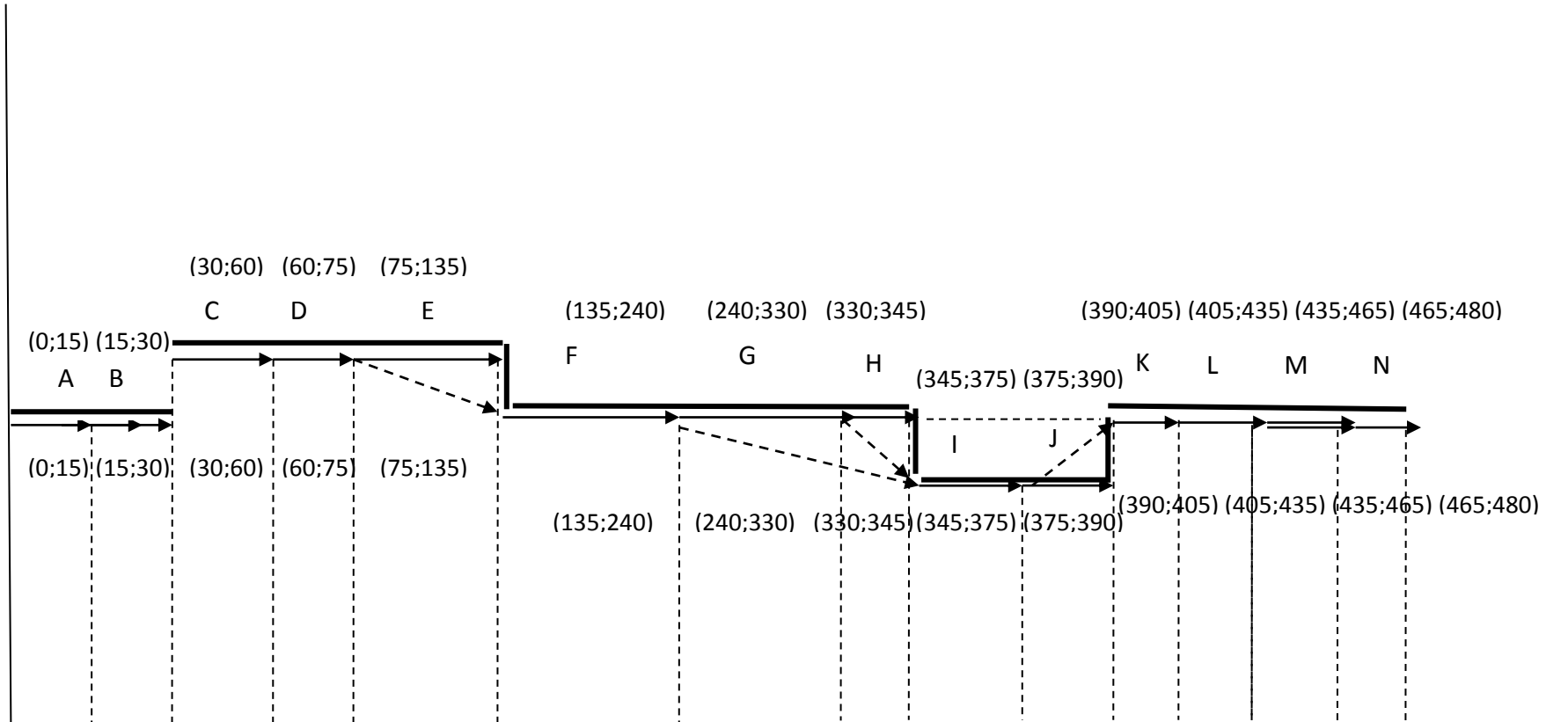
N.-	DESCRIPCIÓN	ACTIVIDAD	PRECEDENCIA	T.O.	T.N.	T.P.
1	Tendido de las papas sobre la mesa	A	-----	10	15	25
2	Seleccionar las papas idóneas para el lavado	B	A	10	15	25
3	Lavado de las papas	C	A, B	25	30	40
4	Control de calidad final de las papas lavadas	D	C	10	15	25
5	Clasificación de las papas lavadas	E	D	50	60	70
6	Freír las papas (primera porción)	F	D,E	90	105	115
7	Freír las papas (segunda porción)	G	F	75	90	100
8	Control de calidad de las papas fritas	H	G	10	15	25
9	Secado de las papas fritas	I	F,G,H	25	30	40

10	Selección de las papas fritas	J	I	10	15	25
11	Alistar sachets de mayonesa, salsa y ají.	K	G,H,I,J	10	15	25
12	Control de calidad	L	K	20	30	40
13	Empacado de las papas	M	L	20	30	40
14	Bodegaje de insumos sobrantes	N	M	10	15	25

ELABORACIÓN: Los Autores

RED A ESCALA CON TIEMPO NORMAL

CUADRO N.- 4.19



ELABORACIÓN: Los Autores

CUADRO DE HOLGURAS

Cuadro N.- 4.20

ACTIVIDAD	tt1	tD1	tt2	tD2	HOLGURA
A	0	15	0	15	0
B	15	30	15	30	0
C	30	60	30	60	0
D	60	75	60	75	0
E	75	135	75	135	0
F	135	240	135	240	0
G	240	330	240	330	0
H	330	345	330	345	0
I	345	375	345	375	0
J	375	390	375	390	0
K	390	405	390	405	0
L	405	435	405	435	0
M	435	465	435	465	0
N	465	480	465	480	0

ELABORACIÓN: Los Autores

Todas las actividades son críticas

CUADRO DE LA DESVIACIÓN

Cuadro N° 4.21

ACTIVIDAD	TO	TP	VARIANZA
A	10	25	225/36
B	10	25	225/36
C	25	40	225/36
D	10	25	225/36
E	50	70	225/36
F	90	115	225/36
G	75	100	225/36
H	10	25	225/36
I	25	40	225/36
J	10	25	225/36
K	10	25	225/36
L	20	40	400/36
M	20	40	400/36
N	10	25	225/36
TOTAL	4250/36		

ELABORACIÓN: Los Autores

$$\sqrt{s^2} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n - 1}}$$

$$s = \pm 10.8653373 \text{ minutos}$$

ANÁLISIS PROBABILÍSTICO

Nivel de tolerancia del Proyecto = 480 ± 10.8653373

Nivel de tolerancia del Proyecto = 8 horas + 10.8653373 minutos

= 8 horas y 10 minutos

Nivel de tolerancia del Proyecto = 8 horas - 10.865337 minutos

= 7 horas y 50 minutos

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

5.1 EVALUACIÓN ECONÓMICA

5.1.1 SITUACIÓN ACTUAL

Actualmente en el Cantón Montufar no existen microempresas dedicadas a la producción y comercialización de papas chips solo existen 30 microempresas comercializadoras. Todas estas microempresas son de propiedad privada, en consecuencia sus propietarios son los beneficiarios directos de las utilidades generadas en cada periodo económico.

