



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y

ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE INGENIERÍA CONTABILIDAD SUPERIOR Y

AUDITORÍA

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DULCE DE ZAMBO CON PIÑA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

AUTORA: YAZÁN AGUIRRE JOHANNA ELIZABETH

DIRECTOR: ING. MARCELO VALLEJOS

IBARRA, ABRIL 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación se realizó con el objetivo de determinar la factibilidad que generará la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de dulce de zambo con piña ubicada en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. Nace por la necesidad de presentar al consumidor las propiedades nutricionales con las que cuenta un fruto como el zambo, a través de un producto delicioso como es el dulce complementado con la piña, fruta que sin duda mejorará su consistencia y sabor; dicho producto será elaborado con elementos naturales como la panela la cual es un endulzante natural con varias propiedades nutricionales. Este proyecto de trabajo de grado además, busca introducir en el mercado de mermeladas y dulces un nuevo producto, cuyo contenido nutricional es desconocido por la población. El estudio empieza por el análisis del diagnóstico situacional, determinando a los aliados, las oportunidades, sus oponentes y sus riesgos. En el marco teórico se establecen conceptos básicos que sustenten la investigación realizada. Posteriormente se realizó el estudio de mercado el cual se identificó la oferta y demanda existentes en la ciudad así mismo ayudo para la fijación de precios. Luego se desarrolló un estudio técnico, en este se determinaron algunos aspectos como la macro y micro localización del proyecto, tamaño del proyecto, diseño de la planta y la ingeniería del mismo. Luego se plantea el estudio financiero en el cual se determinó la factibilidad y la rentabilidad del proyecto. Se estableció la estructura organizacional que tendrá la microempresa y los impactos que se generarían en el funcionamiento de la misma. Por ultimo, se presentan las debidas conclusiones y recomendaciones.

ABSTRACT

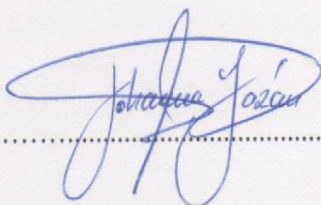
This research was realized to determine the feasibility to generate the creation of a small business dedicated to the production and marketing of Zambo's and pineapple's sweet located in the city of Ibarra, Imbabura province. This born from the need to present the consumer with nutritional properties which has a fruit as Zambo, through a delicious product as supplemented with fresh pineapple, fruit that will definitely improve its consistency and flavor; the product will be made with natural elements such as panela which is a natural sweetener with many nutritional properties. This degree thesis project also seeks to introduce in the market for jams and sweet a new product, whose nutritional content is unknown to the population. The study begins by analyzing the situation assessment, determining the allies, opportunities, and risks opponents. Basic concepts that sustain the research establishes the theoretical framework. Later the market study which existing supply and demand was identified in the city likewise helped to pricing was made. A technical study is then developed in some aspects such as the macro and micro location of the project, project size, plant design and engineering of them were determined. Financial study in which the feasibility and profitability of the project is then determined poses. The organizational structure that will microenterprise and impacts that would arise in the operation thereof is established. Finally, conclusions and recommendations are presented due.

AUTORÍA

Yo, Johanna Elizabeth Yazán Aguirre, con cédula de ciudadanía número 040178293-3 declaro bajo juramento que el trabajo aquí escrito: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DULCE DE ZAMBO CON PIÑA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, es de mi autoría, que no ha sido presentado previamente en ningún grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Entiendo a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 12 días del mes de noviembre del 2015.



Srta. Johanna Elizabeth Yazán Aguirre

C.C 040178293-3

Ing. Com. Marcelo Vallejos

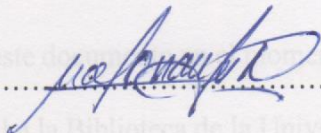
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la egresada, **JOHANNA ELIZABETH YAZÁN AGUIRRE**, para optar por el Título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A**, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DULCE DE ZAMBO CON PIÑA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 12 días del mes de noviembre del 2015.

En concordancia, suscribo este documento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



Ing. Com. Marcelo Vallejos

C.I. 1001813821

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

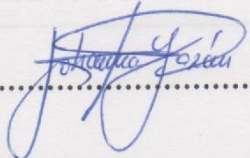


**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Johanna Elizabeth Yazán Aguirre con cédula de ciudadanía nro. 040178293-3, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador en los Artículos 4, 5, 6, en calidad de autora del trabajo denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DULCE DE ZAMBO CON PIÑA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”** que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A** en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos anteriormente cedidos. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada.

En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

APELLIDOS Y NOMBRES:	Yazán Aguirre Johanna Elizabeth
DIRECCIÓN:	Miña, Barrio Santa Isabel, calle principal
E-MAIL:	jho_yaz.agu@hotmail.es
TELÉFONO MÓVIL:	0968316481

f).....

AUTORÍA: Johanna Elizabeth Yazán Aguirre

C.C: 040178293-3

Ibarra a los 19 días del mes de Abril del 2016.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS****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 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 PERSONALES	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040178293-3
APELLIDOS Y NOMBRES:	Yazán Aguirre Johanna Elizabeth
DIRECCIÓN:	Mira, Barrio Santa Isabel, calle principal
E-MAIL:	jho_yaz.agu@hotmail.es
TELÉFONO MÓVIL:	0968316481

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Estudio de factibilidad para la creación de una Microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de dulce de zambo con piña en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.
AUTORÍA:	Johanna Elizabeth Yazán Aguirre
FECHA:	2016-04-19
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO (X) POSGRADO ()
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería En Contabilidad Y Auditoría C.P.A
ASESOR/DIRECTOR	Ing. Com. Marcelo Vallejos

2.- AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Johanna Elizabeth Yazán Aguirre, con cédula de ciudadanía nro. 040178293-3, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra de trabajo de grado descrito anteriormente, hago la 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 en la biblioteca 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 en su artículo Nro. 144.

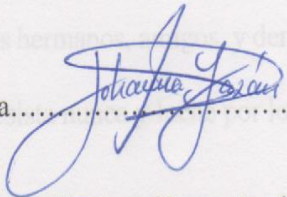
3.- CONSTANCIAS

Como autora manifiesto que la obra objeto de la presentación es original y se la desarrolló sin violar derechos de autor de otros, siendo el titular de los derechos patrimoniales, por lo que

asumo la responsabilidad por el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra a los 19 días del mes de Abril del 2016.

LA AUTORA

Firma.....

Johanna Elizabeth Yazán Aguirre

C.C 040178293-9

Facultado por la resolución del Consejo Universitario.

DEDICATORIA

El presente trabajo, lo dedico a Dios, sin duda mi motor, el motivo por el cual estoy aquí y el responsable de que todo pase por una razón.

A mis padres, un pilar infaltable en mi vida, por su sacrificio físico y moral, por su dedicación y cuidado, por todo su amor; por formar a una persona correcta con valores como la responsabilidad, sencillez, amor, y otros. Sin ellos nada de esto se hubiera logrado.

A mis hermanos, amigos, y demás familiares, quienes con sus palabras de aliento lograron que no desista nunca y luche por lo que quiero.

A mis maestros, que al compartir todos sus conocimientos y experiencias vividas me ayudaron a ver el mundo de una forma madura y a aplicar todo lo aprendido en mi vida diaria y profesional.

Johanna Yazán

AGRADECIMIENTO

Agradezco, sin duda alguna, al responsable de mi vida, al ser más sublime que existe, a la luz que me guió durante todos los días de mi existir, a mi Padre Dios, mi todo.

Un infinito agradecimiento a mis padres, por su confianza, por su apoyo, su amor, por todo lo que sacrificaron para lograr mi bienestar y conseguir un triunfo más en mi vida. Dios los bendiga hoy, mañana y siempre.

A mis hermanos, por su apoyo y sus consejos, los cuáles me sirvieron para darme cuenta de lo correcto.

A todas las personas quiénes aportaron con sus ideas al desarrollo de este proyecto de grado.

Mi más infinita y sincera gratitud

Johanna Yazán

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
ABSTRACT.....	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
CONSTANCIAS.....	viii
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
ÍNDICE GENERAL	xii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxii
PRESENTACIÓN.....	xxiii
INTRODUCCIÓN	xxvi
JUSTIFICACIÓN	xxvii
OBJETIVOS DEL PROYECTO	xxix
Objetivo General.....	xxix
Objetivos Específicos.....	xxix
CAPÍTULO I	31
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	31
Antecedentes	31
Objetivos del diagnóstico.....	33
Objetivo General.....	33
Objetivos Específicos.....	33
1Matriz de Relación Diagnóstica.....	34
Mecánica Operativa	36
Técnicas e Instrumentos.....	36

Análisis de la información	37
Aspectos Geográficos	37
Aspectos Demográficos	39
Aspectos Socio-económicos	41
Apoyo a las MIPYMES	43
Producción actual de zambo	44
Producción de piña.....	48
Determinación de la Matriz AOR	50
Determinación de la Oportunidad de Inversión	51
CAPÍTULO II.....	53
MARCO TEÓRICO.....	53
Microempresa	53
Características	53
Aspectos importantes para iniciar una microempresa	54
Marco Legal	54
Estudio de Factibilidad	57
Clasificación de los Estudios de Factibilidad	57
Mermelada	58
Historia de Mermelada.....	58
Definición de mermelada.....	59
Dulce	59
Diferencia entre dulce y mermelada	59
Componentes del dulce.....	60
Zambo	61
Piña	64
Panela	65
Administración.....	65
Contabilidad.....	66
Definición	66
Estados Financieros	66
Objetivo de los Estados Financieros	67
Contabilidad de Costos	69
Marketing	73
Investigación de Mercado	73

Mercado	73
Segmentación de mercado	73
Mercado Meta	74
Demanda	74
Oferta	75
Competencia	75
Comercialización	75
La mezcla de marketing	75
Tamaño del Proyecto	77
Macro localización.....	78
Micro localización	78
Distribución de la planta	79
Ingeniería del Proyecto	79
Inversiones en el Proyecto	79
Inversión fija	79
Inversión Diferida	80
Capital de Trabajo Inicial.....	80
Inversión Total	80
Presupuestos.....	81
Definición	81
Flujo de Caja.....	81
Flujo Neto	81
Técnicas de Evaluación Financiera.....	82
Valor Actual Neto	82
Tasa Interna de Retorno	82
Beneficio-costo	82
Período de Recuperación de la Inversión.....	83
Punto de Equilibrio	83
CAPÍTULO III.....	84
ESTUDIO DE MERCADO	84
Presentación	84
Identificación del Producto	84
Características del producto	84
Presentación del Producto.....	85

Sustitutos del Producto	86
Segmento de Mercado.....	86
Mercado Meta	88
Promedio de miembros por hogar.....	88
Objetivos del Estudio de Mercado	88
Objetivo General.....	88
Objetivos Específicos.....	88
Matriz de Estudio de Mercado	89
Mecánica Operativa	90
Identificación de la población.....	90
Identificación de la muestra	90
Técnicas e Instrumentos.....	91
Información Primaria	91
Análisis y Tabulación de la Información	92
Encuesta aplicada a los jefes de familias de los hogares urbanos de la ciudad de Ibarra	92
Fichas de Observación	102
Análisis de la Demanda	104
Demanda Actual.....	104
Proyección de la Demanda.....	106
Análisis de la Oferta.....	106
Factores que influyen en la oferta.....	107
Oferta Actual.....	107
Proyección de la Oferta.....	109
Balance Oferta- Demanda.....	110
Análisis de Precio	111
Proyección del Precio	111
Estrategias de Mercado	112
Comercialización	112
CAPÍTULO IV.....	115
ESTUDIO TÉCNICO	115
Tamaño del proyecto.....	115
Tamaño del mercado.....	115
Capacidad de Producción.....	115

Disponibilidad de mano de obra	116
Disponibilidad de materia prima e insumos.....	116
Financiamiento.....	117
Macro-localización del proyecto.....	118
Micro- localización del proyecto	119
Diseño de la Instalación	121
Distribución de la planta	122
Ingeniería del proyecto	123
Proceso Productivo	123
Presupuesto Técnico	127
Inversión Fija	127
Resumen de la inversión fija.....	131
Costos de producción.....	131
Gastos Administrativos.....	133
Capital de Trabajo.....	136
Inversión Total	137
Financiamiento.....	137
CAPÍTULO V	138
ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO.....	138
Determinación de Ingresos	138
Determinación de Egresos	138
Costos de Producción.....	139
Gastos de Administración.....	142
Gastos de ventas.....	142
Gastos financieros.....	143
Depreciación de activos	143
Balance de Situación Financiera.....	144
Proyección de Estados de Resultados	145
Flujo de Efectivo.....	146
Costo de Oportunidad	146
Cálculo de la Tasa de Rendimiento Medio (TRM).....	147
Cálculo del Valor actual neto (VAN)	148
Cálculo de la Tasa interna de retorno (TIR)	148
Relación Costo/Beneficio	149

Recuperación de la Inversión.....	150
Punto de Equilibrio	151
Resumen de los indicadores financieros	153
CAPÍTULO VI.....	154
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	154
Establecimiento de la Microempresa	154
Misión	154
Visión	155
Objetivos Organizacionales	155
Valores y Principios.....	155
Políticas	156
Políticas Generales.....	156
Políticas de Producción.....	157
Políticas de Calidad.....	157
Políticas de Personal	158
Políticas de Servicio.....	158
Estructura Organizacional.....	158
Funciones y Descripción de los departamentos	159
Funciones de los departamentos	159
Descripción del puesto.....	161
Conformación Interna y Externa de la microempresa.	164
Nombre de la microempresa	164
Marco Legal	164
Documentación de la microempresa.....	165
CAPÍTULO VII	167
IMPACTOS	167
Determinación del área de influencia	168
Impacto Social	168
Impacto Económico	169
Impacto Ambiental.....	170
Impacto General.....	171
CONCLUSIONES	172
RECOMENDACIONES.....	174
BIBLIOGRAFÍA	176

LINKOGRAFÍA	178
ANEXOS	180
ANEXO 1	181
ANEXO 2	184
ANEXO 3	186
ANEXO 4	187
ANEXO 5	188
ANEXO 6	188
ANEXO 7	189
ANEXO 8	190

ÍNDICE DE CUADROS

1. Matriz de Relación Diagnóstica.....	34
2. Población por cantones	39
3. Población por parroquias	40
4. Población para Trabajar (PET)	41
5. Población Económicamente Activa	42
6. Producción de zambo en el Ecuador	45
7. Población del cantón Cotacachi	46
8. Producción de calabazas de las comunidades de Cotacachi	47
9. Producción de piña.....	49
10. Cifras de producción en toneladas métricas de piña en el Ecuador	49
11. Matriz AOOD (aliados, oportunidades, oponentes, riesgos)	50
12. Segmento de mercado	87
13. Número de hogares al año 2015.....	87
14. Matriz de estudio de mercado	89
15. Preferencia de mermelada.....	92
16. ¿Qué marca de mermelada conoce usted?	93
17. Frecuencia de compra	94
18. Razones de Consumo.....	95
19. Aceptación del producto	96
20. Presentación	97
21. Cantidad de unidades de 300 gramos a comprar	98
22. Canales de Distribución	99
23. Precio	100
24. Promoción del producto.....	101
25. Demanda Actual.....	104
26. Demanda actual en unidades.....	105
27. Proyección de la demanda en unidades de 300 gramos.....	106
28. Cálculo de porcentaje de participación del cantón Ibarra.....	108
29. Proyección de la oferta en unidades al año 2015.....	109
30. Oferta en unidades.....	109
31. Proyección de oferta en unidades de 300 gramos.....	110
32. Demanda potencial a satisfacer.....	111

33. Proyección del precio.....	112
34. Producción anual dividida en tiempos.	116
35. Matriz de ponderación de factores.	120
36. Diseño de la instalación.	122
37. Infraestructura civil.....	127
38. Maquinaria y equipo de producción.	128
39. Muebles y enseres.	129
40. Equipo de cómputo	129
41. Equipo de oficina.	130
42. Vehículo.....	130
43. Resumen de la inversión fija.....	131
44. Materia prima directa.....	132
45. Materia prima indirecta.....	132
46. Mano de obra directa.	133
47. Costos indirectos de fabricación.	133
48. Sueldos administrativos.	134
49. Gastos de constitución.	134
50. Suministros de oficina.....	135
51. Servicios básicos.....	135
52. Gastos de ventas.....	136
53. Capital de trabajo.	136
54. Inversión total.	137
55. Financiamiento.....	137
56. Ingresos proyectados.....	138
57. Proyección de materia prima.	139
58. Mano de Obra mensual, anual.	140
59. Proyección de mano de obra directa.	140
60. Proyección de costos indirectos de fabricación.	141
61. Resumen de costos proyectados.....	141
62. Proyección de gastos administrativos.	142
63. Proyección de gastos de ventas.....	142
64. Tabla de amortización anual.	143
65. Depreciación de activos fijos.....	143
66. Balance de situación inicial.	144

67. Estado de resultados proyectados.	145
68. Flujo de efectivo proyectado.....	146
69. Costo de oportunidad.	147
70. Cálculo de la tasa interna de retorno.....	149
71. Recuperación de la inversión.	150
72. Cálculo de punto de equilibrio.....	152
73. Resumen de indicadores financieros.....	153
74. Tabla de valoración de impactos.....	167
75. Impacto social.	168
76. Impacto económico.	169
77. Impacto ambiental.....	170
78. Impacto general.....	171

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Ubicación Geográfica	37
2. Ubicación por parroquias	38
3. Zambo	61
4. Zambo	62
5. Panela	65
6. Etiqueta del producto.	85
7. Preferencia de mermelada.....	92
8. ¿Qué marca de mermelada conoce usted?	93
9. Frecuencia de compra	94
10. Razones de Consumo	95
11. Aceptación del producto	96
12. Presentación	97
13. Cantidad de unidades de 300 gramos a comprar	98
14. Canales de Distribución	99
15. Precio	100
16. Promoción del producto	101
17. Mapa de la provincia de Imbabura.....	119
18. Micro-localización del proyecto.	121
19. Distribución de la planta.	122
20. Proceso Productivo	123
21. Flujograma de proceso productivo de "dulce de zambo con piña	124
22. Logotipo de la microempresa.....	154
23. Organigrama estructural.....	159

PRESENTACIÓN

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DULCE DE ZAMBO CON PIÑA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

El presente proyecto consiste en realizar una investigación para determinar la factibilidad de la creación de una microempresa que elaborará y comercializará el delicioso dulce de zambo con piña en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

Es importante mencionar que este estudio fue realizado empleando un lenguaje claro, conciso y preciso de tal forma que brinde una fácil comprensión a su lector; cuenta con siete capítulos los cuales presentan información relevante sometida a un proceso de recolección, análisis e interpretación realizado por la autora de esta obra.