5.1.2 SITUACIÓN PROPUESTA

El fin de nuestro proyecto es forjar plazas de empleo en el nivel operativo para de esta manera contribuir a mejorar las condiciones de vida de dichas personas y sus familias promoviendo el desarrollo económico local del cantón y por consecuencia del país.

El precio de venta de una fundita de papas chips en la propuesta de nuestro proyecto es de 0.70 dólares el cual incluye 35 ctvs. de costos y 35 ctvs. de utilidad, esto propende a generar un ahorro en nuestro futuros clientes correspondiente a 20 centavos de dólar, mismos que en la actual crisis económica que enfrentamos tienen si influyen en el bolsillo ecuatoriano.

5.1.3 RENTABILIDAD

Se prevé que para llevar a cabo el proyecto se requiere una inversión de \$60000, con el financiamiento 30/70 de acuerdo a la Corporación Financiera Nacional. En conclusión el proyecto mejorará la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, así como también la de su propietario. Además permitirá que los clientes puedan adquirir este producto a un menor precio que el actual.

5.2 EVALUACIÓN FINANCIERA

5.2.1 Estructura de la Inversión

CUADRO N°5.3

DETALLE	VALOR	%
Inversión Propia	18000	30%
Inversión Financiada	42000	70%
INVERSIÓN TOTAL	60000	100%

ELABORACIÓN: Los Autores

5.2.2 Destino de la Inversión

CUADRO N°5.4

DETALLE		VALOR	%
Inversión Variable		12000	20
Inversión Diferida		3000	5
Inversión Fija		45000	75
Infraestructura	20000		
Maquinaria y Equipo	15000		
Vehículo	5000		
Equipo Informático	5000		
INVERSIÓN TOTAL		60000	100

ELABORACIÓN: Los Autores

5.2.3 Costo de Capital

Cuadro 5.5

DETALLE	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	18000	0,3	7	2,1
Inversión Financiada	42000	0,7	10	7
INVERSIÓN TOTAL	60000	1		9,1
ELABORACIÓN: Los Autores COSTO DE CAPITAL				0,091

El costo de capital indica cuanto debe ser mi rendimiento al cambiar a esta actividad, en el caso de nuestro proyecto equivale al 9.10%. Para este caso utilizamos la estrategia 30/70 recomendada por la Corporación Financiera Nacional, se conoce además que el 30% en el mercado de valores puede rendir hasta el 7% mientras que el pago de la tasa activa neta es del 10%.

5.2.4 TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

Ck: Costo de capital

Inf. Inflación

$$\text{TRM} = (1 + C_k)(1 + \text{Inf.}) - 1$$

$$\text{TRM} = (1 + 0,091)(1 + 0,08) - 1$$

$$0,12$$

La Tasa de Rendimiento medio indica que el porcentaje real que se debe obtener para que el proyecto sea verdaderamente productivo en una mala economía como la ecuatoriana. El 9.10% es un valor referencial.

5.2.5 PAGOS FINANCIEROS

El financiamiento para cubrir el 70% (42000) de la inversión se obtendrá de la Corporación Financiera Nacional, mediante un crédito con una tasa de interés del 10% anual durante 3 años. La amortización de la deuda se realizará mediante pagos trimestrales de capital e interés.

Cuadro 5.6

Inversión Financiativa	42000	
Interés	10%	0,025
n	12	

Valor Presente $Vf \cdot i \cdot (1+i)^n / (((1+i)^n) - 1)$

Nro	valor presente	interés	Saldo soluto	saldo insoluto
1	4094,5	1050	3044,5	38955,5
2	4094,5	973,9	3120,6	35835,0
3	4094,5	895,9	3198,6	32636,4
4	4094,5	815,9	3278,5	29357,8
5	4094,5	733,9	3360,5	25997,3
6	4094,5	649,9	3444,5	22552,8
7	4094,5	563,8	3530,6	19022,2
8	4094,5	475,6	3618,9	15403,3
9	4094,5	385,1	3709,4	11693,9

10	4094,5	292,3	3802,1	7891,8
11	4094,5	197,3	3897,2	3994,6
12	4094,5	99,9	3994,6	0,0

ELABORACIÓN: Los Autores

5.2.6 ANEXO DE DEPRECIACIÓN

Cuadro 5.7

DETALLE	VALOR	TIEMPO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria y Equipo	5000	10	500	500	500	500	500
Vehículo	5000	3	1666,67	1666,67	1666,67		
EQUIP INF	15000	5	3000,0	3000,0	3000,0	3000,0	3000,0
VALOR TOTAL DE LA DERECH	25000	18	5166,67	5166,67	5166,67	3500	3500

ELABORACIÓN: Los Autores

VALOR DE RESCATE = 1000 Maquinaria y equipo

En el cuadro anterior se puede observar los valores que se van a deducir por concepto de depreciaciones de los activos fijos sujetos a la misma de acuerdo al método de línea recta. Al final se obtendrá un valor de rescate por concepto de maquinaria y equipo correspondiente a \$1000.

5.2.7 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Los presupuestos de ventas y costos se realizarán en base al volumen de producción que pretende cubrir el 25% de la demanda insatisfecha y el precio y costo se proyecta con la tasa de inflación del 2.26% el cual es la

inflación acumulada hasta septiembre del 2010 durante la vida útil del proyecto (5 años). El presupuesto de gastos describe todas las erogaciones necesarias para el desarrollo del proyecto.

Cuadro 5.8

PRESUPUESTOS DE INGRESOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Volumen proyectado	157529	162091	166778	171592	176537
Precio de venta proyectado	0,70	0,72	0,73	0,75	0,77
Ingreso proyectado	110270	116028	122081	128444	135132

ELABORACIÓN: Los Autores

La estimación del precio de venta se ve afectado por la inflación acumulada del 2.26%.

5.2.8 PRESUPUESTO DE COSTOS

Cuadro 5.9

PRESUPUESTO DE COSTOS OPERACIONALES					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Volumen proyectado	157529	162091	166778	171592	176537
Costo variable unit proyectado	0,32	0,33	0,33	0,34	0,35
COSTO TOTAL OPERACIÓN PROYECT	50173	52793	55547	58442	61485

ELABORACIÓN: Los Autores

El costo variable unitario ha sido tomado respecto al 70% del precio de venta proyectado para cada año.

5.2.9 PRESUPUESTO DE GASTOS

Cuadro N° 5.10

PRESUPUESTO DE GASTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Administrativos	11027,03	11602,80	12208,11	12844,36	13513,16
Gastos de ventas	8821,62	9282,24	9766,49	10275,49	10810,53
Imprevistos	1102,70	1160,28	1220,81	1284,44	1351,32
Gastos Financieros	3736	2423	975		
TOTAL GASTOS PRYECT	24687	24469	24170	24404	25675

ELABORACIÓN: Los Autores

5.2.10 ESTADOS PROFORMA

5.2.10.1 Balance de Arranque

ACTIVOS		PASIVOS	
Inversión Variable	12000	Crédito	42000
Inversión Diferida	3000		
Inversión Fija	45000		
Infraestructura	20000	PATRIMONIO	
Maquinaria y Equipo	5000	Inversión Propia	18000
Vehículo	15000		
Equipo Informático	5000		
TOTAL ACTIVO	<u>60000</u>	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	<u>60000</u>

ELABORACIÓN: Los Autores

5.2.10.2 Balance de Pérdidas y Ganancias

Cuadro N° 5.11

BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADAS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso por ventas	110270	116028	122081	128444	135132
Otros ingresos operacionales	0	0	0	0	0
TOTAL INGRESOS	110270	116028	122081	128444	135132
- Costos Operacionales	50173	52793	55547	58442	61485
UTILIDAD BRUTA PROYECTADA	60097	63235	66534	70002	73647
GASTOS					
Gastos Administrativos	11027	11603	12208	12844	13513
Imprevistos	1103	1160	1221	1284	1351
Gasto de ventas	8822	9282	9766	10275	10811
Depreciación	5167	5167	5167	3500	3500
Otros	0	0	0	0	
TOTAL GASTOS PROYECTADOS	26118	27212	28362	27904	29175
UTILIDAD OPERACIONAL	33979	36023	38172	42097	44472
Gastos Financieros	3736	2423	975	0	0
UTILIDAD PROYECTADA	30244	33600	37198	42097	44472

Elaboración: Los Autores

5.2.10.3 Flujo de Caja

Cuadro N° 5.12

FLUJO DE CAJA

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta Proyectada	30244	33600	37198	42097	44472
(+) Depreciación	5167	5167	5167	3500	3500
(+) Reinversión	0	0	0	0	0
(+) Valor de Rescate		0	0	0	1000
FLUJO TOTAL	35410	38767	42364	45597	48972
(-) Pago Principal	12642	13955	15403	0	0
(-) Otros	0	0	0	0	0
FLUJO CAJA NETA	22768	24812	26961	45597	48972

Elaboración: Los Autores

El flujo de caja muestra las entradas y salidas de efectivo proyectadas para los 5 años de vida del proyecto. El proyecto si es factible ya que el flujo de caja si reinvierte la inversión.

5.2.10.4 Evaluadores del Proyecto

Los evaluadores del proyecto nos permiten determinar los beneficios netos obtenidos en el proyecto.

- **VALOR ACTUAL NETO**

El VAN muestra el monto de beneficios reales que tendrá el proyecto ante la inversión y considera el valor cronológico del dinero y su costo de rentabilidad TRM.

$$\text{VAN} = -\text{Inversión} + \frac{\sum \text{flujos de caja neto}}{(1+i)^n}$$

$$\text{VAN} = -60000 + \frac{\Sigma 22768}{(1+0.12)^1} + \frac{24812}{(1+0.12)^2} + \frac{26961}{(1+0.12)^3} + \frac{45597}{(1+0.12)^4} + \frac{48972}{(1+0.12)^5}$$

$$\text{VAN} = \$56064.59$$

- **TASA INTERNA DE RETORNO**

La tasa Interna de Retorno nos permite identificar a que tasa debe rendir el proyecto para recuperar la inversión, siendo el VAN igual a cero; para lo cual se utiliza el método de la interpolación.

VAN AL 39%

$$\text{VAN} = -60000 + \frac{22768}{(1+0.39)^1} + \frac{24812}{(1+0.39)^2} + \frac{26961}{(1+0.39)^3} + \frac{45597}{(1+0.39)^4} + \frac{48972}{(1+0.39)^5}$$

$$\text{VAN} = 913.27$$

VAN AL 40%

$$\text{VAN} = -60000 + \frac{22768}{(1+0.40)^1} + \frac{24812}{(1+0.40)^2} + \frac{26961}{(1+0.40)^3} + \frac{45597}{(1+0.40)^4} + \frac{48972}{(1+0.40)^5}$$

$$\text{VAN} = -277.66$$

INTERPOLANDO CON 1% DE DIFERENCIA TENEMOS:

$$\begin{matrix} 1\% & & 1190.93 \\ & \diagdown & / \\ X & & 913.27 \end{matrix}$$

$$X = 0.76$$

$$\text{TIR} = 0.3976$$

La tasa a la cual se recupera la inversión del proyecto es del 39.76%.

- **BENEFICIO / COSTO**

El beneficio costo nos muestra el valor del proyecto sobre los costos que este posee, si el cálculo supera la cifra de 1 entonces será significativo.

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{\text{Ingresos Deflactados}}{\text{Egresos Deflactados}}$$

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{\sum \text{ingresos}/(1+i)^n}{\sum \text{egresos}/(1+i)^n}$$

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{404513.79}{287963.15}$$

$$\text{Beneficio Costo} = 1.4$$

El Beneficio del proyecto sobre los costos es del 1.4, este valor es significativo ya que es mayor que uno. Los ingresos superan a los egresos en 0.4 El proyecto se torna atractivo.

- **TASA DE RENDIMIENTO BENEFICIO COSTO**

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{\text{Ingresos Descontados}}{\text{Inversión Total del Proyecto}}$$

$$\text{Tasa de Rendimiento Beneficio Costo} = \frac{65152.43}{60000}$$

$$\text{Tasa de Rendimiento Beneficio Costo} = 1.08$$

Este valor se interpretaría de la siguiente manera por cada dólar que invertido en el proyecto se recibirá \$0.08 .

- **PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO	FLUJOS DESCONTADOS
1	22768	20328.65
2	24812	19780.05
3	26961	19190.27
4	45597	28978.02
5	48972	27787.87

ELABORACIÓN: Los Autores

Como se puede observar hasta el tercer año se ha recuperado casi la totalidad de la inversión. Para determinar cuánto recuperaremos en el quinto año hacemos la siguiente relación.

$$60000 - 59298.97 = 701.3$$

Con Flujos Descontados: 3 años + $701.3/28978.02$

$$= 3.02 \text{ años, } 3 \text{ años } 8 \text{ días}$$

CAPÍTULO VI

6. GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO

6.1 MISIÓN

Ofrecer un producto de calidad que satisfaga plenamente las expectativas de aquellas personas que han confiado en nuestra empresa y fortalecer el compromiso de proveedores y trabajadores relacionados con la actividad empresarial.

6.2 VISIÓN

En los próximos tres años la microempresa tendrá un amplio posicionamiento en el mercado, logrando la fidelidad de marca y generando fuentes de empleo que mejorarán la calidad de vida de quienes colaboran con la empresa.

6.3 COMPETENCIAS BÁSICAS

6.3.1.- Facilidad de expresión y comunicación.

6.3.2.- Capacidad para trabajar en equipo, logrando la productividad empresarial

6.3.3.- Habilidad para desarrollar ^creatividad permitiendo dar valor agregado al producto.