Capítulo I Diagnóstico Situacional: Esta investigación inició con un análisis de la situación actual en cuanto a la producción de cultivos andinos en el país y en la región así como la falta de conocimiento de las propiedades nutricionales de la materia prima; se analizó el comportamiento del consumidor potencial de mermeladas. Esto se logró a través de la aplicación de diferentes métodos e instrumentos de investigación, se aplicó técnicas como la aplicación de encuestas las cuales ayudaron a recolectar información para conocer los gustos y preferencias de los posibles clientes resultado de una muestra previamente seleccionada. Como siguiente paso se procedió a la tabulación de la información y el análisis de la misma.

Capítulo II Marco Teórico: La siguiente parte del proyecto será la estructura de las bases teórico – científicas las cuales servirán de apoyo a través de la aplicación de conceptos, los mismos que permitirán avanzar en la ejecución de la investigación. Esto se logrará a través de una investigación bibliográfica, experiencia de expertos e internet que cuenten con

información actualizada. Además se tomará como fuente adicional de información otros proyectos relacionados con el tema que sirvan de referencia, así como también el uso de fichas para recolectar dicha información.

Capítulo III Estudio de mercado: Este estudio ayudará a obtener información relevante para poder determinar la oferta y demanda existente en la ciudad, la fijación del precio entre otros indicadores, a través de la aplicación de técnicas de investigación, como son las encuestas y fichas de observación. Los resultados obtenidos serán almacenados, organizados y posteriormente tabulados. Una vez tabulados los datos, permitirá analizar e interpretar la información con el objetivo de realizar un estudio técnico que apruebe el establecer la factibilidad de crear una microempresa.

Capítulo IV Estudio Técnico: El estudio técnico consiste en determinar la localización del proyecto, así como la ubicación exacta en donde se ejecutará el mismo, el tamaño del proyecto, el diseño de sus instalaciones y los recursos necesarios para su funcionamiento.

Capítulo V Estudio Económico- Financiero: Continuando con el desarrollo de la investigación, el siguiente paso es realizar un estudio económico- financiero, en el cual se determinará la inversión total del proyecto, estados financieros y verificar la rentabilidad del mismo a través de herramientas como el VAN, TIR y la relación Costo – Beneficio.

Capítulo VI Estructura Organizacional: En este capítulo se abordará todos los términos y normativas que tendrá la microempresa y a la vez el establecimiento de su misión, visión, principios, valores, políticas, la estructura organizacional, con los cuáles permitirá el normal funcionamiento de la entidad.

Capítulo VII Impactos: Aquí se analizarán los principales efectos que ocurrirán con la ejecución del proyecto, los mismos expresarán una aportación de tipo cualitativo y cuantitativo

que se expresarán en la solución de problemas de carácter social, económico y ambiental en la población de Ibarra.

INTRODUCCIÓN

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DULCE DE ZAMBO CON PIÑA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

La presente investigación se realiza con el objetivo de determinar la factibilidad que tendría la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de dulce de zambo con piña en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

Esta investigación se desarrolló por la necesidad de dar a conocer los beneficios nutricionales de un fruto ancestral como el zambo y la elaboración de diferentes productos derivados, en este caso, el delicioso dulce de zambo agregándole una fruta como la piña la cual ayuda a que su sabor sea aún más exquisito. Actualmente en el mercado local no existe la elaboración de este producto, por lo que existe la oportunidad de crear una microempresa que se dedique a elaborarlo.

Existen leyes en el país que garantizan el consumo de productos sanos y nutritivos elaborados por microempresas ecuatorianas, incentivando así al consumo de lo nuestro y a mejorar la economía del país.

El análisis de este estudio se realizó mediante el desarrollo de siete capítulos los cuales ayudaron a la determinación de la viabilidad del proyecto. En cada uno de ellos se utilizó tanto información primaria como información de fuentes secundarias. Se aplicaron técnicas de recopilación de información como encuestas, fichas de observación, entre otras. La información recolectada fue sometida a un respectivo análisis y a una adecuada interpretación de la misma.

JUSTIFICACIÓN

Hoy en día, el gobierno nacional está poniendo más énfasis en la alimentación sana de todos los ecuatorianos y así disminuir los niveles de desnutrición de los sectores más vulnerables. Leyes como la Ley Orgánica del régimen de la Soberanía Alimentaria buscan garantizar a los pueblos y comunidades el consumo de alimentos sanos y nutritivos, así como la producción, comercialización y consumo de los mismos, preferentemente provenientes de la pequeña, micro y mediana empresa.

Este trabajo de investigación es fundamental ya que a través de esta se dará a conocer las propiedades que tiene una fruta-hortaliza ancestral como el zambo y la utilización de la misma en la elaboración de diferentes derivados entre ellos el tan conocido dulce de zambo agregándole otra fruta complementaria deliciosa como la piña, mejorando su sabor y haciéndolo aún más nutritivo. El consumo de dulces y mermeladas hechos a base de diversas frutas y hortalizas es muy común en la ciudad de Ibarra y la venta de los mismos cada vez es mayor por la afluencia de turistas nacionales y extranjeros.

Con el paso del tiempo, existen tradiciones que van desapareciendo poco a poco, este es el caso de la elaboración de dulces tradicionales como el dulce de zambo con piña. Es por eso que se ha decidido rescatar esta tradición a través de la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de dulce de zambo con piña. Sin duda, la incorporación de este nuevo producto en el mercado será la sensación del consumidor debido a su exquisito sabor.

El zambo, a más de brindar su pulpa para la elaboración de este producto, cuenta con propiedades nutritivas como la fibra, proteínas, calcio, vitamina C, entre otros. Debería formar parte de la alimentación diaria de los niños ya que representa una enorme fuente de energía por lo que ayudaría a su crecimiento y desarrollo sano.

Como valor agregado se hará uso de una fruta tan deliciosa como la piña, que además de brindar algunos beneficios medicinales antes mencionados aporta con su esencia para lograr que este dulce sea aún más exquisito.

Además de ser un tema de emprendimiento, este estudio de factibilidad dará a conocer un producto muy delicioso e innovador que no existe en el mercado como es el dulce de zambo con piña, logrando satisfacer el paladar del cliente y rompiendo el esquema convencional en cuanto a consumo de dulces y mermeladas con un gran contenido nutricional. Por otro lado mejorará la calidad de vida de la población a través de la generación de empleo y el fortalecimiento empresarial de la ciudad de Ibarra.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de dulce de zambo con piña en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, mediante la utilización de métodos y técnicas de investigación con la finalidad de determinar la rentabilidad del mismo.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de la ciudad de Ibarra, a través del análisis de información secundaria, para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto.
- Establecer el marco teórico- científico que sustente el proyecto a través de la investigación bibliográfica y linkográfica.
- Realizar un estudio de mercado que permitirá identificar la oferta y demanda potencial del producto a través de la aplicación de técnicas de recolección de información tales como la encuesta, fichas de observación, entre otros.
- Realizar un estudio técnico que permita determinar la macro y micro localización de la microempresa, la ubicación, tamaño del proyecto, flujograma de procesos, entre otros, mediante la aplicación de todos los conocimientos adquiridos acerca de dicho tema.
- Efectuar un estudio económico-financiero que permita determinar los presupuestos de inversión y la rentabilidad del proyecto, fuentes de financiamiento y la elaboración de los diferentes estados financieros, aplicando lo aprendido anteriormente.
- Diseñar la propuesta estratégica, en la cual se definirá las bases filosóficas y legales de la microempresa mediante la aplicación de los métodos de investigación correspondientes.

- Analizar los principales impactos generados en el desarrollo del estudio de factibilidad mediante la elaboración de una matriz con sus correspondientes indicadores con el propósito de medir los efectos que generaría la ejecución del proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

Imbabura, es una provincia que está ubicada en el norte del país, conocida como la “Provincia de los Lagos”; al norte limita con la provincia de Carchi, al sur con la provincia de Pichincha, al este con la provincia de Sucumbíos y al oeste con la provincia de Esmeraldas. Según el censo de la población y vivienda realizado en el año 2010, esta provincia cuenta con 398.244 habitantes, los cuales están distribuidos en sus respectivos cantones.

“Ciudad Blanca” o “a ciudad a la que siempre se vuelve”; así es conocida la capital de esta provincia, Ibarra, la cual cuenta con 181.175 habitantes (Censo 2010), quienes están distribuidos en sus diversas parroquias. Ibarra presenta una temperatura media de 15.90° C, una temperatura mínima entre 7 y 11° C y una temperatura máxima entre los 20 y 25° C. Este cantón cuenta con una diversidad de microclimas desde el clima frío encontrado en la parroquia de Angochagua, el clima cálido, templado, hasta el clima tropical seco del valle del chota, por lo que la variedad de productos es muy común en este cantón.

Entre sus variedades gastronómicas se encuentra la elaboración de varios dulces tradicionales, entre ellos el tan delicioso dulce de zambo con piña, que debido a su difícil elaboración y al empleo de demasiado tiempo de preparación ha ido desapareciendo en el transcurso del tiempo. Estas delicias fácilmente se apoderan del paladar de cualquier persona que los consuma.

El zambo o (*cucúrbita ficifolia*) pertenece a la familia de las cucurbitáceas. Está estrechamente emparentada con las distintas variedades de calabaza o zapallo y casi toda la planta es aprovechada. La planta de la cual se origina el zambo es rastrera y trepadora; su fruto se caracteriza por ser similar a la sandía. Es capaz de resistir a bajas temperaturas por lo que la sierra ecuatoriana es perfecta para su cultivo. Su crecimiento puede ser de forma silvestre y doméstica cuyo tiempo de maduración es de 6 a 8 meses.

En la gastronomía ecuatoriana, este producto, es empleado para la elaboración de varios platos típicos como sopas (fanesca); y en su estado de madurez, debido a que presenta una importante concentración de azúcares es adecuado para la elaboración de dulces, mermeladas, coladas, entre otros. El zambo proporciona una cantidad considerable de fibra, pro-vitamina A y vitamina C, potasio, magnesio y en menor proporción, calcio y hierro.

Con respecto a la piña o (*Ananas comosus*), es una planta pariente de la familia de las bromeliáceas, nativa de América del Sur. Esta especie, de escaso porte y con hojas duras y lanceoladas de hasta 1 metro de largo, fructifica una vez cada tres años produciendo un único fruto fragante y dulce, muy apreciado en gastronomía.

Entre las propiedades medicinales del fruto, la más notable es la bromelina, que ayuda a metabolizar los alimentos, limpiar el organismo, mejorar la circulación y ayuda a bajar de peso. Es también diurético, ligeramente antiséptico, desintoxicante, antiácido y vermífugo. Se ha estudiado su uso como auxiliar en el tratamiento de la artritis reumatoide, la ciática, y el control de la obesidad. Es digno de mencionar que la bromelina también puede ayudar en la lucha contra el cáncer.

1.2. Objetivos del diagnóstico

1.2.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional de la ciudad de Ibarra, a través del análisis de información secundaria, para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Determinar los aspectos geográficos, demográficos de la población de la ciudad de Ibarra.
- Analizar los aspectos socio-económicos del cantón Ibarra.
- Analizar el apoyo que existe por parte del Gobierno Nacional para la creación de una MIPYMES.
- Determinar la situación actual en cuanto a producción de zambo y piña en el sector.

1.2.3. 1Matriz de Relación Diagnóstica

Cuadro N° 1

Matriz de Relación Diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA	POBLACIÓN A INVESTIGAR
<ul style="list-style-type: none"> • Determinar los aspectos geográficos, demográficos y socio-económicos de la población de la ciudad de Ibarra. 	Aspectos Geográficos	Ubicación	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Ibarra, INEC, Perfil Territorial, SENPLADES
		Limites	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Ibarra, INEC, Perfil Territorial, SENPLADES
		Clima	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Ibarra, INEC, Perfil Territorial, SENPLADES
	Aspectos Demográficos	Habitantes	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Ibarra, INEC, Perfil Territorial, SENPLADES
		Cultura y Costumbres	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Ibarra, INEC, Perfil Territorial, SENPLADES
<ul style="list-style-type: none"> □ Analizar los aspectos socio-económicos del cantón Ibarra. 	Aspectos Socio-económicos	PET(Población en Edad de Trabajar)	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Ibarra, INEC, Perfil Territorial, SENPLADES

		Población Económicamente Activa	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Ibarra, INEC, Perfil Territorial, SENPLADES
		Actividades Económicas	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Ibarra, INEC, Perfil Territorial, SENPLADES
• Analizar el apoyo que existe por parte del Gobierno Nacional para la creación de una MIPYMES.	Apoyo a las MIPYMES	Importancia de las MIPYMES	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Ibarra, INEC, Perfil Territorial, SENPLADES
		Conflictos en el desarrollo de la MIPYMES	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Ibarra, INEC, Perfil Territorial, SENPLADES
□ Determinar la situación actual en cuanto a producción de zambo y piña en el sector.	Producción de zambo	Zonas de cultivo	Secundaria	Bibliográfica	Secretaría de la Integración Social Centroamericana (SISCA) Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Cotacachi (UNORCAC)
		Ciclos de Producción	Secundaria	Bibliográfica	
	Producción de Piña	Zonas de cultivo	Secundaria	Bibliográfica	Perfil de piña ecuatoriana-PROECUADOR
		Ciclos de Producción	Secundaria	Bibliográfica	

Elaborado por: La autora
Año: 2015

1.3. Mecánica Operativa

1.3.1. Técnicas e Instrumentos

Las técnicas de investigación juegan un papel muy importante en el desarrollo de cualquier proyecto, porque permite recolectar información relevante relacionada con sucesos que ocurren en nuestro entorno, la información recolectada es analizada para posteriormente servir como recurso en el cual se apoyará el investigador. Las técnicas de investigación que se utilizaron fueron la entrevista y la investigación bibliográfica.

1. Información Secundaria

Este tipo de información, está conformada por datos reales y confiables de estudios que previamente han sido analizados por diferentes tipos de organizaciones y autores, y se la puede encontrar en textos, publicaciones, sitios web, documentos, entre otros.

La situación actual de la ciudad de Ibarra se determinó en base a información obtenida en Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Ibarra, GAD Ibarra, el Perfil Territorial del cantón San Miguel de Ibarra, GAD Ibarra y SENPLADES, Perfil piña ecuatoriana- PROECUADOR. Estas fuentes ayudaron a desarrollar los indicadores pertenecientes a la matriz de relación diagnóstica planteada anteriormente.

1.4. Análisis de la información

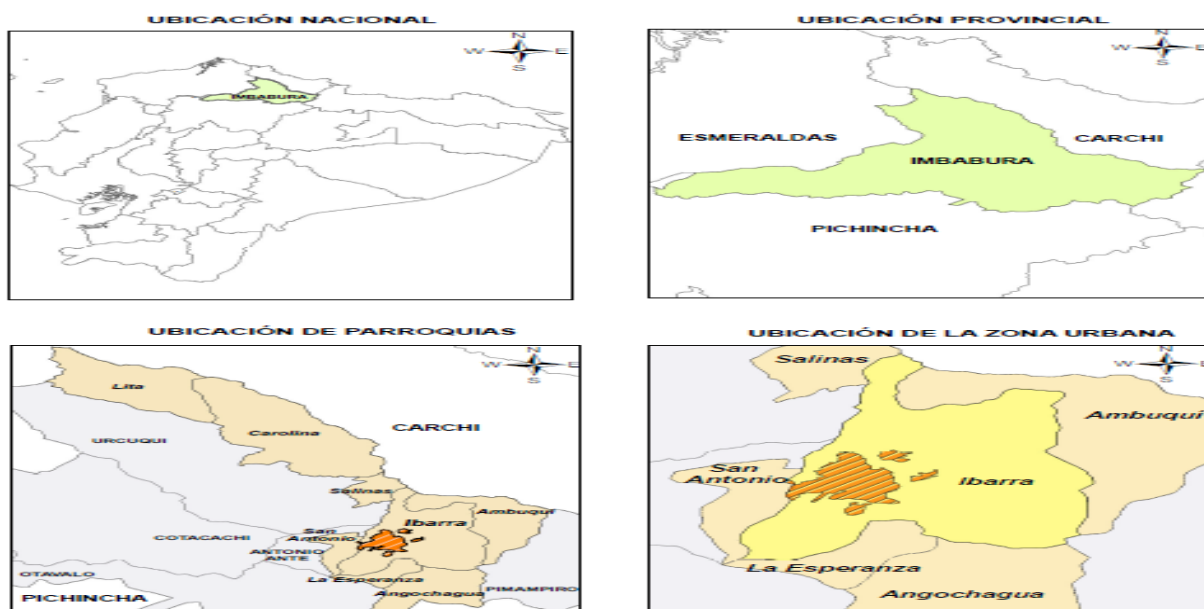
1.4.1. Aspectos Geográficos

1. Ubicación

La ciudad de Ibarra se encuentra situada en la región norte del país, ubicada en la provincia de Imbabura, pertenece a la zona de Planificación Nacional 1, junto con las provincias de Esmeraldas, Carchi y Sucumbíos.

Gráfico No 1

Ubicación Geográfica



Fuente: Secretaria Nacional de Planificación, SENPLADES

Elaborado por: La autora

Año: 2015

2. Ubicación por parroquias

Este cantón cuenta con 5 parroquias urbanas como San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Priorato, Alpachaca, y 6 parroquias rurales: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuquí, Salinas y La Carolina.

Gráfico No 2

Ubicación por parroquias



Fuente: Secretaria Nacional de Planificación, SENPLADES

Elaborado por: La autora

Año: 2015

3. Límites

El cantón Ibarra limita al norte con la Provincia de Carchi, al Sur con la Provincia de Pichincha, al este con el cantón Pimampiro y al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo. Cuenta con una superficie equivalente 242.01 km² (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) perteneciente a la zona urbana y una superficie de 850.94 km² en la zona rural. Este cantón se encuentra situado a una altitud de 2225 msnm.

4. Clima

El perfil territorial realizado al cantón San Miguel de Ibarra indica que:

“La singularidad del cantón Ibarra es la variedad de microclimas que van desde el frío andino en la zona de Angochagua, hasta el tropical seco del valle del Chota, donde se incluye el clima cálido húmedo de la zona de Lita y la Carolina.”(Pag.10)

Presenta una temperatura media de 15,90° C, la temperatura mínima presenta una variación no menor a 0.3° C y la máxima varía entre los 20 y 25° C.

El análisis hidrometeorológico determina que la variación de la precipitación determina épocas de sequía entre los meses de junio y septiembre, y épocas lluviosas en los meses de marzo a mayo y de octubre a noviembre. (PDOT, Ibarra 2012).

1.4.2. Aspectos Demográficos

1. Habitantes

Los resultados obtenidos del Censo de Población y Vivienda realizado en el año 2010, muestran que la Provincia de Imbabura cuenta con 398.244 habitantes, los cuales están distribuidos en los cantones de Antonio Ante, Cotacachi, Ibarra, Otavalo.

Cuadro N° 2

Población por cantones

CANTONES	HOMBRES	%	MUJERES	%	TOTAL
Antonio Ante	21.069	10,9	22.449	11	43.518
Cotacachi	20.090	10,4	19.946	9,7	40.036
Ibarra	87.786	45,3	93.389	45,6	181.175
Otavalo	50.446	26	54.428	26,6	104.874
Pimampiro	6.448	3,3	6.522	3,2	12.970
San Miguel de Urcuquí	7.825	4	7.846	3,8	15.671
Total	193.664	100	204.580	100	398.244

Fuente: Censo de la Población y Vivienda, 2010

Elaborado por: La autora

Año: 2015

El cantón Ibarra es el centro administrativo de la provincia de Imbabura, esta ciudad cuenta con 181.175 ciudadanos (Censo 2010), de los cuales 87.786 (45,3) son hombres y 93.389 (45,6) son mujeres.

La ciudad de Ibarra presenta una mayor cantidad de habitantes en comparación con las otras parroquias y muestra un crecimiento poblacional de 23.198 habitantes (Censo, 2010)

Cuadro N° 3

Población por parroquias

Parroquia	Hombres	Mujeres	Total
Ibarra	67.115	72.556	139.721
Angochagua	1.510	1.753	3.263
La Carolina	1.448	1.291	2.739
La Esperanza	3.686	3.677	7.363
Ambuquí	2.707	2.770	5.477
Lita	1.788	1.561	3.349
Salinas	887	854	1.741
San Antonio	8.595	8.927	17.522
Total General	87.736	93.389	181.775

Fuente: Censo de la Población y Vivienda, 2010

Elaborado por: La autora

Año: 2015

2. Culturas y Costumbres

En el cantón Ibarra se puede identificar diversas culturas y tradiciones que se destacan a nivel nacional e internacional. Este cantón muestra 7 culturas entre las cuales están: mestizos con un 78%, indígenas con un 16%, la cultura afro ecuatoriana con un 4,96%, los mulatos con un 2.06% y los montubios representados por un 0,32%.(Censo 2010).

1.4.3. Aspectos Socio-económicos

1. Población en Edad de Trabajar (PET)

La población en edad para trabajar se determina desde la edad mayor a 10 años en adelante. El VII Censo de la Población y Vivienda muestra que Ibarra cuenta con el 81,2% del total de su población, equivalente a 113.497 ciudadanos, mientras que las demás parroquias presentan una variación similar.

Cuadro N° 4

Población para Trabajar (PET)

PARROQUIA	MAYOR DE 10 AÑOS EN ADELANTE		
	POBLACIÓN TOTAL	PET TOTAL	%PET TOTAL
Ambuquí	5.477	4.346	79,4
Angochagua	3.263	2.651	81,2
La Carolina	2.739	2.168	79,2
Ibarra	139.721	113.497	81,2
La Esperanza	7.363	5.824	79,1
Lita	3.349	2.367	70,7
Salinas	1.741	1.374	78,9
San Antonio	17.522	14.138	80,7
CANTONAL	181.175	146.365	80,8

Fuente: Censo de la Población y Vivienda, 2010

Elaborado por: La autora

Año: 2015

2. Población Económicamente Activa (PEA)

El Censo de Población y Vivienda realizado en el año 2010 muestra que la Población Económicamente Activa presenta una tasa de crecimiento de 2,99%, esto equivale a 20.587 personas, distribuidas en los tres principales sectores productivos: agropecuario, industrial, y servicios.

Cuadro N° 5**Población Económicamente Activa**

ACTIVIDAD	PEA	%
Sector Agropecuario	9367	11,61
Sector Industrias	15630	19,38
Sector Servicios	46855	58,02
Otros	8817	10,93
TOTAL PEA	80669	99,94

Fuente: Censo de la Población y Vivienda, 2010

Elaborado por: La autora

Año: 2015

La PEA de la ciudad de Ibarra equivale a 63.984 habitantes, según datos obtenidos del VII Censo de Población y Vivienda realizado en el año 2010.

3. Actividades Económicas

Los datos obtenidos del Censo de Población y Vivienda realizado en el año 2010 indican que el sector servicios es el más representativo, con un 58,02% del total de la Población económicamente activa. Dentro de este sector la actividad principal es el comercio al por mayor y menor con un porcentaje de 20,54%, seguido de las enseñanzas con un 6,45%.

En cuanto al sector industrial, con un porcentaje de 19,38% muestra como actividades principales: la industria manufacturera, construcción y explotación de minas y canteras.

Finalmente encontramos al sector agropecuario que con un 11,61% tiene como actividades principales: agricultura ganadería, silvicultura y pesca.

1.4.4. Apoyo a las MIPYMES

1. Importancia de las MIPYMES en el Ecuador

Actualmente, el país se encuentra empeñado en realizar un cambio radical en lo que se relaciona a matriz productiva, en ésta, se busca cambiar el sector productivo del país para ya no solo dedicarse a la producción y exportación de bienes primarios, sino transformarlo en un país generador de productos con mayor valor agregado. Dicho cambio involucra tanto a las micro, medianas y pequeñas empresas. La Agenda de Transformación Productiva (ATP) busca fomentar el desarrollo de las Mipymes, para mejorar la productividad y la economía del país.

Los datos obtenidos del Censo Nacional Económico (CENEC) ejecutado en el año 2010 muestran que de 100 establecimientos, 99 son Mipymes, lo que significa que la participación de la micro, pequeñas y medianas empresas en la economía nacional es significativa. La Mipymes existentes en el país cumple el papel de proveedoras de productos y servicios para empresas mucho más grandes y con mayor cobertura del mercado. Por otro lado, las Mipymes son reconocidas por generar empleo. El CENEC muestra que la microempresa genera el 44% de empleo, la pequeña empresa el 17%, la mediana el 14% y la gran empresa el 25%.

2. Conflictos en el desarrollo de las MIPYMES

Las Mipymes tienen varios obstáculos que evitan que puedan surgir y progresar económicamente. En cuestiones de mercado, las Mipymes no tienen las mismas oportunidades de acceder a plazas internacionales debido a que las grandes empresas presentan un mayor porcentaje de posicionamiento. Otro conflicto que evita el desarrollo de las microempresas es que éstas no cuentan con tecnología adecuada para la fabricación de sus productos. De igual forma, la mano de obra empleada por las mismas presenta una clara falta de capacitación y las remuneraciones generadas son demasiado bajas. Otra barrera que impide el crecimiento de las

Mipymes es la falta de financiamiento, este hecho evita que las micro, pequeñas y medianas empresas puedan crecer y generar más rentabilidad para el país.

1.4.5. Producción actual de zambo

La producción de zambo es una actividad de mucha antigüedad, en las zonas andinas. Este cultivo está asociado con la siembra de varios productos, pero con el que más se identifica es con la siembra del maíz ya que el tiempo de cosecha es similar. Para lograr la madurez del zambo, éste se demora de 7 a 8 meses, al igual que el maíz en estado seco; se indica entonces que la recolección de este fruto se la realiza entre los meses de julio y agosto, para su debido almacenamiento. Es por eso que los agricultores, al momento de sembrar el maíz, siembran las semillas del zambo. Como dato importante, se tiene que una o dos semillas de este fruto pueden llegar a producir hasta 50 unidades por semilla.

El zambo es una especie que puede crecer en cualquier condición climatológica y cualquier tipo de suelo, y una de sus características es que es muy resistente a plagas que afectan a otro tipo de cultivos, debido a esto no necesita de muchos cuidados. Se lo puede encontrar en mayor cantidad en tierras altas con bastante humedad, y es muy común encontrarlo en los huertos familiares.

En el Ecuador, el zambo puede crecer tanto de forma silvestre como doméstica, no es difícil encontrarlo en laderas, quebradas, cercas. En algunas ocasiones, esta especie es considerada como mala hierba y es por eso que los agricultores tienden a eliminarla, sin darse cuenta que dicha planta y su fruto son constituidos por nutrientes importantes en la dieta alimentaria.

Una vez que el zambo es cosechado, es debidamente seleccionado y almacenado. Este fruto muestra como característica principal que puede ser almacenado en un tiempo mínimo a

un año, sin que este se dañe; al contrario, entre más tiempo de almacenamiento tenga se podrá obtener una mejor concentración de azúcares en su composición, y mejor aún si es bajo la luz solar.

1. Zonas de cultivo de zambo en Ecuador

Como se había mencionado anteriormente, este cultivo se puede dar en cualquier situación climatológica, pero existen zonas en las cuales se producen en mayores cantidades. Las provincias donde se cultivan en mayores cantidades son: Azuay, Bolívar, Cañar, Chimborazo, Cotopaxi, Imbabura, Loja, Morona Santiago, Pichincha, Tungurahua.

Cuadro N° 6

Producción de zambo en el Ecuador

PROVINCIA	MONOCULTIVO	ASOCIADO
	Superficie sembrada (Ha)	Superficie sembrada (Ha)
Azuay	2731	1,894.65
Bolívar	4489	1,035
Cañar	-----	20,197
Chimborazo	2977	38,023
Cotopaxi	23198	39,795
Imbabura	0,21	24,72
Loja	23536	249,486
Morona Santiago	6734	0,35
Pichincha	5393	22,555
Tungurahua	10956	20,178

Fuente: Secretaría de la Integración Social Centroamericana

Elaborado por: La autora

Año: 2010

A continuación se presenta una pequeña introducción del sector en donde se encuentra la materia prima.

Cotacachi es un cantón que pertenece a la provincia de Imbabura, se encuentra ubicado al suroccidente de la misma, éste es el cantón más extenso de la provincia. Cotacachi está conformado por la zona urbana y zona rural. Según el GAD Municipal de Cotacachi, existen 40.036 habitantes, de los cuales 8.848 se encuentra en la zona urbana equivalente a un 22% y 31.188 en la zona rural representado por 78%. A pesar de que el cantón Cotacachi es el cantón más grande de la provincia, este representa un pequeño porcentaje de participación poblacional, esto se debe a que muestra un bajo porcentaje de crecimiento poblacional.

Cuadro N° 7

Población del cantón Cotacachi

Parroquias	Urbano	Rural	Total
6 de Julio de Cuellaje		1.780	1.780
Apuela		1.824	1.824
Cotacachi	8.848	8.291	17.139
García Moreno		5.060	5.060
Imantag		4.941	4.941
Peña Herrera		1.644	1.644
Plaza Gutiérrez		496	496
Quiroga		6.454	6.454
Vacas Galindo		698	698
TOTAL	8.848	31.188	40.036

Fuente: Censo de la Población y Vivienda, 2010

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Según el Sr. Luis Álvaro Erazo, ingeniero agrónomo que labora en Agripac, indica que de cada semilla plantada y debido a que la planta de zambo es rastrera, esta puede producir hasta 50 unidades por cada semilla. De la familia de las cucurbitáceas, la que mayoritariamente se reproduce es el zambo siendo éste el que presenta un mayor porcentaje de producción participación en la dieta alimentaria de los ecuatorianos.

En el siguiente cuadro, se presenta un censo que la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Cotacachi (UNORCAC) ha realizado entre los años 2009 y 2010; aquí se presenta el nombre de productores regulares que se encuentran en las comunidades aledañas al cantón Cotacachi.

Cuadro N° 8

Producción de calabazas de las comunidades de Cotacachi

Nro.	Nombres apellidos	Comunidad	Cultivos especies	Producción
1	Sonia Lazcano	Imantag	10	100
2	Luz María Alta	Santa Barbara	12	500
3	Tomasa Gómez	Imantag	20	300
4	Rosa Elena Orbes	Mortán	15	300
5	María Cecilia Bonilla	Italquí	25	600
6	Soledad Guajan	Santa Barbara	12	350
7	Digna Guandinango	Santa Barbara	15	300
8	Etelvina Vinueza	Santa Barbara	10	100
9	Estela Flores	Calera	20	300
10	Carmen Perugachi	Santa Barbara	10	100
11	Mercedes Sánchez	Tunibamba	25	1000
12	Luis Eduardo Guandinango	Tunibamba	10	300
		Cuicocha		
13	Olger Tabango	centro	40	600
14	Alberto Sánchez	Chilcapamba	30	800
15	Jesús Guitarra	Alambuela	20	400
16	Nicolás Chávez	Peribuela	25	1100
17	Segundo Anrrango	Turuco	30	100
18	Alberto Marcillo	Itaqui	30	500
19	Carmen Caranqui	Alambuela	40	600
20	Antonio Morales	Chilcapamba	50	800
21	Jesús Fuentes	Alambuela	24	400
	Asociación de agricultores de			
22	Imantag	Imantag	90	1000
23	María Francisca Panamá	Morochos	35	1200
24	Ángel González	San Pedro	25	1000
25	Alonso Estrada	Tunibamba	40	700
TOTAL				13450

Fuente: Proyecto UCODEP 2009 – UNORCAC 2010

Elaborado por: La autora

Año: 2015

2. Ciclos de Producción

El zambo es cultivado principalmente en la agricultura tradicional, es ideal cultivarlo cuando inicia la siembra del maíz en la etapa de invierno. Una vez que han pasado los primeros 4 a 5 meses, tanto los frutos tiernos como las flores, como verdura son cosechados para la elaboración de sopas en épocas especiales (fanesca) y ensaladas. Luego de 4 meses más, en un tiempo de 8 meses precisamente, el zambo es cosechado cuando está maduro y perfecto para la producción de coladas, dulces, y confituras como cabellos de ángel (producto el cual se obtiene acaramelando las hebras de la pulpa y adicionando varias especias para mejorar su sabor).