6.3.4.- Liderazgo

6.5 IDENTIFICACIÓN DE PUESTOS

6.5.1 Gerente Administrador

6.5.2 Contador

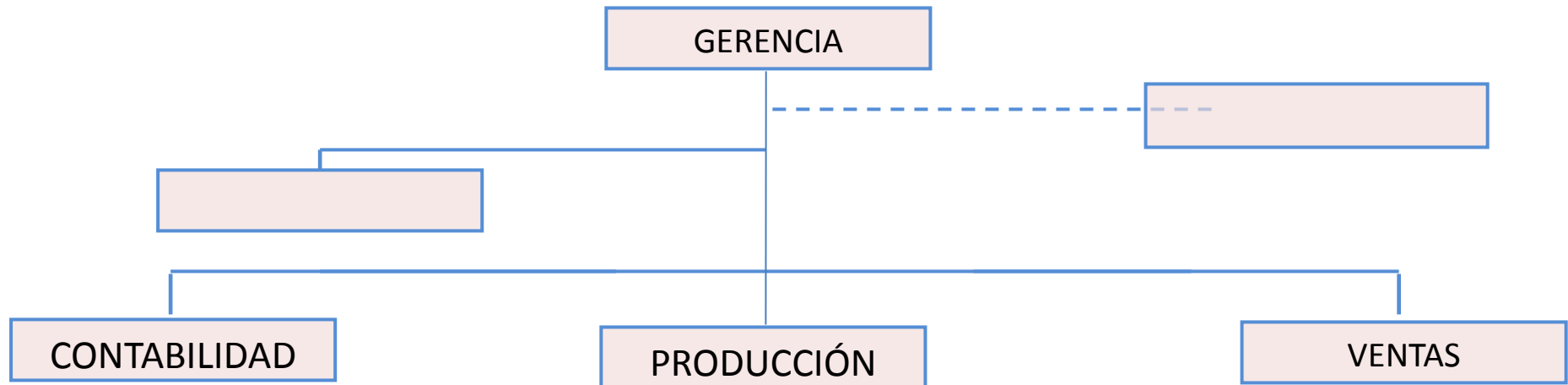
6.5.3 Vendedor

6.5.4 Operarios

6.5 ORGANIGRAMA DE LA MICROEMPRESA

ORGANIGRAMA VERTICAL

Cuadro N° 6.1



ELABORACIÓN: Los Autores

SECRETARÍA

PUESTO	COMPETENCIAS	INDICADORES	NIVEL	PERFIL	FUNCIONES
GERENTE ADMINISTRADOR	<p>Liderazgo</p> <p>Habilidad para dirigir grupos</p> <p>Habilidad para negociar con proveedores y clientes</p>	<p>Contratos filtrados con proveedores</p> <p>Volumen de ventas registrada</p>	Alto	<p>Formación académica superior</p> <p>Experiencia comprobada</p> <p>En el trato al personal y al cliente</p> <p>Trabajo a presión</p> <p>Estabilidad Emocional</p> <p>Ética en su desempeño laboral</p>	<p>Ser el representante legal de la empresa.</p> <p>Firmar contratos autorizar pagos.</p> <p>Realizar presupuestos.</p> <p>Presentar informes sobre la situación de la empresa.</p> <p>Tomar decisiones empresariales.</p>
CONTADOR	<p>Habilidad para afrontar dificultades laborales</p> <p>Disponibilidad para trabajar y coordinar</p> <p>Actividades en equipo</p> <p>Capacidad para tomar</p>	<p>Hoja de vida</p> <p>Referencias personales y profesionales</p>	Alto	<p>Profesional en contabilidad</p> <p>Experiencia en el trámites del S.R.I</p> <p style="text-align: center;">ASESORIA LEGAL</p>	<p>Asumir el control de todo tipo de documentación</p> <p>Ser el custodio de archivo</p>

	decisiones Habilidad para dar recomendaciones.				
VENDEDOR	Facilidad de expresión y comunicación Conocimiento del producto Capacidad para tomar decisiones en situaciones de presión	Volumen de ventas realizadas Ventas a crédito Ventas en efectivo	Alto	Experiencia en ventas Presentación correcta Facilidad para interrelacionarse Sentido de pertenencia Formación académica básica	Realizar ventas Encargarse de la facturación Llevar un registro de las ventas diarias Recuperar cartera Realizar inventarios
	Conocimiento en manejo de maquinaria industrial	Volumen de producción		Experiencia en el manejo de maquinaria industrial. Formación académica	Operar la maquinaria asignada

OPERARIOS	Creatividad Capacidad para trabajar en equipo logrando la productividad empresarial.	Diseños elaborados	ALTO	básica.	Desarrollar actividades de pelado, cortado, freido de las papas.
------------------	---	--------------------	-------------	---------	--

ELABORACIÓN: Los Autores

6.7 MANUAL DE FUNCIONES

En todo tipo de organización empresarial, sea grande o pequeña es necesario que exista un documento en el cual se encuentren especificadas cada una de las funciones de quienes están a cargo de la organización así como de quienes se encuentran bajo las órdenes de los mismos. De esta manera se puede realizar un trabajo organizado, sin demoras y sobretodo un trabajo óptimo que permita llegar a cumplir las metas empresariales así como la misión, y visión de los mismos.

MANUAL DE FUNCIONES

CARGO	FUNCIONES
GERENTE GENERAL	A) Ejercer la representación legal de la Empresa. B) Ejecutar y hacer ejecutar los acuerdos y resoluciones C) Celebrar por sí solo los contratos que interesen a la Empresa D) Designar los empleados que requiera el normal funcionamiento de la compañía y señalarles su remuneración. E) Presentar a la Junta Directiva y al constituyente en tiempo oportuno el balance general, el proyecto de distribución de utilidades y un informe sobre todos los asuntos de su cargo. F) Conferir poderes especiales e investir a los apoderados, exclusivamente de las facultades necesarias e indispensables, para que puedan cumplir con el mandato encomendado. G) Convocar a la junta directiva a reuniones

<p style="text-align: center;">SECRETARIA GENERAL</p>	<p>extraordinarias cuando lo juzgue conveniente o necesario y hacer las convocatorias del caso cuando lo ordenen los estatutos.</p> <p>H) Tomar todas las medidas que reclame la conservación de los bienes de la empresa, vigilar la actividad de los empleados de la administración de la empresa e impartirles órdenes e instrucciones que exija la buena marcha de la misma.</p> <p>I) En el desempeño de sus funciones el Gerente como representante de la empresa, podrá comparecer en proceso judicial o administrativo así como instaurar o iniciar toda clase de procesos judiciales o administrativos, interponer toda clase de recursos o incidentes o desistir de éstos o de las acciones iniciadas, siempre actuando en defensa de los intereses de la empresa</p> <p>J) Cumplir los demás deberes que le señalen los reglamentos de la empresa y los que por su naturaleza le correspondan.</p> <p>A) Ser puntual en todas sus actividades de funciones.</p> <p>B) Reclutar las solicitudes de servicios por parte del cliente.</p> <p>C) Hacer una evaluación periódica de los proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de éstos.</p> <p>D) Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente, para que todos estén</p>
--	---