La producción de este fruto se lo realiza anualmente; pero no existiría ningún problema de abastecimiento debido a que existen personas que siembran regularmente este cultivo de manera intercalada.

1.4.6. Producción de piña

Según (Proecuador.gob.ec, 2011):

La producción de piña en el Ecuador ha evolucionado favorablemente en la última década gracias a las excelentes condiciones para el cultivo de esta fruta, en el período de 2005 a 2010 se registró un incremento del 6.40% en la superficie cosechada, mientras que la producción de la fruta fresca medida en toneladas métricas ha tenido un crecimiento del 4.09%

Cuadro N° 9**Producción de piña**

AÑO	SUPERFICE COSECHADA	PRODUCCIÓN EN FRUTA FRESCA
	(Ha)	TM
2005	5,809	103,411
2006	7,016	118,663
2007	6,648	115,931
2008	7,132	119,442
2009	7,765	124,423
2010	7,922	126,454

Fuente: MAGAP-SIAGRO -2010

Elaborado por: La autora

Año: 2015

1. Zonas de cultivo de piña en el Ecuador

Las principales zonas de cultivo de piña se desarrolla en las provincias de la Costa por ser una fruta tropical, en primer lugar resalta Guayas, seguido de los Ríos, Santo Domingo de los Tsáchilas, El Oro, Esmeraldas y Manabí. Las tres primeras provincias indicadas son las que poseen mejores condiciones para la producción de piña.

Cuadro N° 10**Cifras de producción en toneladas métricas de piña en el Ecuador**

PROVINCIA	TOTAL DE PRODUCCIÓN POR PROVINCIA(Toneladas Métricas)
Guayas	82.284
Santo Domingo de los Tsáchilas	21.851
Los Ríos	10.365
Pichincha	925
Manabí	3.987
Esmeraldas	3.110
Loja	2.602
Imbabura	646
El Oro	447
Napo	110
Demás Provincias	119
TOTAL NACIONAL	126.454

Fuente: MAGAP-SIAGRO -2010

Elaborado por: La autora

Año: 2015

2. Ciclos de Producción

(Proecuador.gob.ec, 2011) En el “Perfil de la piña ecuatoriana” menciona que:

“En el Ecuador, la disponibilidad de la piña, se da durante todo el año lo cual permite asegurar el abastecimiento de los principales lugares de exportación”

La piña por su sabor dulce y nutritivo tiene varias formas de consumo, ya sea como fruta fresca o bien destinada a la agroindustria para la preparación de los siguientes productos:

- Jugos
- Conservas en almíbar
- Mermelada
- Pulpa o Puré
- Frutas disecadas

1.5. Determinación de la Matriz AOOD

Cuadro N° 11

Matriz AOOD (aliados, oportunidades, oponentes, riesgos)

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Las comunidades pertenecientes al cantón Cotacachi, tales como Quiroga, Imantag, Santa Barbara entre otras, ya que estos lugares cuentan con el clima ideal para el cultivo de zambo y existe producción que no ha sido aprovechada en su totalidad. • Las Asociación UNORCAC, ya que mantiene contacto directo con los 	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de marcas reconocidas de mermeladas (Gustadina, san Jorge, Snob) así como diferentes sabores como: mora, piña, guayaba, entre otros. • Alta variedad de productos sustitutos (mermeladas, jaleas, majares, dulces tradicionales).

agricultores las comunidades cercanas al cantón Cotacachi.(Ver anexo 3)

- Los supermercados locales ya que estos actuarán como intermediarios para que el producto llegue al consumidor a través de la exhibición del mismo en sus perchas.

- Falta de conocimiento de los beneficios nutricionales con los que cuenta el zambo tales como: vitamina A, becarotena, fibra, entre otros, importantes en la dieta alimentaria.

OPORTUNIDADES

- Gran nivel de aceptación del producto por parte del cliente, y la disposición a consumirlo.
- Actualmente, los proyectos de emprendimiento cuentan con más oportunidades de desarrollo, por lo que existe mucha más facilidad de acceder a créditos productivos.
- El zambo puede aprovecharse no solo la pulpa sino también sus semillas, esto significa que posteriormente se podrían realizar otra variedad de productos como la comercialización de sus semillas.
- Este producto puede ser consumido por cualquier persona, como por ejemplo niños, adulto, a excepción de las personas con diabetes.

RIESGOS

- El zambo no es un producto comercial, por lo que la gente no se dedica específicamente a producir.
- La población en general desconoce que el zambo se lo puede consumir en diferentes formas y no solo en purés o sopas.

Elaborado por: La autora
Año: 2015

1.6. Determinación de la Oportunidad de Inversión

Se determinó la oportunidad de crear una microempresa que se dedique a elaborar y comercializar una receta ecuatoriana tan deliciosa como el dulce de zambo con piña. La

ejecución de este proyecto, aparte de apoyar al desarrollo agrícola de las comunidades del cantón Cotacachi, brinda la oportunidad de generar nuevas fuentes de empleo, lo que significa mejorar los ingresos de las familias involucradas en el mismo, mejorando su economía y por consiguiente su calidad de vida. Se determina que existen los insumos necesarios para la producción de este producto y además, se cuenta con la participación de aliados estratégicos como la asociación UNORCAC y JAMBI MASCARI, mismos que interactúan directamente con los agricultores que proporcionarán la materia prima, también ayudarán a socializar el proyecto con las demás comunidades para tener un mayor abastecimiento, poder aumentar la capacidad de producción, expandirse y cubrir un mayor porcentaje de mercado. En la ciudad de Ibarra no existe una empresa que se dedique a elaborar este producto, por lo que esta idea resulta innovadora y logra rescatar una tradición que ha ido desapareciendo. Con este proyecto también se busca mejorar la alimentación del consumidor en lo que respecta al consumo de mermeladas en la localidad; puesto que este producto es más saludable que sus sustitutos, siendo aún más atractivo para el cliente. Hoy en día, las microempresas tienen mayor oportunidad para crecer y cuentan con facilidad para la obtención de créditos que ayuden a financiar el capital de trabajo de las mismas, así mismo existe leyes que apoyan al consumo de lo nuestro, tal es el caso de la Ley Orgánica de Régimen de Soberanía Alimentaria que incentiva el consumo de productos sanos y nutritivos preferentemente elaborados por microempresas ecuatorianas.

Con lo expuesto anteriormente se establece la oportunidad para desarrollar el **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DULCE DE ZAMBO CON PIÑA EN LA CUIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Microempresa

(Aguirre, Cantos, & De los Angeles, 2008) Indican que: “*Se entiende por microempresa a la unidad económica operada por personas naturales, jurídica o de hecho, formales o informales, que tiene las siguientes características*” (Pág. 18).

Entonces podemos decir que una organización se convierte en microempresa al tener como máximo 10 empleados, esta, puede ser de carácter familiar o individual. Dichos ingresos sirven para sustentar los gastos familiares.

2.1.1. Características

Según (Aguirre, Cantos, & De los Angeles, 2008) la *microempresa tiene las siguientes características:*

- *Actividades de producción, comercio o servicios, en los subsectores de alimentos, cerámico, confecciones, entre otros.*
- *Actividades de autoempleo o que tengan hasta 10 colaboradores.*
- *Actividades con un capital de trabajo de hasta veinte mil dólares de los Estados Unidos de América (USD 20.000,00), que no incluya inmuebles y vehículos que sean herramientas de trabajo. (p. 18).*

Una microempresa puede realizar diferentes actividades, por ejemplo puede dedicarse a brindar servicios; puede ser comercial o dedicarse a la transformación de productos. Según la Ley debe tener un máximo de 10 empleados, tener un capital mínimo de trabajo.

2.1.2. Aspectos importantes para iniciar una microempresa

“El origen de una pequeña empresa generalmente está asociado con la detección de una necesidad u oportunidad de negocio, buscando la independencia en términos laborales y económicos” (Jacques, Cisneros, & Mejía, 2011) (p. 6)

Con la creación de una microempresa se busca generar ingresos los cuales servirán para cubrir una parte de los gastos del dueño de la misma. Empezar un negocio, buscando la oportunidad de apoyar a la economía familiar y social, es uno de los objetivos que también se busca con la implantación de la misma.

2.1.3. Marco Legal

1. Requisitos para el funcionamiento de una microempresa

(Aguirre, Cantos, & De los Angeles, 2008) *Indican que los requisitos para el funcionamiento de una microempresa son los siguientes:*

- *“El Registro Único de Contribuyentes: documento obligatorio para personas que realicen actividades económicas, el objetivo es registrar e identificar con fines impositivos para la administración tributaria.”*

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el documento que identifica e individualiza a los contribuyentes, personas naturales o jurídicas, para fines tributarios. El RUC es el instrumento que permite que el Servicio de Rentas Internas (SRI) realice el control tributario.

El Registro Único de Contribuyentes o RUC permite al SRI identificar a las personas que generan los suficientes ingresos para de este modo, recaudar las diferentes clases de impuestos existentes en el país.

- **“Patente Municipal:** *es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.*
- **“Seguro:** *son sujetos de afiliación del Seguro Social obligatorio todos los empleados privados o particulares, para el cual deberá sacar el número patronal.”*
- **“Licencia Sanitaria de venta:** *para productos alimenticios, los productos micro empresariales y artesanales para que puedan distribuir sus productos.”*

Al aplicar todos estos requisitos, la microempresa puede empezar a funcionar de manera legal, y así poder garantizar al cliente que la organización será confiable y constituida de forma reglamentaria.

2. Persona Natural

Según (SRI, 2015): *“Son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas.”*

Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

3. Persona natural obligada a llevar contabilidad

(SRI, 2015) *En su portal web menciona lo siguiente:*

Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado 9 fracciones básicas desgravadas del impuesto a la renta o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a 15 fracciones básicas desgravadas o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a 12 fracciones básicas desgravadas.

4. Registro Sanitario

Certificación otorgada por la autoridad sanitaria nacional para la importación, exportación y comercialización de los productos de uso y consumo humano, señalados en el Artículo 137 de la Ley Orgánica de Salud. Dicha certificación es otorgada cuando se cumpla con los requisitos de calidad, seguridad, eficacia y aptitud para consumir y usar dichos productos, cumpliendo los trámites establecidos en la Ley Orgánica de Salud y sus Reglamentos. (Ministerio de Industrias y Productividad, 2014). (P.3)

Para lanzar un nuevo producto al mercado, específicamente un producto de consumo, es fundamental contar con el registro sanitario ya que este es un documento que certifica que ese artículo es apto para el consumo humano.

(a) Pasos para obtener el registro sanitario

El procedimiento adecuado para la obtención del registro sanitario se lo realizara en la página web www.controlsanitario.gob.ec , para ello el usuario deberá seguir los siguientes pasos:

- *Previamente deberá obtener una clave de acceso e ingresar la información solicitada de acuerdo al respectivo formulario.*
- *Deberá escanear todos los documentos solicitados por ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, control y Vigilancia sanitaria)*

- *Ingresar la información de los formularios de solicitud establecidos y documentos adjuntos en el sistema informático de la ARCSA.*
- *Los documentos será sometidos a la revisión respectiva en un plazo no mayor a siete días.*
- *Una vez que la documentación este correcta, se autoriza el pago correspondiente de registro sanitario.*
- *Se comprueba que el pago haya sido realizado, y una vez que la documentación no ha tenido ninguna deficiencia, el certificado de registro sanitario se publicará en el sistema para que el usuario mediante su clave pueda tenerlo a su predisposición.*

2.2. Estudio de Factibilidad

(Cordova Padilla, 2011) Expresa lo siguiente: *“La decisión de emprender una inversión tiene cuatro componentes básicos:*

- *El decisor, un inversionista, financiero o analista.*
- *Las variables controlables por el decisor.*
- *Las variables no controlables por el decisor.*
- *Las opciones o proyectos que se deben evaluar.”*

El desarrollo de un estudio de factibilidad permitirá conocer si el negocio que se plantea será rentable o no, a través de una investigación minuciosa de todos los elementos que intervienen en el entorno en el cual se planea establecer la idea de negocio.

2.2.1. Clasificación de los Estudios de Factibilidad

(Cordova Padilla, 2011) *Establece los siguientes tipos de estudios de factibilidad:*

- *“La factibilidad técnica determina si es posible física o materialmente hacer un proyecto. Puede incluso llegar a evaluar la capacidad técnica y motivación del personal involucrado.”*

- *“La factibilidad legal determina la existencia de trabas legales para la instalación y operación normal del proyecto, incluyendo las normas internas de la empresa.”*
- *“La factibilidad económica determina la rentabilidad de la inversión en un proyecto.”*
- *“La factibilidad de gestión determina si existen las capacidades gerenciales internas de la empresa para lograr la correcta implementación y eficiente administración del negocio.”*
- *“La factibilidad ambiental determina el impacto sobre el ambiente; por ejemplo, la contaminación.”*
- *“La factibilidad política corresponde a la intencionalidad de quienes deben decidir si quieren o no implementar un proyecto, independientemente de su rentabilidad.”*
- *“La factibilidad social establece los beneficios que la ejecución del proyecto traerá a la comunidad en el mejoramiento de su nivel de vida.”*

El principal objetivo de la ejecución de un estudio de factibilidad es conocer si un proyecto será rentable o no, esto se logrará mediante el análisis de información recabada durante un tiempo determinado.

2.3. Mermelada

2.3.1. Historia de Mermelada

“El origen de lo que hoy conocemos como dulce, tuvo lugar en la época de los romanos, en aquellos días se comenzó a conservar la fruta añadiendo su peso en miel (primer edulcorante natural) y haciéndola hervir hasta que tenga la consistencia deseada. Tuvieron que pasar varios siglos para que con la llegada de los árabes a la península ibérica se introdujera a Europa la caña de azúcar”. (Bordon, 2011), (p. 52).

La mermelada es desde hace mucho tiempo atrás, hasta la actualidad, una forma de conservar por más tiempo las frutas.

2.3.2. Definición de mermelada

De acuerdo a las normas oficiales del país se entiende por mermelada el producto obtenido de la cocción y concentración de la pulpa de alguna fruta determinada, misma que debe estar sana, limpia con un grado de madurez aceptable de la fruta. La mermelada luego de ser procesada ya como producto final este sigue manteniendo su esencia es decir las características organolépticas, pues es un alimento nutritivo proveniente de la fruta, que aporta una buena dosis de energía al ser consumida, es un producto complementario que puede ser consumido en desayunos o meriendas acompañado de pan, galletas, tostadas, en lugares como panaderías, restaurantes, hoteles, entre otros, es decir está orientado para toda la familia.

Entonces podemos decir que la mermelada es el resultado final del proceso de cocción de la pulpa de la fruta con los demás elementos que se utilizan en su producción, tales como endulzantes y persegantes. La fruta tiene que estar en su perfecto estado de madurez para que su sabor sea más consistente. Sirve como acompañante perfecto para consumirlo con galletas, pan y es ideal para la elaboración de diferentes clases de postres.

2.4. Dulce

Se define dulce, al producto final, resultado de la cocción de frutas mezclado con endulzantes naturales (panela) y añadiéndole varias clases de especias las cuales mejorarán su sabor y consistencia.

2.5. Diferencia entre dulce y mermelada

Muchas personas tienden a pensar que dulce y mermelada es lo mismo, pero no es así. A continuación se citará algunas diferencias entre estos productos:

El endulzante que se emplea en la mermelada es el azúcar blanco, el cual mejora la gelificación de la mermelada. Por el contrario, el dulce es endulzado con un producto natural que es la panela.

En la elaboración del dulce se emplea varias clases de especias como canela, clavo de olor, lo que no pasa en la elaboración de la mermelada.

La mermelada se somete al proceso de gelificación para que presente la adecuada consistencia, lo que no sucede con el dulce.

2.5.1. Componentes del dulce

1. Fruta

Las condiciones en las que se encuentre la fruta son fundamentales para conseguir el sabor indicado del dulce. La fruta debe estar en su perfecto estado de madurez, no debe sobrepasar su límite de madurez ya que si lo hace el sabor del dulce no será igual.

2. Panela

La panela es un endulzante cien por ciento natural que se obtiene al evaporar los jugos de la caña de azúcar. Tiene un poder endulzante mayor que el azúcar blanco. En este caso, al utilizar la panela, se está logrando que el producto final contenga menos calorías y sea aún más nutritivo.

3. Especias

(Botanical Online, 2015) *Indica que: se denomina especias a una parte vegetal con propiedades aromáticas o picantes. El término se aplicó normalmente a aquellas semillas, frutos, ramas, rizomas, estigmas florales, hojas, brotes u otras partes de la planta.*

En la gastronomía tradicional, las especias se emplean para mejorar el sabor de los alimentos y el aroma de los mismos, haciéndolos más atractivos para el paladar del consumidor.

4. Conservantes

Son sustancias que se agregan a los alimentos para evitar su deterioro y conseguir un mayor tiempo de duración de los mismos. También evitan el desarrollo de microorganismos. Los más utilizados son sulfato de potasio y benzoato de sodio.

2.5.2. Zambo

Gráfico No 3

Zambo



Fuente: Fotografía Propia
Elaborado por: La autora
Año: 2015

1. Origen

(Suquilanda Valdivieso , 2011) (p. 181) *Menciona que:*

Los zambos han sido consumidos por los pueblos americanos desde hace varios miles de años. En el área que constituyó el antiguo imperio de los incas, se han encontrado evidencias relacionadas con este tipo de cultivos, con una antigüedad que data entre los 3000 a 5000 años.

Son plantas rastreras de tallos suculentos y grandes hojas que cubren el suelo, cuyo cultivo se remonta a los inicios de nuestra agricultura en los primeros asentamientos humanos de nuestras tribus primigenias.

El zambo es un fruto ancestral que formaba parte de la alimentación de nuestros antepasados, lo consumían de varias formas, como por ejemplo mediante sopas, coladas y dulces.

2. Valor Nutritivo

Según (Suquilanda Valdivieso , 2011), esta especie es rica en betacaroteno y glucosa. También contienen cantidades significativas de riboflavina, retinol, ácido pteroil-L-glutámico, ácido hialurónico, cianopramina, fenilalanina y dihidrocodeína. Como alimento son excelentes, teniendo en cuenta el alto contenido de vitamina A (calculado entre 3 000 y 4 000 Unidades Internacionales) y de otros minerales.

Como se puede observar, el zambo contiene varios beneficios nutricionales y aporta con nutrientes esenciales para el organismo, sin embargo esto es desconocido por las personas, es por eso que su consumo no es tan masivo.

3. Condiciones Agrícolas para el cultivo

Gráfico No 4

Zambo



Fuente: Fotografía Propia
Elaborado por: La autora
Año: 2015

(Suquilanda Valdivieso , 2011) *Muestra lo siguiente:*

“Suelos y altitud: *Estos cultivos son poco exigentes, adaptándose con facilidad a todo tipo de suelos, aunque prefieren aquellos de textura franca, profunda y bien drenada, sin embargo se trata de una planta muy exigente en materia orgánica.”*

“Clima: *Estos cultivos son típicos de las zonas con climas templados y fríos, aunque existen variedades que se cultivan a nivel de mar.”*

“Temperatura: *La germinación de la semillas se da cuando el suelo alcanza una temperatura de 20-25 °C, para el desarrollo vegetativo de las plantas se debe mantener una temperatura atmosférica de 25-30 °C y para la floración de 20-25 °C”*

“Humedad relativa óptima: *Se trata de cultivos más o menos exigentes de humedad, si se van a desarrollar como cultivos de riego, en zonas secas precisaran de este vital líquido con la aparición de los primeros frutos.”*

“Luminosidad: *La luminosidad es importante, especialmente durante los períodos de crecimiento inicial y floración. La deficiencia de luz repercutirá directamente en la disminución del número de frutos en la cosecha.”*

4. Formas de Consumo

(Peralta, Mi lindo Ecuador, 2014) En su artículo indica que: *“En el Ecuador, especialmente en la Serranía es aprovechado para hacer sopas, dulces, mermeladas, coladas, sus semillas también tienen un alto valor nutritivo ya que aportan considerables proteínas.”*

2.5.3. Piña

(Botanical Online, 2015), esta revista menciona lo siguiente: *“La piña o ananá es una fruta de una planta de las familias de las bromeliáceas que contiene alrededor de 1.400 especies en el mundo.”*

Esta fruta es muy conocida en diferentes partes del mundo por su delicioso sabor y su inconfundible aroma, haciéndola una fruta muy apetecida en el mercado.

1. Origen

(Botanical Online, 2015) *Indica que:*

Procede de la zona tropical del Brasil. Argentina y Paraguay. Empezó a cultivarse por primera vez a finales del siglo XIX en la isla de Hawai en su variedad “Smooth Cayenne” que todavía hoy en día es la variedad más habitual que se vende. En la actualidad se cultiva en la mayoría de países tropicales del mundo hasta los 800 metros de altitud o en Ecuador en alturas más elevadas que no sobrepasen los 800 metros.

La piña se cultiva en los lugares tropicales del mundo, y a una altura determinada. El Ecuador no es la excepción, siendo uno de los países con mayor porcentaje de exportación de la misma.

2. Valores Nutritivos

La piña cuenta con algunos factores de nutrición, los cuáles aportan enormemente en la alimentación. Esta fruta presenta cantidades considerables de vitamina C en un 721%, vitamina B-6 en un 50%, hierro en un 14%, vitamina A en un 10%, magnesio en un 27 % entre otros. (RoundGrind, 2015)

2.5.4. Panela

Gráfico No 5

Panela



Fuente: Sitio Web
Elaborado por: La autora
Año: 2015

(Web Systems, 2012) En su sitio web “*PanelaEcuador.com*” indica que:

Es un alimento natural que sustituye al azúcar refinada, contiene altos porcentajes de nutrientes, minerales, vitaminas, proteínas, y se diferencia de la elaboración del azúcar común ya que éste utiliza químicos muy perjudiciales para su refinado, eliminando a través de su proceso los minerales y vitaminas que posee la caña de azúcar.

La panela contiene varios nutrientes a diferencia del azúcar blanco. Es un endulzante que puede sustituir fácilmente al edulcorante tradicional y que además aporta positivamente en la alimentación diaria.

2.6. Administración

La administración como disciplina consiste en coordinar los elementos internos de la empresa y/o de los organismos sociales hacia determinado fin o propósito en el entorno, el cual no puede ser administrado puesto que las variables externas dependen de factores económicos, sociales, tecnológicos, etc., que no es factible controlar. En todo caso, la empresa y las organizaciones sociales estudian el entorno y sus tendencias para desarrollar sus estrategias de operación en él. (Hernández y Rodríguez & Palafox de Anda, 2012) (p.10).

La administración en una empresa es muy importante ya que es un proceso que permite planear, organizar dirigir y controlar las actividades de la misma para cumplir con los objetivos y meta planeados por la organización.

2.7. Contabilidad

2.7.1. Definición

(Bravo Valdivieso, 2013) (Pag.1) *Menciona que:*

Se puede conceptuar a la contabilidad como un campo especializado de las ciencias administrativas que se sustenta en principios y procedimientos generalmente aceptados, destinados a cumplir con los objetivos de: análisis, registro y control de las transacciones en operaciones realizadas por una empresa o institución en funcionamiento, con las finalidades de informar e interpretar la situación económica financiera y los resultados operacionales alcanzados en cada período o ejercicio contable, durante toda la existencia permanente de la entidad.

La contabilidad es una ciencia que consiste en analizar, registrar e interpretar la información proveniente de operaciones realizadas por la empresa, a través de ella se puede conocer la situación económica y financiera de una entidad durante un período contable.

2.7.2. Estados Financieros

Según (Bravo Valdivieso, 2013):

La contabilidad tiene como uno de sus principales objetivos el conocer la situación económica y financiera de la empresa el término de un período contable o ejercicio económico, el mismo que se logra a través de la preparación de los siguientes estados financieros:

- *Estado de Situación Patrimonial o de Posición Financiera*
- *Estado de Resultados Integrales*
- *Estado de Cambios en el Patrimonio Neto*

- *Estado de Flujos de Efectivo*
- *Notas a los Estados Financieros*

Los estados financieros reflejan la situación económica y financiera de toda entidad, mediante estos y un análisis exhaustivo de la información reflejada en ellos, ayudará a la toma correcta de decisiones.

2.7.3. Objetivo de los Estados Financieros

(Bravo Valdivieso, 2013) (Pág. 191) *Explica que:*

El objetivo básico de la presentación de los informes o estados financieros es proporcionar información que sea útil para tomar decisiones de inversión y préstamos. Para que la información sea útil en la toma de decisiones. Esta debe ser pertinente, confiable, y comparable. (F.A.S.B).

El objetivo de los estados financieros, es brindar información económica y financiera razonable, real y confiable la cual sustente en la toma de decisiones.

Estado de Situación Patrimonial o de Posición Financiera

La autora (Bravo Valdivieso, 2013) menciona lo siguiente: *“Denominado también Balance General, se elabora al finalizar el período contable para determinar la situación financiera de la empresa en una fecha determinada. (Pág. 217).”*

Estado de Resultados Integrales

(Hernández y Rodríguez & Palafox de Anda, 2012) Indican que: *“Es el EF que muestra los ingreso, costos y gastos, así como la utilidad o pérdida neta resultado de las operaciones de una entidad durante un periodo determinado. (p.327)”*

El estado de Resultados Integrales o conocido también como estado de Pérdidas y Ganancias estará compuesto por las cuentas de ingreso, costos y gastos. La diferencia entre dichas cuentas será la utilidad obtenida en el ejercicio contable. Este estado financiero se lo realiza al finalizar el período contable.

Estado de Cambios en el Patrimonio Neto

Se elabora al iniciar las operaciones de la empresa con los valores que conforman al Activo, el Pasivo y el Patrimonio. Con esta información se procede a la “apertura de libros” ((Bravo Valdivieso, 2013) (Pág. 49)

Estado de Flujos de Efectivo

El estado de flujo de efectivo se elabora al término de un ejercicio económico o período contable para evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia de la empresa. (Bravo Valdivieso, 2013), (Pág. 198).

Notas a los Estados Financieros

Para (Bravo Valdivieso, 2013):

Las notas a los estados financieros son parte integrante de los estados financieros. Cada partida del estado de situación patrimonial, del estado de resultados integrales, del estado de cambios en el patrimonio neto y de estado de flujos de efectivo de la entidad contendrá una referencia cruzada a la información correspondiente dentro de las notas.

Todas las entidades deberán revelar, como mínimo, la siguiente información dentro de las notas: una declaración de cumplimiento de las NIIF; las políticas contables; los errores materiales de ejercicios anteriores; y los cambios en las estimaciones contables”. (Pág. 280).

Según las NIIF’s todos los estados financieros deben contar con notas aclaratorias ya que ayudan a complementar la información presentada en los mismos.

2.7.4. Contabilidad de Costos

1. Definición

(Hernández y Rodríguez & Palafox de Anda, 2012) Menciona lo siguiente: *“Identifica y analiza los diversos elementos de los costos directos e indirectos de la producción y comercialización de productos y servicios.”* (p.332)

La contabilidad de costos es una rama de la contabilidad que permite analizar e interpretar los diferentes costos que intervienen en el proceso de producción. Un análisis adecuado de todos los costos que intervienen en este proceso ayudará a la toma de decisiones realizada por la administración y la gerencia.

(b) Costo

“Variación monetaria de la suma de recursos y esfuerzos que han de invertir para la producción de un bien o un servicio. Precio o gasto de un bien o un servicio, sin considerar su ganancia o utilidad.” (Hernández y Rodríguez & Palafox de Anda, 2012) (p.329).

Los costos son valores monetarios que se invierten para la producción y fabricación de algún bien o servicio. Son los valores que se incurren directamente en el proceso productivo tales como materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación, entre otros.

(c) Gasto

(Hernández y Rodríguez & Palafox de Anda, 2012) Indica que gasto es: *“Salida de efectivo efectuada en un periodo determinado para la operación de un negocio”.* (p.329).

El gasto implica la salida de efectivo por el pago de algún servicio adquirido, durante un tiempo determinado.

(d) Diferencia entre costo y gasto

“El costo se identifica con el bien producido, se eroga por su causa e incrementa el valor del inventario. El gasto no incrementa el valor de los inventarios.” (Hernández y Rodríguez & Palafox de Anda, 2012)(p.329)

Es importante determinar la diferencia existente entre estos dos rubros, la principal característica es que el costo interviene netamente en el proceso productivo mientras que el gasto se relaciona con el área administrativa.

(e) Costos Variables o Directos

Según los autores (Hernández y Rodríguez & Palafox de Anda, 2012): *“Varían de acuerdo a la producción, materia prima, mano de obra, comisiones, etc.”* (p.329)

Estos costos son conocidos así por su intervención directa en el proceso productivo. Tanto materia prima como mano de obra son costos que pueden variar de acuerdo al volumen de producción.

(f) Costos Fijos

“No se modifican, sino que pertenecen al período; solo cambian niveles de producción: renta, depreciación” (Hernández y Rodríguez & Palafox de Anda, 2012)(p.329).

A diferencia de los costos variables, los costos fijos permanecen constantes y no se ven afectados por cambios en los niveles de actividad de la empresa.

2. Costos de producción

“Los costos de producción están asociados con la fabricación de bienes o la provisión de servicios. Los costos de producción pueden clasificarse en materiales directos, mano de obra, directa y gastos indirectos”. (Calleja Bernal, 2013), (Pág. 12)

Los costos de producción intervienen directamente en el proceso de producción. Existen varias clases de costos de producción entre los cuales se puede mencionar materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación y otros.

3. Elementos del costo

(g) Materia prima

“De estos tres elementos, el más fácil de identificar, el más tangible. Es la materia prima o material directo. Casi en cualquier ejemplo de un bien producido, podemos identificar sus principales materias primas, aun cuando no seamos expertos”. (Calleja Bernal, 2013), (Pág. 11).

La materia prima es uno de los principales costos de producción. En la mayoría de productos terminados, se la puede identificar fácilmente debido a que esta forma la mayor parte del bien terminado.

(h) Materia Prima Directa

(Calleja Bernal, 2013) Indica que: *Son los materiales rastreables del bien o servicio que se está produciendo. Su costo puede cargarse directamente a los productos, ya que la observación física permite medir la cantidad consumida por producto.* (Pág. 12)

La materia prima directa son todos los elementos principales que intervienen en la producción del bien. La materia prima directa se transformará e incorporará en el producto final.

(i) Materia Prima Indirecta

A diferencia de la materia prima directa este segundo elemento son todos los materiales incluidos en la elaboración de producto, que no sean identificados como materiales directos.

(j) Mano de Obra Directa

El segundo elemento, la mano de obra, en realidad también es fácil de imaginar. Si nos detenemos a pensar en ciertos productos, podemos suponer como fueron fabricados o, tal vez, hemos estado en una planta industrial y hemos observado directamente: una línea de producción en la que diversos obreros con funciones muy específicas van tomando la materia prima en sus manos o la colocan en sus máquinas y las transforman hasta lograr el producto terminado. (Calleja Bernal, 2013), (Pág. 13)

En el proceso productivo, la mano de obra es fundamental ya que ella es la que se encarga de manejar todas las maquinarias responsables de la transformación de la materia prima directa e indirecta. En cada proceso actúan diferente mano de obra, la cual estará especializada y deberá ser calificada y capacitada debidamente.

(k) Costos Indirectos de Fabricación

(Calleja Bernal, 2013) (Pág.15) *Menciona que:*

Todos los costos de producción diferentes a los materiales directos y de la mano de obra directa se agrupan en esta categoría. En una empresa manufacturera también se conoce como gastos o cargos de fabricación. Dicha categoría contiene una gran variedad de aspectos.

Lo costos indirectos de fabricación formarán parte en la elaboración del producto final, pero al algunas ocasiones no se los podrá identificar fácilmente en el producto terminado. Estos

costos incluyen tanto la materia prima indirecta, mano de obra indirecta, y gastos indirectos de fabricación.

2.8. Marketing

2.8.1. Investigación de Mercado

La investigación de mercados es una técnica basada en el método científico de análisis de muestras representativas, matemáticamente calculadas, de preferencias, gustos, tendencias, modas, etc., de los diferentes segmentos, lo que permite inferir conclusiones válidas de los deseos de los consumidores o usuarios. (Hernández y Rodríguez & Palafox de Anda, 2012)

La investigación de mercados es una herramienta que permite obtener o recopilar información del comportamiento del consumidor. A través del mismo se puede determinar factores claves como oferta y demanda.

2.8.2. Mercado

El mercado es un espacio donde confluye la oferta y la demanda, interactúan proveedores e intermediarios con necesidades y con capacidades de compra. Para que un mercado sea una realidad, deben existir personas naturales o jurídicas con necesidades y deseos, pero al mismo tiempo deben existir productos y/o servicios que satisfagan totalmente esas necesidades. (Prieto Herrera, 2013) (p.73)

El mercado es el lugar en donde participa la oferta y demanda, así mismo intervienen elementos como precio o capacidad de pago por la adquisición de algún bien o servicio y un producto el cual debe satisfacer las necesidades del cliente.