<p>VENDEDOR</p>	<p>informados y desarrollar bien el trabajo asignado.</p> <p>E) Mantener discreción sobre todo lo que respecta a la empresa.</p> <p>F) Evitar hacer comentarios innecesarios sobre cualquier funcionario o departamentos dentro de la empresa.</p> <p>G) Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos.</p> <p>H) Obedecer y realizar instrucciones que te sean asignadas por su jefe.</p> <p>I) Mejora y aprendizaje continuo</p> <p>J) Vigilar el adecuado cumplimiento de los criterios emitidos por el gerente que permitan la coordinación con el resto de la organización.</p> <p>K) Establecer los mecanismos de coordinación que permitan la adecuada administración de los recursos humanos, financieros y materiales asignados.</p> <p>L) Supervisar el pago de nómina, el buen uso de la información que se derive de ella y su entrega oportuna.</p> <p>M) Promover la capacitación y adiestramiento del personal administrativo en los programas y áreas que favorezcan su desarrollo y la superación.</p> <p>N) Supervisar la elaboración de informes presupuestales y su entrega a la dirección.</p> <p>O) Vigilar la atención que se de al personal en lo correspondiente a sus necesidades, derechos y obligaciones, sobre las bases legales procedentes.</p>
------------------------	---

	<p>A) Explorar permanentemente la zona asignada para detectar clientes potenciales.</p> <p>B) Evaluar nuevos usos o necesidades de consumo de los clientes activos.</p> <p>C) Realizar un seguimiento de consumos por cada cliente de su zona.</p> <p>D) Preparar pronósticos de venta en función del área asignada para ser evaluados por la supervisión.</p> <p>E) Definir las necesidades de material promocional y soporte técnico para su zona.</p> <p>F) Programar el trabajo en su área, anticipando los objetivos de cada gestión.</p> <p>G) Vender todos los productos que la empresa determine, en el orden de prioridades por ella establecidos.</p> <p>H) Cerrar las operaciones de venta a los precios y condiciones determinados por la empresa.</p> <p>I) Cumplimentar los formularios y procedimientos para registrar las operaciones de venta.</p> <p>J) Mantener a los clientes informados sobre novedades, posibles demoras de entrega y cualquier otro tipo de cambio significativo.</p> <p>K) Concurrir a las reuniones de trabajo a que fuera</p>
--	---

CONTADOR	<p>convocado.</p> <p>L) Colaborar en la distribución y/o colocación de material promocional en los locales.</p> <p>M) Asesorar técnica, comercial y promocionalmente a sus clientes.</p> <p>N) Crear oportunidades y facilitar la llegada del personal de promoción técnica al cliente.</p> <p>O) Actuar como vínculo activo entre la Empresa y sus clientes para gestionar y desarrollar nuevas propuestas de negocios de promoción.</p> <p>P) Controlar la evolución del consumo de los clientes.</p> <p>Q) Informar sobre eventuales novedades de productos y sus aplicaciones.</p> <p>R) Llevar un control detallado de las operaciones de cada cliente.</p> <p>S) Elaborar informes sobre reclamos y novedades de sus clientes.</p> <p>A) Auxiliar a la secretaria administrativa en la elaboración del anteproyecto de presupuesto anual y cuidar su distribución de acuerdo a las necesidades y compromisos de la dependencia.</p> <p>B) cumplir con la normatividad establecida respecto al manejo del fondo fijo y a la captación, registro y</p>
-----------------	--

<p>OPERARIOS</p>	<p>utilización de los ingresos extraordinarios.</p> <p>C) Establecer los mecanismos de financiamiento necesarios para cubrir oportunamente el pago a proveedores y otros compromisos de índole financiero.</p> <p>D) Establecer y supervisar el sistema de registro contable presupuestal de las operaciones financieras.</p> <p>E) Instaurar los mecanismos de control que permitan identificar oportunamente las desviaciones, para su información inmediata al superior jerárquico, que coadyuve a la toma de decisiones.</p> <p>F) Presentar al Gerente el anteproyecto de operación anual del departamento, con objetivos y metas, así como el costo programado.</p> <p>G) Elaborar informe mensual automatizado de presupuesto, contabilidad e ingresos extraordinarios.</p> <p>H) Acordar e informar periódicamente al superior jerárquico sobre los avances en el cumplimiento de los programas establecidos.</p> <p>A) Operar la maquinaria de la microempresa de manera adecuada y cautelosa.</p> <p>B) Planear y programar las adquisiciones de bienes y servicios, de acuerdo a las necesidades y asignación presupuestal.</p> <p>E) Elaborar un catálogo de proveedores previa investigación, análisis y evaluación de las características</p>
-------------------------	---

	<p>y comportamiento de los proveedores en el mercado, en cuanto a la calidad, precio y oportunidad de los bienes y servicios.</p> <p>F) Implantar un sistema de control en el almacén de útiles de trabajo, mobiliario y equipo, desde la recepción de los materiales, su registro, y la elaboración de informes mensuales hasta la entrega al usuario, que permita conocer con oportunidad las existencias.</p> <p>G) Establecer los mecanismos necesarios para proteger, conservar y manejar adecuadamente los bienes.</p> <p>H) Cumplir su horario de trabajo</p> <p>I) Procesar y empacar las papas</p> <p>j) Lo que su inmediato superior le indique</p>
--	---

ELABORACIÓN: Los Autores

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

Se ha creído conveniente realizar un análisis prospectivo de los posibles impactos que el proyecto generará en la etapa de implantación para lo cual se ha realizado una matriz por cada tipo de impacto.- Para evaluar los impactos se utiliza la siguiente escala:

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

ELABORACIÓN: Los autores

7.1 IMPACTO SOCIOECONÓMICO

Cuadro 7.1

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de fuentes de empleo.						X		2
Migración					X			1
Estabilidad familiar						X		2
Total positivos								5
Total negativos								0
Impacto: 5/3								
IMPACTO SOCIOECONÓMICO MEDIO POSITIVO								1,67

ELABORACIÓN: Los Autores

La implantación del proyecto generará un impacto socioeconómico medio positivo, ya que la microempresa creará fuentes de empleo que permiten disminuir la migración y mejorar la estabilidad familiar.

7.2 IMPACTO CULTURAL EDUCATIVO

Cuadro N°7.2

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Autoestima					X			1
Aplicación de conocimientos						X		2
Generación de nuevos conocimientos						X		2
Transferencia de tecnología						X		2
Mejoramiento de los niveles de conocimientos						X		2
Total positivos								9
Total negativos								0
Impacto: 9/5								1.8
IMPACTO CULTURAL EDUCATIVO MEDIO POSITIVO								

ELABORACIÓN: Los Autores

El impacto cultural educativo tiene un puntaje de medio positivo porque la implantación del proyecto permitirá que los trabajadores apliquen sus conocimientos empíricos utilizando tecnología que les incentive a mejorar y generar nuevos conocimientos.