2.8.3. Segmentación de mercado

(Prieto Herrera, 2013), *define segmentación de mercado como:*

Dividir un mercado en grupos de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos, y quienes podrían requerir productos o programas de marketing

separados”. Por medio de la segmentación de mercado, las empresas conocen a quien dirigir su producto o servicio, que coinciden con las necesidades del cliente y que logran su penetración en el mercado de manera eficaz y eficiente.

Este proceso consiste en agrupar al mercado en conjuntos específicos con características similares, para luego, conocer a quienes va dirigido el producto final y de esta forma satisfacer las necesidades del consumidor.

2.8.4. Mercado Meta

Grupo de personas u organizaciones para el que una organización diseña, implementa y mantiene una mezcla de marketing creada para satisfacer sus necesidades y que da como resultado intercambios mutuamente satisfactorios”. En el mercado interactúan los ofertantes y demandantes, mismos que adquieren u ofertan un producto o servicio a precio que esté de acuerdo a la competencia. (Prieto Herrera, 2013).

El mercado meta es un grupo aún más específico y más pequeño que el segmento de mercado. En este grupo es en donde la empresa se centrará y aplicará la mezcla de marketing para lograr conseguirlo.

2.8.5. Demanda

(Baca, 2010) Establece que: *“se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (p.17)*

La demanda es una de las partes que interactúan en el mercado. Esta es la cantidad de bienes o servicios que son adquiridos por el cliente al cual busca la satisfacción de sus necesidades.

2.8.6. Oferta

Para (Baca, 2010): *“oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes, está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”* (p. 47)

La oferta es la contra parte de la demanda, esta implica la cantidad de oferentes existente en el mercado, los cuales brindan el mismo producto o productos sustitutos. En otras palabras la oferta mide el nivel de competidores que existen en el mercado.

2.8.7. Competencia

Los autores (BENJAMIN & FINCOWSKY, 2009, pág. 140), *expresan que:*

La competencia constituye un grupo de organizadores que interactúan en el medio con la organización materia de estudio; por su estructura u objeto tienen funciones y propósitos similares, por lo que sus experiencias constituyen un factor decisivo para lograr resultados.

La competencia son las empresas que producen artículos similares o productos sustitutos. Esta puede darse de forma directa e indirecta.

2.8.8. Comercialización

(Fernández, Mayagoitia Barragan, & Quintero Miranda, 2010) indican que: *“se entiende por comercialización el conjunto de actividades relacionadas con las transferencias de bienes y servicios desde los productores hasta el consumidor final.”*(Pág. 49)

La comercialización es una actividad que consiste en el intercambio de bienes o servicios entre partes conocidas como vendedor y comprador.

2.8.9. La mezcla de marketing

(Jacques Filion, Cisneros Martinez, & Mejía Morelos, 2011) (P. 229) *Mencionan que:*

Se conoce como mezcla de marketing a la combinación de las diferentes variables que conforman la solución que se ofrece al cliente, lo que consiste en informarlo y persuadirlo de que producto adquirir, donde comprarlo y cuanto pagar por ello. Muchos se refieren a la mezcla como las cuatro “p”.

La mezcla de marketing es una herramienta que sirve para llegar al consumidor, en ésta se emplean diferentes variables claves las cuales persuaden al cliente acerca de qué se ofrece, dónde lo puede encontrar y el valor que tendría que pagar por obtener ese bien o servicio.

1. Producto

Este puede clasificarse de varias perspectivas: el producto genérico, que es un producto de beneficios esenciales, el producto tangible, que es el objeto físico que se compra, o el producto ampliado, que es el producto tangible más una serie de servicios que lo envuelven. (Jacques Fillion, Cisneros Martinez, & Mejía Morelos, 2011)(p229)

Producto es cualquier clase de bien que se ofrece en el mercado. Puede ser un bien físico o tangible, o también un bien intangible.

Precio

(Baca, 2010) Indica que *“el precio es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio cuando la oferta y la demanda está en equilibrio”* (p. 48)

El precio es el valor monetario que se paga por la compra de un bien o la contratación de un servicio.

(I) Factores determinantes del precio

Según (Córdova, 2011) *el precio de venta depende de:*

- *Elasticidad- precio de la demanda*

- *Concepto de la mercadotecnia de la empresa.*
- *Estructura del mercado en cuanto a oferta y número de consumidores.*
- *Fijación de precios oficiales.*
- *Tipo y naturaleza del mercado y sistema de distribución.*
- *Estructura de los costos de operación.*
- *Margen de rentabilidad esperada. (p. 77)*

2. Plaza

“Un canal de distribución está constituido por un conjunto de organizaciones a través de las cuales se hacen llegar los bienes al consumidor final”. (Jacques Filion, Cisneros Martinez, & Mejía Morelos, 2011) (p 230)

La plaza no es más que los canales de distribución que se va a emplear para hacer llegar el producto al cliente.

3. Promoción

La promoción es una forma de incentivar al consumidor a adquirir el producto. Es una manera de comunicar al consumidor todo lo relacionado con el producto a ofertarse. La empresa primero deberá darse a conocer ante el mercado de su existencia para posteriormente lanzar su producto.

2.9. Tamaño del Proyecto

El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el período de funcionamiento. Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se puede producir en un día, mes o año dependiendo del tipo de proyecto que se esté formulando. (Cordova Padilla, 2011), (p.107)

Cuando nos referimos al tamaño del proyecto de una empresa, estamos hablando de la capacidad de producción que tiene la misma en un período determinado, ya sea diario, semanal, mensual o anual.

2.9.1. Macro localización

El autor (CÓRDOVA, 2011, pág. 119), *manifiesta que:*

Se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto”. Tiene aspectos de localización a nivel regional y nacional del área de influencia del proyecto, que permita identificar claramente quienes estén interesados del proyecto.

La macro localización se refiere a la ubicación en general en donde se establecerá la microempresa. Para definir la ubicación correcta de la empresa primero se empieza por definir la macro localización. Aquí se considera aspectos sociales, económicos, culturales, entre otros.

2.9.2. Micro localización

Según (CÓRDOVA, 2011, pág. 121):

Cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida. La micro-localización del proyecto consiste en determinar el área específica en el que se localizará y operará en proyecto. Se debe diseñar un plano en donde se identifique el sitio del proyecto, para conocimiento de quienes apoyen el proyecto en las distintas actividades a ejecutarse.

Ya definida la Macro localización, el segundo paso es establecer la micro localización, que consiste en determinar el lugar específico exacto en donde se ubicará la empresa. En este término se debe tomar en cuenta las variables que influyen en su entorno como actividades productivas, socioeconómicas, entre otros.

2.9.3. Distribución de la planta

Según (BACA G. , 2008, pág. 104): *“La distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores”.*

Una adecuada distribución de la planta permite que el proceso productivo se realice de mejor manera, ya que para cada proceso se asignará el espacio correspondiente.

2.10. Ingeniería del Proyecto

La ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que hará de tener la planta productiva. (BACA G. , 2008, pág. 102).

En la ingeniería del proyecto se define el proceso productivo del mismo, esto implica la adecuada distribución de la infraestructura, así mismo la adquisición de maquinarias y equipos necesarios para el proceso de producción.

2.11. Inversiones en el Proyecto

2.11.1. Inversión fija

Los activos tangibles están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc. Es conveniente especificar y clasificar los elementos requeridos para la implementación del proyecto (capital fijo), contemplando en este mismo compra de terrenos, construcción de obras físicas, compra de maquinaria, equipos, aparatos, instrumentos, herramientas, muebles, enseres y vehículos. (Cordova Padilla, 2011)

La inversión fija constituye todos los activos que adquiere la empresa, como por ejemplo: maquinaria, equipos, vehículos, muebles y enseres. También constituye la compra de terreno y la infraestructura.

2.11.2. Inversión Diferida

Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, gastos pre operativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa, etc.

La inversión diferida constituye activos intangibles los cuales están sometidos a amortizarse y recuperarse en un período de largo plazo. Se consideran inversiones diferidas a los gastos de organización y constitución, patentes y licencias, estudios previos, pagos realizados por anticipado.

2.11.3. Capital de Trabajo Inicial

El capital de trabajo, que contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para que funcione una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos: materias primas, sueldos y salarios, cuentas por cobrar, almacén de productos terminados y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa. Su estimación se realiza basándose en la política de ventas de la empresa, condiciones de pago a proveedores, nivel de inventario de materias primas, etc. (Cordova Padilla, 2011)

Se conoce como capital de trabajo al conjunto de recursos necesarios para poner en marcha una empresa. Este rubro es necesario para que el proyecto comience a funcionar. Normalmente el capital de trabajo se recupera en el lapso de 3 meses.

2.11.4. Inversión Total

Aquí se debe hacer una adecuada presentación de la información financiera teniendo en cuenta la realización de un cómputo de los costos correspondientes a la inversión fija, la inversión diferida y al capital de trabajo necesario para la instalación y operación del proyecto. (Cordova Padilla, 2011)

La inversión total es el resultado final de la suma de la inversión fija, diferida y capital de trabajo necesario para el funcionamiento del proyecto.

2.12. Presupuestos

2.12.1. Definición

“Estimaciones programadas de ingresos y egresos por partidas o rubros de operación y resultados en términos monetarios, para un periodo de operaciones quincenal, mensual, trimestral, etc.; determina las políticas de aplicación de los recursos y las prioridades.” (Hernández y Rodríguez & Palafox de Anda, 2012)(p. 332)

El presupuesto es una herramienta que permite estimar ingresos y gastos en un tiempo determinado.

2.13. Flujo de Caja

El flujo de caja reviste gran importancia en la evaluación de un proyecto, por lo tanto se debe dedicar la mayor atención en su elaboración. Es un estado financiero que mide los movimientos de efectivo, excluyendo aquellas operaciones que como la depreciación y amortización, constituyen una salida de dinero. (Cordova Padilla, 2011), (p. 210)

El flujo de caja es un estado que permite un análisis de la viabilidad del proyecto, muestra un detalle de los movimientos de ingresos y egresos de efectivo que tiene una empresa en un determinado período. Estudia las fuentes y usos del efectivo. Si existe un resultado positivo significa que la organización tiene liquidez y puede cubrir fácilmente sus obligaciones.

2.13.1. Flujo Neto

El flujo neto establece los ingresos reales del proyecto, ya que en la utilidad neta que resulta del estado de pérdidas y ganancias se debe tener en cuenta que se han hecho unos egresos como la depreciación de activos fijos y la amortización de activos diferidos, que no implican la salida de efectivo de caja, los cuales se deben adicionar, para conocer la real situación de los ingresos

del proyecto, a partir de los cuales se puede hacer su evaluación financiera. (Cordova Padilla, 2011), (p. 215)

El flujo neto es el resultado de la diferencia entre ingresos y egresos. Si los ingresos son mayores a los egresos, entonces se obtiene un flujo neto positivo, caso contrario, si los egresos son mayores a los ingresos se obtendrá un saldo negativo.

2.14. Técnicas de Evaluación Financiera

2.14.1. Valor Actual Neto

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros originados por una inversión. También se conoce como el valor actual neto (VAN), definiéndose como la diferencia entre los ingresos y egresos (incluida como egreso la inversión) a valores actualizados o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial.” (Cordova Padilla, 2011)

El valor actual neto o (VPN) es una técnica de evaluación financiera que determina si es que un proyecto es rentable o no. Si el valor es mayor a cero, entonces el proyecto es rentable, caso contrario si el valor es menor a cero el proyecto no tiene futuro.

2.14.2. Tasa Interna de Retorno

Según (ORTEGA, 2010, pág. 242), *la tasa interna de Retorno: Es la tasa de actualización que iguala el valor presente de los ingresos totales con el valor presente de los egresos totales de un proyecto en estudio.*

2.14.3. Beneficio-costo

(Cordova Padilla, 2011) Menciona lo siguiente: *“La razón beneficio-costo, también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial (.....) Si la razón beneficio-costo es mayor que 1, entonces acepte el proyecto.”*

El beneficio-costo consiste en determinar el rendimiento que se logrará por una cantidad determinada de dinero invertido. Por ejemplo, cuánto se obtendría por cada dólar invertido.

2.14.4. Período de Recuperación de la Inversión

Según (BACA U. G., 2013, pág. 212) menciona que: *“Consiste en determinar el número de periodos, generalmente en años, requeridos para recuperar la inversión inicial emitida, por medio de los flujos de efectivo futuros que generará el proyecto”*.

Esta técnica de evaluación financiera muestra el tiempo que se demorará en recuperar la inversión incurrida en el proyecto.

2.15. Punto de Equilibrio

“Momento en que el importe de las ventas es el suficiente para absorber los costos y gastos; por lo tanto, la utilidad de operación es cero, es decir, no hay pérdida o ganancia.”
(Hernández y Rodríguez & Palafox de Anda, 2012)(p.332)

El punto de equilibrio indica el lugar en donde los ingresos son iguales a los egresos, por consiguiente no existe pérdidas ni ganancias.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación

En el desarrollo de cualquier proyecto, el estudio de mercado es un instrumento muy importante ya que permite determinar su viabilidad y el nivel de aceptación de un nuevo producto en el mercado local. En este caso permitió conocer si la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de dulce de zambo con piña en la ciudad de Ibarra es viable o no.

El estudio de mercado fue realizado en la ciudad de Ibarra, considerando factores como la demanda, oferta, estrategias comerciales, entre otros. En el presente estudio se aplicaron técnicas de investigación como la encuesta y fichas de observación, las cuales permitieron recabar información acerca de la situación actual en cuanto al consumo de mermelada como producto sustituto, principales oferentes, demanda, presentación, precio y otros.

3.2. Identificación del Producto

3.2.1. Características del producto

Este producto puede ser consumido por personas de cualquier edad, de igual forma puede ser adquirido para consumo familiar, no es recomendable para las personas con problemas de salud como diabetes debido a que aunque es un endulzante natural continúa teniendo un alto contenido de azúcar.

El dulce de zambo con piña es producto de la mezcla de estos frutos con panela, un endulzante más saludable, añadiéndole a esto, la utilización de canela, clavo de olor y pimienta dulce. Este dulce tendrá una consistencia espesa debido al proceso de cocción a la cual se someten los frutos. Deberá presentar un color atractivo y brillante y un exquisito sabor. El Producto final se lo puede acompañar con: pan, galletas, cereales y otros.

El zambo y la piña son frutos que cuentan con grandes propiedades nutricionales por lo que una excelente forma de consumirlas sería mediante la elaboración de este delicioso dulce.

3.2.2. Presentación del Producto

Su presentación será en frascos de vidrio y en sachet, con un contenido neto de 300 gr, los cuales llevarán el nombre del producto, logotipo, eslogan, tabla de contenido nutricional y obligatoriamente la semaforización.

Gráfico No 6

Etiqueta del producto.



Elaborado por: La autora
Año: 2015

3.2.3. Sustitutos del Producto

Existen varias clases de productos sustitutos para el dulce de zambo con piña. En el mercado local se logró identificar los siguientes alimentos sustitutos:

- Mermeladas de diferentes sabores y diferentes marcas. (Gustadina, Snobb, San Jorge, Facundo, María Morena)
- Manjar de Leche
- Chocolate en pasta (Nutela)

La cultura de consumo de la ciudad de Ibarra muestra que la mayoría de personas tienden a consumir diversas variedades de mermeladas guiándose por el sabor, marca, presentación y otros, por lo que se consideró a este producto como el principal elemento sustituto y como el mayor rival del dulce de zambo con piña.

3.3. Segmento de Mercado

Para la segmentación de mercado se consideró aspectos demográficos como edad; aspectos socioeconómico como poder adquisitivo, ocupación.

Cuadro N° 12**Segmento de mercado**

CRITERIOS DE SEGMENTO	SEGMENTO DE MERCADO
Geográfica	
Región	Sierra
Provincia	Imbabura
Ciudad	Ibarra
Sector	Urbano
Demográfica	
Edad	Mayores de 15 años
Sexo	Hombres y mujeres
Conductuales	
Gustos y preferencias	Marca y sabor de mermeladas
Variables Socioeconómicas	
Nivel económico	Personas de estrato medio y alto que tengan alguna ocupación remunerada.

Elaborado por: La autora
Año: 2015

Entonces, se consideró a la cantidad de hogares de la ciudad de Ibarra que según el Censo de Población y Vivienda realizado en el año 2010 es de 34.930 hogares urbanos. Para efecto del análisis correspondiente se estableció una proyección de hogares realizada con el 2,02% equivalente a la tasa de crecimiento poblacional, que indica la evolución de la misma.

Cuadro N° 13**Número de hogares al año 2015**

AÑO	HOGARES
2.010	34.930
2.011	35.636
2.012	36.355
2.013	37.090
2.014	37.839
2.015	38.603

Fuente: Censo de la Población y Vivienda, 2010
Elaborado por: La autora
Año: 2015

3.4. Mercado Meta

Como mercado meta se tomó en cuenta al número de hogares de la ciudad de Ibarra entre las edades de 20 y 65 años, ya que el producto a ofertarse es de consumo familiar; se considera a los hogares urbanos, debido a que los jefes de familias de cada uno de estos, cuentan con poder adquisitivo, un empleo fijo y estable o generan alguna clase de ingreso con los cuales cubren sus gastos, además de que éste no es un producto de primera necesidad.

3.4.1. Promedio de miembros por hogar

Según el INEC, el promedio de miembros por hogar es de 3.9 personas, lo que significa que un hogar común está compuesto por 4 personas.

3.5. Objetivos del Estudio de Mercado

3.5.1. Objetivo General

Realizar un estudio de mercado que permitirá identificar la oferta y demanda potencial del producto a través de la aplicación de técnicas de recolección de información tales como la encuesta, entrevista, fichas de observación, entre otros.

3.5.2. Objetivos Específicos

- Identificar la demanda de dulces y mermeladas en la ciudad de Ibarra.
- Conocer la oferta existente en cuanto a dulces y mermeladas en la ciudad de Ibarra.
- Diseñar las estrategias comerciales para introducir y posicionar el dulce de zambo con piña en el mercado.

3.6. Matriz de Estudio de Mercado

Cuadro N° 14

Matriz de estudio de mercado

OBJETIVO ESPECÍFICO	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICA	PÚBLICO META
· Identificar la demanda de dulces y mermeladas en la ciudad de Ibarra	Demanda	Preferencias de mermeladas	Primaria	Encuesta	Jefes de familia de los hogares urbanos de la ciudad de Ibarra
		Sustitutos del producto	Primaria	Encuesta	
		Volumen de producción	Primaria	Encuesta	
· Conocer la oferta existente en cuanto a dulces y mermeladas en la ciudad de Ibarra	Oferta	Competidores	Primaria	Ficha de Observación	Supermercados de la ciudad de Ibarra: TÍA, Supermercado Akí
		Sustitutos del producto	Primaria	Ficha de Observación	
		Posicionamiento en el mercado	Primaria	Ficha de Observación	
		Frecuencia de compra	Primaria	Ficha de Observación	
· Diseñar las estrategias comerciales para introducir y posicionar el dulce de zambo con piña en el mercado	Estrategias Comerciales	Producto	Primaria	Encuesta	Jefes de familia de los hogares de la ciudad de Ibarra
		Precio	Primaria	Encuesta	
		Plaza	Primaria	Encuesta	
		Promoción	Primaria	Encuesta	

Elaborado por: La autora

Año: 2015

3.7. Mecánica Operativa

3.7.1. Identificación de la población

Para la identificación de la población se tomó en cuenta a la población total de la ciudad de Ibarra, que según el Censo de Población y Vivienda realizado en el año 2010 son 139.721 habitantes de los cuales 67.165 son hombres y 72.556 son mujeres. Para el presente año la proyección realizada por el mismo organismo indica que existen 204.568 habitantes.

En la ciudad de Ibarra existen 4 principales supermercados: Supermaxi, Gran Akí, Tía, y Santa María. Es importante mencionar que ellos funcionarán como intermediarios o distribuidores y ayudarán a que el delicioso dulce de zambo con piña pueda ser fácilmente adquirido por el consumidor.

Para obtener información real y confiable se aplicó una técnica de investigación como la encuesta. Posteriormente se procedió a tabular y analizar la información recolectada.

3.7.2. Identificación de la muestra

Se consideró como población a investigar al número de hogares de estrato medio y alto de la ciudad de Ibarra que según la proyección realizada en el año 2015 son 38.603 hogares conformados por un promedio de 4 personas cada uno.

Para el cálculo correspondiente se empleó la siguiente fórmula estadística:

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

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N = Población a investigar

Z= Nivel de confianza 95% (1,96)

δ^2 = Varianza (0,25)

e = Error; lo que se sugiere es trabajar con una margen de error del 5%

Entonces:

$$n = \frac{(1,96^2)(0,25^2)(38.603)}{(0,05)^2(14077 - 1) + (1,96^2)(0,25^2)}$$

$$N= 380,38 = 380$$

3.7.3. Técnicas e Instrumentos

Las técnicas e instrumentos de investigación que se aplicaron para recabar información en el presente estudio de mercado fueron:

3.7.4. Información Primaria

- a) **La encuesta:** Es un conjunto de preguntas cerradas y concretas que sirven para reunir y conocer la opinión de las personas sujetas a la investigación.

Esta técnica se aplicó para la determinación de la oferta, demanda, estrategias comerciales comercialización, entre otros indicadores

- b) **Fichas de Observación:** Es un instrumento que muestra información detallada que el investigador registra durante la observación de un hecho o acontecimiento. Ésta técnica de investigación sirvió para conocer los diferentes oferentes de productos sustitutos existentes en el mercado.

3.8. Análisis y Tabulación de la Información

3.8.1. Encuesta aplicada a los jefes de familias de los hogares urbanos de la ciudad de Ibarra

Indicador: Preferencia de mermelada, sustitutos del producto

1. ¿Qué sabor de mermelada consume usted en su hogar?

Cuadro N° 15

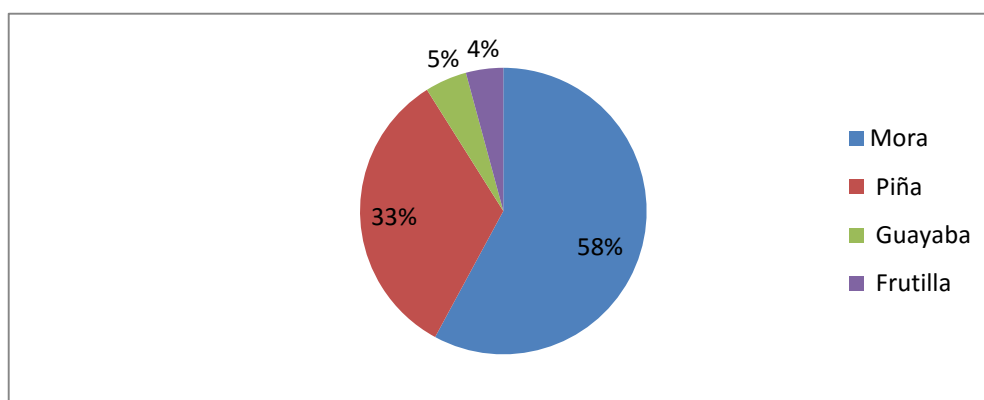
Preferencia de mermelada

VARIABLE	FRECUENCIA	%
MORA	220	57,89
PIÑA	126	33,16
GUAYABA	18	4,74
FRUTILLA	16	4,21
TOTAL	380	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2015

Gráfico No 7

Preferencia de mermelada



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2015

Análisis: Los resultados muestran que de las 380 encuestas aplicadas, la mayoría prefiere la mermelada sabor a mora, seguido del sabor a piña, esto significa que el producto que se está ofertando tendría como principales competidores a estos dos sabores ya que presentan un porcentaje mayor a los demás.

Indicador: Competidores, sustitutos del producto

2. ¿Qué marca de mermelada conoce usted?

Cuadro N° 16

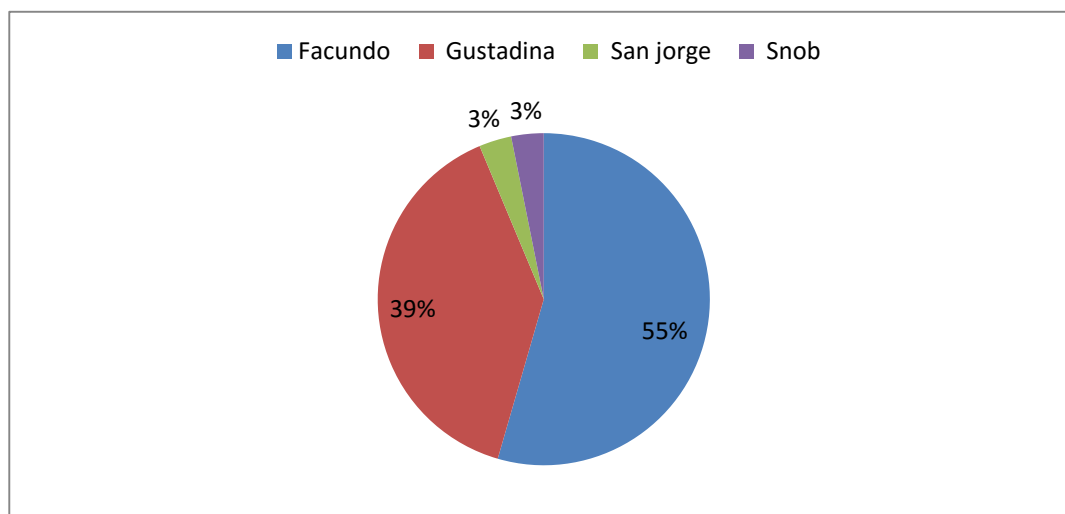
¿Qué marca de mermelada conoce usted?

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Facundo	207	54,47
Gustadina	149	39,21
San Jorge	12	3,16
Snob	12	3,16
TOTAL	380	100

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2015

Gráfico No 8

¿Qué marca de mermelada conoce usted?



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2015

Análisis: Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta indican que las marcas que más se consumen en la ciudad de Ibarra son Facundo, y Gustadina, esto quiere decir que estas dos marcas son las que cuentan con más participación en el mercado por lo que se convertirían en nuestros principales competidores.

Indicador: Frecuencia de compra

3. ¿Con qué frecuencia compra mermelada?

Cuadro N° 17

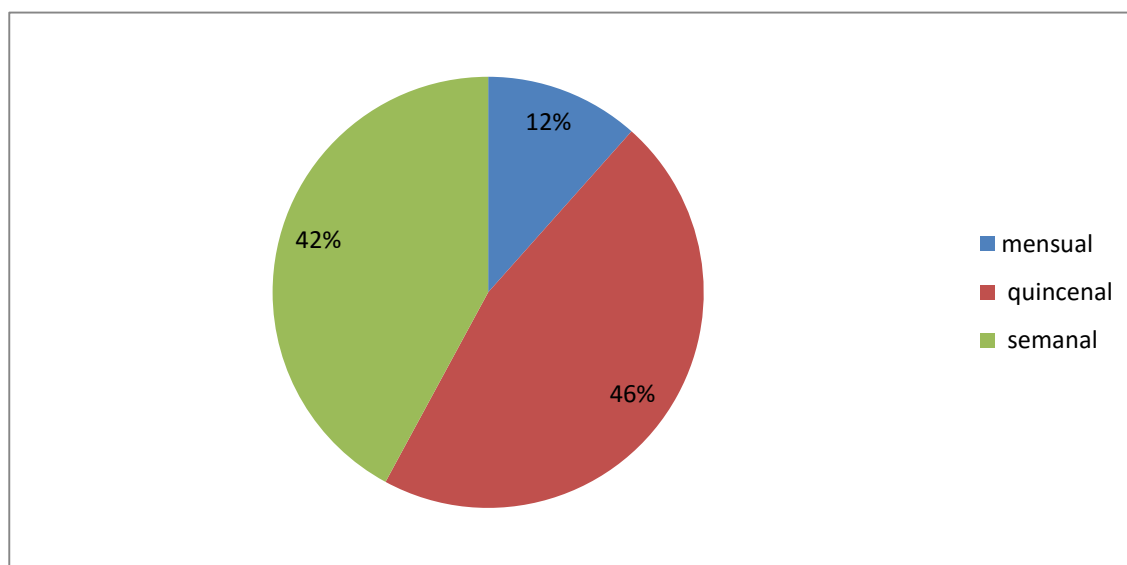
Frecuencia de compra

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Mensual	44	11,58
Quincenal	176	46,32
Semanal	160	42,11
TOTAL	380	100

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2015

Gráfico No 9

Frecuencia de compra



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2015

Análisis: De las 380 encuestas aplicadas, la mayoría de personas manifiestan que compran mermelada de forma quincenal, un porcentaje similar menciona que lo hacen de forma semanal, lo que significa que la familia ibarreña si consume mermelada lo cual es beneficioso para el proyecto.

Indicador: Producto, Características del producto

4. ¿Por cuál de las siguientes razones le gustaría consumir un dulce?

Cuadro N° 18

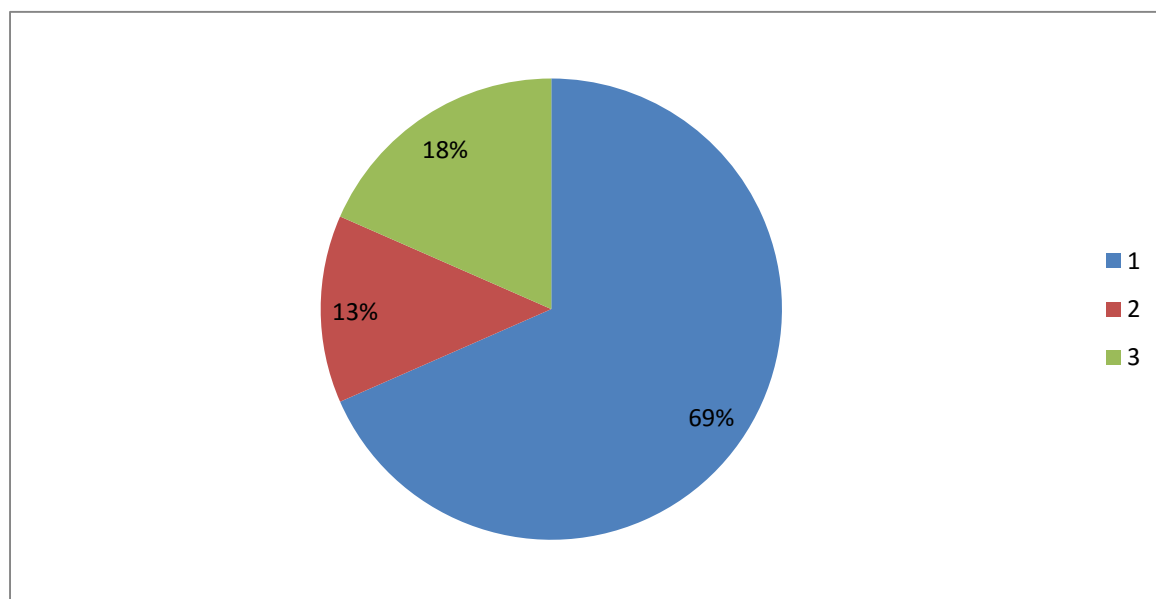
Razones de Consumo

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Bajo contenido en calorías	260	68,42
Sabor	50	13,16
Propiedades Nutricionales	70	18,42
TOTAL	380	100

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2015

Gráfico No 10

Razones de Consumo



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2015

Análisis: Los resultados arrojados por la ejecución de la encuesta muestran que la mayoría de personas prefieren un dulce con menor contenido de calorías, esto se debe a que actualmente la población tiende a cuidar su alimentación, sin embargo también prefieren dulces por su sabor. Esta información ayudó a definir las características específicas que prefiere el consumidor final en el nuevo producto.

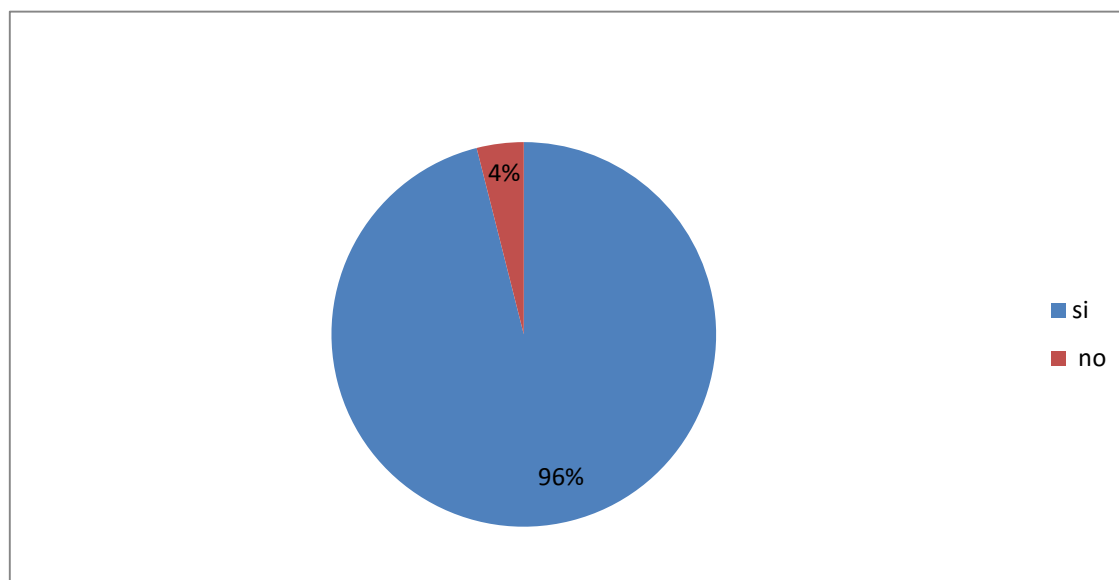
Indicador: Producto

5. ¿Estaría dispuesto a comprar el tradicional dulce de zambo con piña?