7.3 IMPACTO EMPRESARIAL

Cuadro N° 7.3

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Creatividad						X		2
Emprendimiento						X		2
Liderazgo						X		2
Competitividad						X		2
Productividad						X		2
Rentabilidad y éxito						X		2
Total positivos								12
Total negativos								0
12/6								2
IMPACTO EMPRESARIAL MEDIO POSITIVO								

ELABORACIÓN: Los Autores

La ejecución del proyecto provocará un impacto empresarial medio positivo porque se desarrollará la creatividad, emprendimiento, liderazgo, competitividad y productividad de sus trabajadores y propietarios, lo que contribuye a mejorar la rentabilidad de los mismos.

7.4 IMPACTO COMERCIAL

Cuadro N° 7.4

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Atención y servicio al cliente						X		2
Fidelización de clientes						X		2
Puntos de venta (punto de contacto con el cliente)						X		2
Calidad							X	3
Diseño						X		2
Total positivos								11
Total negativos								0
Impacto: 11/5								2.2
IMPACTO COMERCIAL MEDIO POSITIVO								

ELABORACIÓN: Los Autores

El impacto comercial tiene una calificación de medio positivo ya que la microempresa ofrece un producto de calidad en un punto de venta estratégico para conseguir la fidelización de los clientes.

7.5 IMPACTO ETICO

Cuadro N°7.5

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Honestidad (claros en lo que se ofrece)							X	3
Transparencia							X	3
Responsabilidad							X	3
Respeto							X	3
Total positivos								12
Total negativos								0
Impacto: 12/4								3
IMPACTO ETICO ALTO POSITIVO								

ELABORACIÓN: Los Autores

El impacto ético que ocasionará la implantación del proyecto es alto positivo porque los trabajadores y propietarios practicarán valores/como: honestidad, transparencia, responsabilidad y respeto.

7.6 IMPACTO AMBIENTAL

Cuadro N° 7.6

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	1	0	1	2	3	
Auditiva (ruido)		X						-2
Manejo de desechos		X						-2
Total positivos								-4
Total negativos								0
Impacto: -4/2								-2
IMPACTO AMBIENTAL MEDIO NEGATIVO								

ELABORACIÓN: Los Autores

La implantación del proyecto generará un impacto ambiental medio negativo debido a los desperdicios que se producen en la microempresa; también la maniobra de las máquinas industriales ocasiona un ruido que debe ser contrarrestado con protección auditiva para los operarios.

CONCLUSIONES DEL PROYECTO

- El entorno del proyecto es bastante favorable, ya que existen aliados el Municipio de Montufar que promueve el desarrollo de nuevas microempresas. Además el desarrollo turístico es una gran oportunidad para que las microempresas den a conocer sus productos frente a esto los riesgos y oponentes no afectan significativamente al proyecto.
- Las bases teóricas que se han consultado permiten tener un conocimiento fundamental de los principales conceptos que implica la creación de un nuevo negocio, son los cimientos del proyecto, la teoría que debemos transformar en práctica.
- El constante crecimiento poblacional ocasiona que la oferta de papas chips existente en Montufar no satisfaga en su totalidad a la demanda, es así que existe un nicho de mercado, al cual el proyecto pretende cubrir en un 25%.
- La localización del proyecto en una zona comercial permite disponer de la Materia Prima, Insumos y Mano de Obra requeridos para la microempresa, además la maquinaria y equipo son de fácil adquisición y su capacidad facilita alcanzar los objetivos planteados.
- La evaluación económica y financiera del proyecto determina que teóricamente la ejecución del proyecto es factible siempre y cuando se mantengan los escenarios y no existan cambios significativos en el mercado.
- El éxito del proyecto depende la gestión administrativa del mismo, siendo necesario que el talento humano cuente con las competencias técnicas funcionales requeridas para el adecuado desarrollo de la microempresa.

- El desarrollo del proyecto generará impactos que deben ser estudiados y tomados en cuenta para la normal ejecución del mismo.

RECOMENDACIONES DEL PROYECTO

- Las instituciones públicas del Estado deben promover de cada vez más y mejor el desarrollo de nuevas microempresas, para que de esta manera no se conviertan en un oponente de los mismos sino en un Aliado.
- Las fuentes bibliográficas de libros no son suficientes a la hora de realizar investigaciones además se requiere que sean más actuales y que las bibliotecas brinden un servicio más prolongado y personalizado.
- Se debe aprovechar las oportunidades que brinda el mercado en cuanto a la existencia de demanda insatisfecha mediante la creación de nuevos proyectos en las diversas ramas productivas.
- Se recomienda que los proyectos que utilicen máquinas industriales se establezcan en lugares alejados de la ciudad para evitar la contaminación auditiva.
- Antes de poner en marcha un proyecto se deben analizar los evaluadores financieros para no correr el riesgo de que este fracase.
- Se recomienda realizar siempre un análisis administrativo de un proyecto productivo para que las actividades se realicen en el tiempo programado y en la forma prevista.
- Los impactos negativos deben ser contrarrestados.
- El estudio realizado debería ser presentado al Ministerio de Agricultura y Ganadería para que de esta forma se aprovechen los recursos de la zona.

BIBLIOGRAFÍA

- ALVAREZ, Lourdes, Historia del Pensamiento de la Administración, Editorial Prentice Hall, Segunda Edición, México, 2005.
- ANDER-EGG, Ezequiel, Técnicas de Investigación Social, Editorial HVMANITAS, Séptima Edición, Buenos Aires Argentina, 1998.
- ÁNZOLA, Sérvulo, Administración de Pequeñas Empresas, Editorial McGraw Hill, México, 1993.
- ANDINO, Patricio, Investigación Social, teoría Metódica y Técnicas, Segunda Edición, Enero 1994 Quito-Ecuador
- ARBOLEDA, Germán, Proyectos, Editorial Luna, Cuarta Edición, 2001.
- BARRAGÁN, José, Administración de Pequeñas y Medianas Empresas, Editorial Trillas, México, 2002.
- BLOCK, Stanley, Gerencia Financiera, Editorial McGraw Hill, Décima Edición, México, 2005.
- CANTOS, Enriqueta, Diseño y Gestión de Microempresas, Editorial CODEU, 2005.
- CHECA, Juan; Contabilidad de Costos, Editorial Andina, Quito 1997
- CHIAVENATO, Idalberto, Administración “Proceso Administrativo”, Editorial Prentice Hall, Segunda Edición, México, 2005
- CHILQUINGA, Manuel, Contabilidad de Costos, Ibarra-Ecuador 2004
- DAFT L., Richard, MARCIC Dorothy, Introducción a la Administración, Edamsa impresiones, IV Edición, México 2005
- JÁCOME, Walter, Bases teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión, CUDIC – Editorial Universitaria, Ibarra, Ecuador, 2005.
- KOONTZ, Harold, Administración, Editorial McGraw Hill, Sexta Edición, México, 1998.
- LEIVA Z., Francisco; Nociones de Metodología de Investigación Científica; Editorial DIMAXI, Quinta Edición, Quito 2001.

- MOLINA, Antonio, Contabilidad de Costos, Editora Independiente, Tercera Edición, Ecuador, 2002.
- MONTEROS E., Edgar; MANUAL DE GESTIÓN MICROEMPRESARIAL - Editorial Universitaria, 2005
- NASSIR, Chain, Preparación y evaluación de proyectos, segunda edición, 2003.
- PINEDA E. Metodología de la Investigación, Editorial Copyringht Organización Panamericana de la Salud, segunda Edición, 1999.
- SOTO, Rogelio, Pequeñas Empresa, Editorial Palomino, Perú, 2002.
- ZAPATA, Pedro; Contabilidad de Costos, McGraw – Hill Interamericana, S. A. Bogotá 1998.
- ZORRILLA, Santiago, TORRES, Miguel, Metodología de la Investigación, Editorial Mc Graw – Hill S.A., Segunda Edición, México DF, 1997.

LINCOGRAFÍA:

www.inec.gov.ec

www.gestiopolis.com

www.ecuadordebate.com

www.gestiondelconocimiento.com

www.monografias.com/trabajos16/ciencia-y-tecnologia/ciencia-y-tecnologia.shtml

www.daedalus.es/inteligencia-de-negocio/gestion-del-conocimiento/

www.wikipedia.com

<http://www.definicionlegal.com/definicionde/Empresario.htm>

http://www.conquito.org.ec/creaempresa/index.php?option=com_content&task=view&id=30&Itemid=123

<http://www.eumed.net/cursecon/dic/E.htm#empresario>

<http://www.google.com.ec/search?q=modelo+operativo&btnG=Buscar&hl=es&sa=2>

http://entren.dgsca.unam.mx/introduccion/so_func.html

<http://microempresa.blogdiario.com/i2008-03/>

<http://www.bnf.fin.ec/index.php?t=personas&s=8&a=119>

<http://www.monografias.com/trabajos/surgimicroeven/surgimicroeven.shtml>

<http://www.webs.cl/info/256/definicion-de-microempresa/>

<http://www.mipractica.cl/portal/?q=node/6009>

<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/31/compelorg.htm>

<http://www.businesscol.com/productos/glosarios/economico/glossary.php?word=VENTAJA%20%20COMPETITIVA>

ANEXOS

LEY DE LA MICROEMPRESA

CAPITULO I DE LA MICROEMPRESA

Artículo 1.- La presente Ley ampara a todas las microempresas, constituidas ya sea por personas naturales, empresas unipersonales o personas jurídicas y a su organización gremial.

Artículo 2.- La microempresa es una unidad económica operada por personas naturales o jurídicas, que va desde el autoempleo o que cuentan hasta con diez colaboradores, que su capital de operación no supere los 400 S.M.V. sin considerar inmuebles, vehículos que sean herramientas de trabajo; registrada en la organización gremial de la microempresa; dedicadas a la producción, servicios o comercio, en los subsectores de alimentos, cerámico, confecciones, textil, cuero y calzado, electrónico- radio –TV, gráfico, químico-plástico, materiales de construcción, maderero, metalmecánica, profesionales, transporte, restaurantes, hotelería y turismo, ecológicos, mantenimiento vial y otros afines y registrada en la organización gremial de la microempresa.

Artículo 3.- Podrán constituirse Microempresas, con el concurso de una sola persona o por un número ilimitado de socios, siempre que laboren en la misma actividad o sector productivo, esta última se denominará microempresa asociativa, comunitaria y/o solidaria.

El propietario o los socios de una microempresa responderán hasta por el monto declarado en el documento de su constitución.

Artículo 4.-La Microempresa, tendrá como Representante Legal, al propietario o en su defecto al administrador que designe.

La Microempresa asociativa, comunitaria, y/o solidaria constituida de hasta cuatro socios, será administrada por la Asamblea General de socios; y, más de cinco socios, por un directorio, además de un administrador nombrado para el efecto.

Artículo 5.- Las Microempresas podrán ser constituidas por personas naturales, como empresa unipersonal o en las diferentes formas de sociedad reconocidas por la ley, y deberán registrarse en la organización gremial de la microempresa.

Artículo 6.- La microempresa podrá ejercer sus actividades económicas individuales, en razón de su capital, hasta el monto dispuesto en el Artículo 2 de esta Ley.

CAPITULO II

DE LA CAMARA NACIONAL DE MICROEMPRESAS

Artículo 7.- Créase la Cámara Nacional de Microempresas del Ecuador, como organización gremial de la microempresa, de derecho privado, sin fines de lucro, con personería jurídica, autonomía administrativa y financiera, organizada de conformidad con esta Ley, su Reglamento y los Estatutos.

La Cámara Nacional de la Microempresa tendrá los siguientes recursos: a) Las cuotas anuales que aportarán sus afiliados a través de las diferentes Cámaras; b) los aportes que instituciones públicas y privadas, nacionales y extranjeras realicen a la Cámara; c) las donaciones y legados que realicen las personas naturales y jurídicas nacionales y extranjeras a favor de la Cámara; d) otros ingresos que obtenga por sus actividades y servicios.

Artículo 8.-La Cámara Nacional de Microempresas, con sede en la Capital de la República, agrupa y representa al Consejo Nacional de Cámaras, a los Consejos Provinciales de Cámaras, a las Cámaras Cantonales, Parroquiales, Comunes o Recintales y organizaciones filiales, constituidas de acuerdo a sus estatutos.

Para la Administración la Cámara Nacional de Microempresas estará conformada: por el Congreso Nacional; el Consejo Nacional de Cámaras; el Directorio Nacional; el Presidente Nacional; las organizaciones de servicios adscritos y de apoyo; los comisarios, conforme se establezca en sus estatutos.

El Consejo Nacional de Cámaras de la Microempresa, el Consejo Provincial, las Cámaras cantorales, parroquiales, comunales y recintales, se establecerán conforme a los Estatutos de la Cámara Nacional de la Microempresa del Ecuador.

El Presidente ejercerá la representación legal de la Cámara, el mismo que será elegido en el Congreso Nacional de Cámaras, tendrá dos años de duración y podrá ser reelegido. El Vicepresidente y los vocales en su orden de elección, reemplazarán al Presidente en caso de ausencia temporal o definitiva.

Artículo 9.- Son funciones y atribuciones de la Cámara Nacional de Microempresas:

a.- Velar por el Cumplimiento de la Ley,

b.- Organizar al sector de la microempresa formal e informal en todo el territorio nacional, de acuerdo a la Ley y los Estatutos.

c.- Crear el Sistema Nacional de Abastecimiento a la Microempresa, y Fondo de la Microempresa, con fondos propios, y con aportes de instituciones nacionales o internacionales, públicas o privadas, con el objeto de establecer, directamente o a través de entidades adscritas programas permanentes de servicios financieros, garantía crediticia, capacitación asistencia técnica, programas de exportación y comercialización, salud y otros.

d.- Establecer la Ventanilla Única, para enlace con los organismos públicos que tengan relación con las diferentes actividades microempresariales de producción, servicios, comercio, y prestaciones.

e.- Elaborar y ejecutar su Plan Nacional de Desarrollo de la Microempresa, en coordinación con las diferentes instituciones del sector público y privado, que tiendan a mejorar la producción, la productividad, generación de empleo, transferencia tecnológica, información comercial, comercialización, capacitación, garantía crediticia, crédito, vivienda, salud, defensa gremial y otras.

f.- Organizar los Tribunales de Mediación y Arbitraje, de conformidad con la Ley respectiva.

g.- Recibir, los planes de trabajo y presupuesto anuales, así como los informes de labores, estados financieros y registrar los nombramientos de las directivas de las Cámaras Cantonales, Parroquiales, comunales, recintales y organizaciones registrados, así como mantener la base de datos del registro nacional.

h.- Representar a la microempresa ecuatoriana ante los organismos públicos y privados, nacionales y extranjeros.

i.- Proteger y defender los intereses de la microempresa y brindar respaldo y cooperación a sus afiliados para el desarrollo de sus unidades económicas.

j.- Fomentar el ahorro de los socios de la Cámara y desarrollar procesos para el acceso al crédito coordinando con instituciones públicas y privadas que permitan el desarrollo sostenido del sector y sus organizaciones gremiales.

h.-Suscribir convenios con personas naturales, jurídicas, públicas, privadas nacionales y extranjeras en beneficio de la microempresa.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ENTREVISTA DIRIGIDA AL SECTOR FINANCIERO DEL CANTÓN MONTUFAR

1¿La entidad financiera que Ud. Dirige otorga créditos a microempresarios?

.....
.....
.....
.....
.....

2¿Cuál es la tasa de interés vigente para microcréditos?

.....
.....
.....
.....
.....

3¿Cuál es el monto máximo para microcréditos que ofrece su entidad financiera?

.....
.....
.....
.....
.....

4¿A qué años plazo puedo cubrir las deudas contraídas por microempresarios ?

.....
.....
.....
.....
.....

5¿Piensa Ud. que su entidad ayudaría al financiamiento para emprender una nueva unidad productiva de papa procesada en el sector y en que forma lo haría?

.....
.....
.....
.....
.....

.....

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ENCUESTA DIRIGIDA AL SECTOR COMERCIAL DE PAPAS CHIPS EN EL CANTON MONTUFAR

INSTRUCCIONES: LEA CUIDADOSAMENTE LA PREGUNTA Y MARQUE CON UNA X EN LA RESPUESTA QUE UD. CONSIDERE CORRECTA.

1¿Su actividad económica es totalmente de tipo comercial?

SI NO

2¿Cómo llega usted al consumidor?

Directa

Almacén

Otros

3¿Cómo se abastece de su mercadería?

Al por mayor Al por menor Otros

4¿Cuál es el volumen de ventas de papas procesadas (chips)?

\$ 0-10

10-30

30 - 50

5¿Qué estrategias de venta utiliza para atraer para atraer mas clientes?

Promociones

Descuentos

Otros

6¿Cuál es el nivel de capacitación y experiencia de su personal?

Alto Medio Bajo

7¿Estaría dispuesto a adquirir papas procesadas (chips) para comercializarlos en su negocio?

SI NO

8¿Qué margen de utilidad aplica al vender papas chips?

10%-25% 25%-35% 35%-50%

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ENTREVISTA DIRIGIDA AL MINISTERIO DEL AMBIENTE

1¿Cómo contribuye a la protección del ambiente?

.....
.....
.....
.....
.....

2¿Qué trámites legales deben efectuarse en esta entidad para emprender una Unidad Productiva?

.....
.....
.....
.....
.....

3¿Cómo debe ser el manejo de desechos en una microempresa?

.....
.....
.....
.....
.....

4¿Influiría la contaminación auditiva por el uso de máquinas de una microempresa procesadora de papas en los habitantes del Cantón?

.....
.....
.....
.....
.....

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ENTREVISTA DIRIGIDA AL ILUSTRE MUNICIPIO DE MONTUFAR

1¿En que forma el 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¿En qué forma el municipio promovería la creación de una microempresa procesadora de papas?

.....
.....
.....
.....
.....

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES DE PAPAS CHIPS EN EL CANTON
MONTUFAR

OBJETIVO: Recopilar información de los potenciales consumidores de papas chips en cuanto a sus gustos y preferencias para realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa procesadora y comercializadora de papas chips en este cantón.

INSTRUCCIONES: LEA CUIDADOSAMENTE LA PREGUNTA Y MARQUE CON UNA X EN LA RESPUESTA QUE UD. CONSIDERE CORRECTA.

1.- ¿Le gustaría adquirir papas chips acompañadas de sachets de salsa de tomate, mayonesa y ají?

SI

NO

2.- ¿Cuántas funditas de papas chips adquiriría o adquiere al mes?

UNO

DOS

TRES

MÁS DE TRES

3.- Le gustaría que el empaque sea:

DE COLOR

TRANSPARENTE

4.- Desearía que dentro del empaque venga:

SALSA DE TOMATE

MAYONESA

AJÍ

TODOS

5.- ¿Dónde le gustaría adquirir estas papas chips?

TIENDAS

BODEGAS

SUPERMERCADOS

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una fundita de papas chips?

0.50 ctvs.

0.60 ctvs.

0.70ctvs

DATOS TÉCNICOS:

SEXO: F..... M.....

EDAD:.....

FICHA BIBLIOGRÁFICA

(1) Área	(2) Sección del área	(3) # Ficha
<p>(4) Apellido y nombre del autor</p> <p>(5) Año y edición</p> <p>(6) Título del libro</p> <p>(7) Nombre de la editorial y lugar</p> <p>(8) Número de páginas del libro</p> <p>(9) Biblioteca: Nombre y codificación del libro</p>		

FICHA HEMEROGRÁFICA

(1) Área	(2) Sección del área	(3) # Ficha
<p>(4) Apellido y nombre del autor</p> <p>(5) Título del artículo, entre comillas</p> <p>(6) Nombre del periódico, subrayado</p> <p>(7) Año de existencia del periódico y número de edición</p> <p>(8) Lugar de publicación, fecha</p> <p>(9) Página donde está el artículo</p> <p>(10) Biblioteca: nombre y codificación</p>		

FICHA MNEMOTÉCNICA

(1) MATERIA	(2) TEMA	(3) FICHAJE
<p>(4) AUTOR.....</p> <p>(5) TÍTULO.....</p> <p>(6) EDITORIAL..... (7) LUGAR..... (8).....</p> <p>(10) CAPÍTULO.....BIBLIOTECA.....</p> <p>(11) P.p...... (12) CÓDIGO.....</p> <p>(13) FECHA.....</p>		
<p>CONTENIDO:</p> <p>Se anota el contenido de la cita que puede ser: textual, de resumen o analítica.</p>		