Cuadro N° 19**Aceptación del producto**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	365	96,05
NO	15	3,95
TOTAL	380	100

Fuente: Encuesta
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

Gráfico No 11**Aceptación del producto**

Fuente: Encuesta
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

Análisis: Esta es una pregunta clave en la encuesta ya que gracias a la misma se determinó el nivel de aceptación que tiene el producto en el mercado local. Casi toda la población encuestada estaría dispuesta a adquirir el delicioso dulce de zambo con piña.

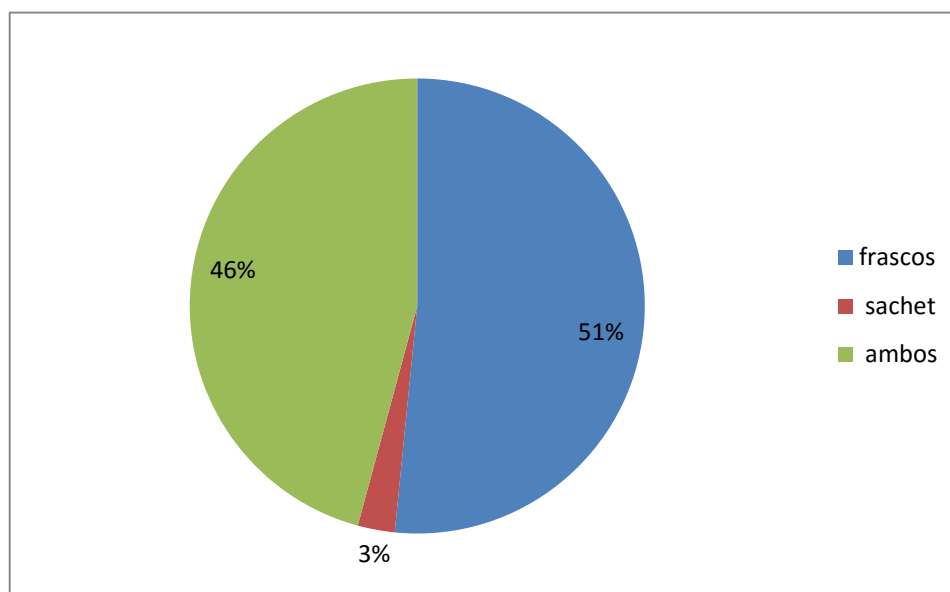
Indicador: Presentación

6. ¿En qué presentación preferiría que nuestro producto?

Cuadro N° 20**Presentación**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Frasco	196	51,58
Sachet	10	2,63
Ambos	174	45,79
TOTAL	380	100

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2015

Gráfico No 12**Presentación**

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2015

Análisis: De acuerdo al resultado que se obtuvo de la aplicación de la encuesta, un poco más de la mitad de la población desea que este dulce se comercialice en frascos de vidrio, no obstante un porcentaje similar desea que la presentación de este producto se lo haga mediante las dos formas, en frascos y en sachet.

Indicador: Volumen de producción

7. ¿Cuántas unidades de este producto de 300 gramos estaría dispuesto a comprar mensualmente?

Cuadro N° 21

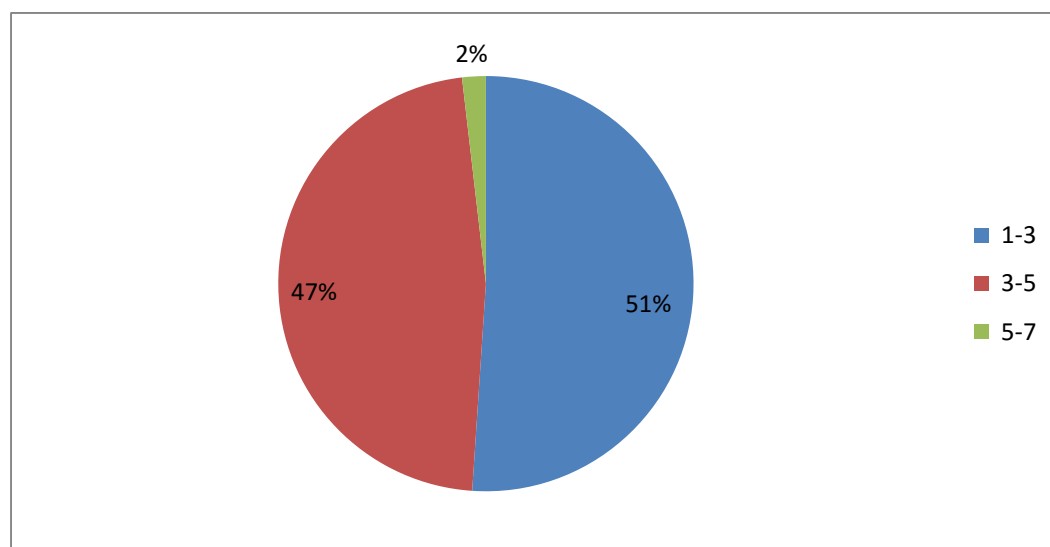
Cantidad de unidades de 300 gramos a comprar

VARIABLE	FRECUENCIA	%
1-3	194	51,05
3-5	179	47,11
5-7	7	1,84
TOTAL	380	100

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2015

Gráfico No 13

Cantidad de unidades de 300 gramos a comprar



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2015

Análisis: Del número total de encuestados, la mitad de ellos estarían dispuestos a comprar de 1 a 3 unidades el delicioso dulce de zambo con piña cuyo contenido neto sea 300 gr. Sin embargo existe un 47% del resto de población encuestada que estaría dispuesto a comprar entre 3 a 5 unidades. Por lo tanto esta pregunta permitió establecer el volumen de producción estimado de este producto.

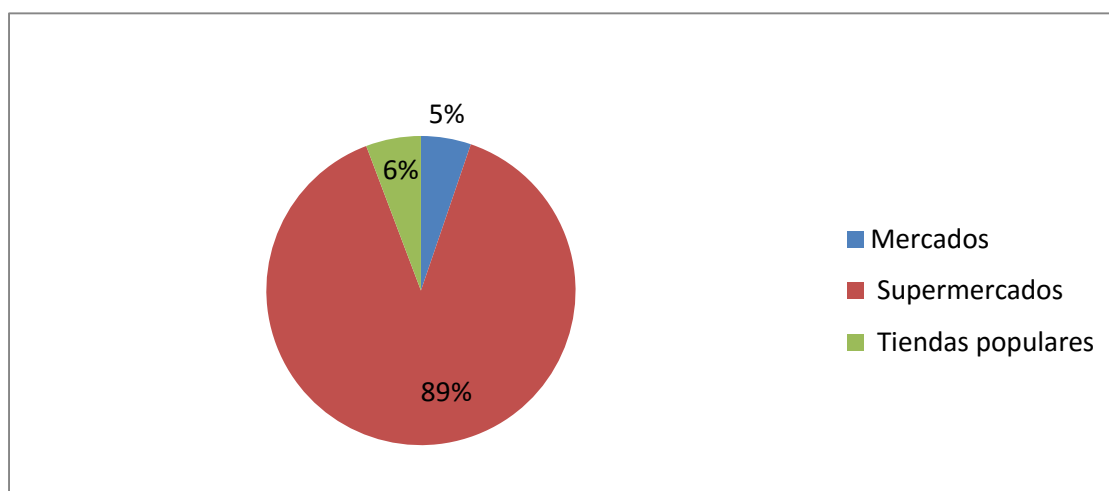
Indicador: Plaza

8. ¿Dónde le gustaría encontrar este producto?

Cuadro N° 22**Canales de Distribución**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Mercados	20	5,26
Supermercados	338	88,95
Tiendas de barrio	22	5,79
TOTAL	380	100

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2015

Gráfico No 14**Canales de Distribución**

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2015

Análisis: Casi la totalidad de la población encuestada quiere que este dulce se encuentre en supermercados, esto ayudó a determinar al canal de distribución que se utilizará en la comercialización del producto.

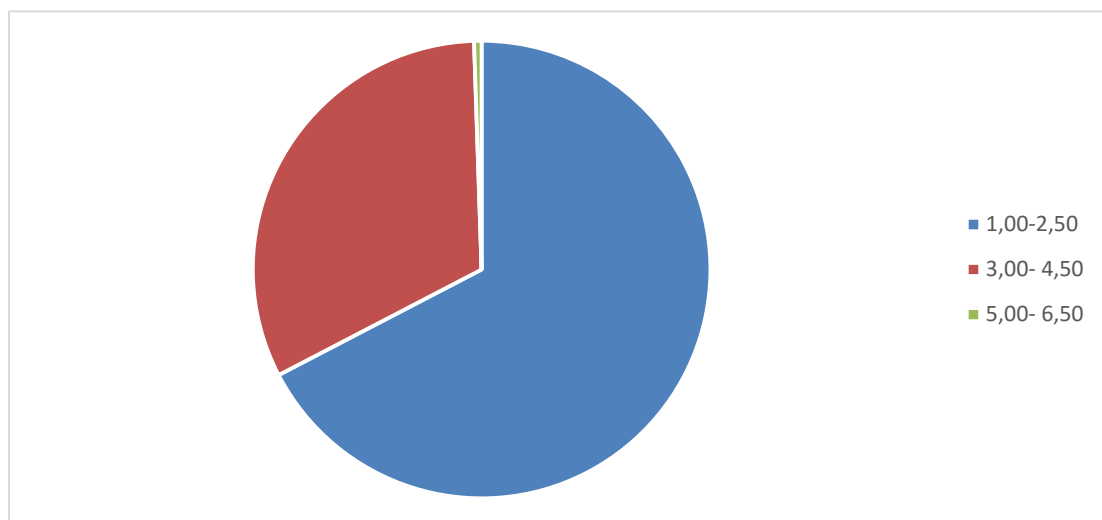
Indicador: Precio

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este dulce?

Cuadro N° 23**Precio**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
1,00-2,50	256	67,37
3,00- 4,50	122	32,11
5,00- 6,50	2	0,53
TOTAL	380	100

Fuente: Encuesta
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

Gráfico No 15**Precio**

Fuente: Encuesta
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

Análisis: La encuesta aplicada sirvió para facilitar la estimación del precio. Los resultados muestran que la mayor parte de los encuestados estarían dispuestos a pagar por un frasco de 300 gramos, un valor ubicado en un rango entre 1,00 y 2,50; esto es beneficioso porque facilita el cálculo y proyección del precio de este dulce.

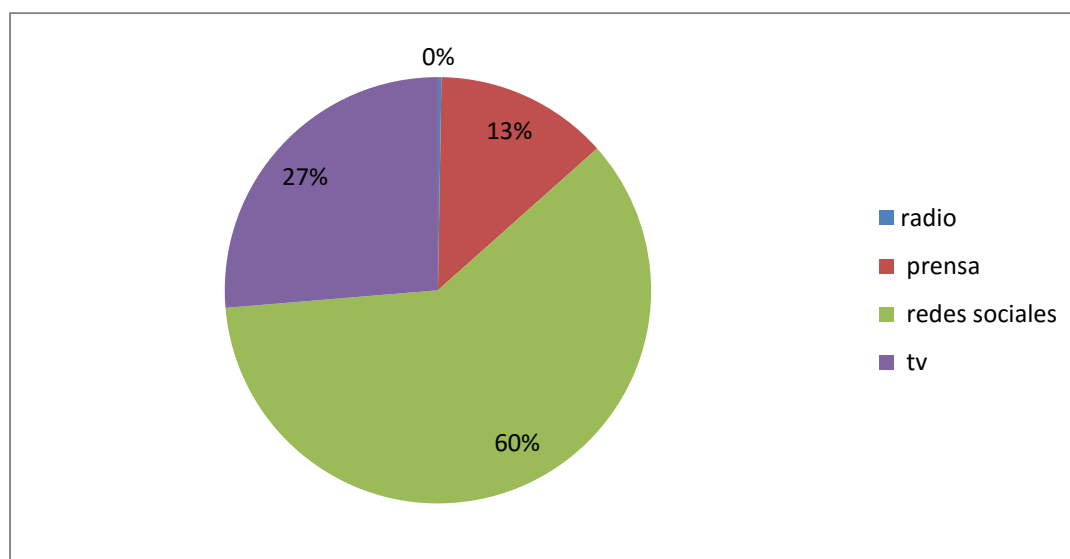
Indicador: Promoción

10. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse de las novedades de este producto?

Cuadro N° 24**Promoción del producto**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Radio	1	0,26
Prensa	50	13,16
Redes sociales	229	60,26
tv	100	26,32
TOTAL	380	100

Fuente: Encuesta
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

Gráfico No 16**Promoción del producto**

Fuente: Encuesta
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

Análisis: Según los resultados conseguidos, a la mayoría de personas les gustaría que se realice la promoción de este rico dulce a través de redes sociales. Sin embargo también se tomará el segundo porcentaje, la televisión debido a que también es un medio viable para hacer publicidad.

3.8.2. Fichas de Observación

Las fichas de observación se realizaron en dos supermercados ubicados en la ciudad de Ibarra, en los cuales no se presentó ninguna dificultad al momento de desarrollarlas.

FICHAS DE OBSERVACIÓN

Empresa Evaluada: Tía

Evaluador: Johanna Yazán

Fecha: 23/04/2015

EMPRESA	SABORES	PRESENTACIÓN	CANTIDAD	PRECIO
SNOB	Frutilla	Frasco	600g	3,08
	Frutimora	Sachet	240g	1,09
	Piña	Frasco	290g	1,90
GUSTADINA	Frutilla	Frasco	300g	1,90
	Guayaba	Frasco	300g	1,90
	Mora	Frasco	300g	1,90
	Piña	Sachet	100g	0,59
SAN JORGE	Frutimora	Sachet	250g	1,29
	Durazno	Sachet	200g	1,42
	Piña	Sachet	200g	1,42
NUTELA	Avellanas, cacao y leches	Frasco	200g	4,40
			350g	6,25
GUSTAFI	Avellanas, chocolate	Frasco	280g	3,50
TONY	Manjar de leche	Frasco	250g	1,48

FICHAS DE OBSERVACIÓN
Empresa Evaluada: Supermercado Akí

Evaluador: Johanna Yazán

Fecha: 23/04/2015

EMPRESA	SABORES	PRESENTACIÓN	CANTIDAD	PRECIO
SNOB	Frutilla	Frasco	600g	3,08
	Frutimora	Sachet	240g	1,09
	Guayaba	Frasco	200g	1,38
	Piña	Frasco	290g	1,90
GUSTADINA	Frutilla	Frasco	300g	1,80
	Guayaba	Frasco	300g	1,80
	Mora	Frasco	300g	1,80
	Piña	Sachet	100g	0,55
	Frutimora	Sachet	250g	1,25
MARIA MORENA	Mora	Frasco	600g	3,21
	Piña	Frasco	600g	3,21
	Guayaba	Frasco	295g	1,33
	Frutilla	Frasco	295g	1,33

 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

Análisis: Las fichas de observación muestran que en la ciudad de Ibarra, la mermelada tiene mayor posicionamiento en el mercado local, este producto cuenta con una mayor variedad tanto de sabores como de marcas. Es por eso que se eligió a la mermelada como la principal competencia y como el principal producto sustituto del dulce de zambo con piña.

3.9. Análisis de la Demanda

La información recopilada de la investigación de campo realizada anteriormente permitió conocer el comportamiento del consumidor, así mismo permitió identificar las marcas que existen en el mercado local, entre otros factores importantes para este estudio.

3.9.1. Demanda Actual

En vista de que no se cuenta con datos históricos que refleje la demanda actual, se tomó en cuenta los resultados de la investigación de campo realizada para el cálculo de la misma.

Se consideró a la cantidad de hogares de la ciudad de Ibarra, posteriormente se aplicó el porcentaje de aceptación de los posibles consumidores, para luego multiplicar calcular el número de personas que consumirían de forma semanal, quincenal y mensual.

Cuadro N° 25

Demanda Actual

Hogares				38.603
% de posibles consumidores				96%
Subtotal				37.059
Variables	Frecuencia	%		Personas
Mensual	44	11,58		4.291
Quincenal	160	42,11		15.604
Semanal	176	46,32		17.164
TOTAL	380	100		37.059

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2015

1. Demanda actual en unidades

El consumo actual de mermeladas por unidades, se determinó en base a la pregunta 7 de la encuesta aplicada. Gracias a esta se logró conocer la demanda actual existente en la ciudad de Ibarra. Como tamaño de la población se consideró a los 37.059 hogares equivalentes

a los posibles consumidores, posteriormente se procedió a obtener un promedio de unidades, el cual se obtuvo de la suma de la frecuencia y dividido para dos. El consumo anual es equivalente a 12, correspondiente al número de meses que tiene el año. La cantidad equivalente a población investigada es el resultado de la multiplicación del tamaño de la población por el porcentaje de consumo. Finalmente, se obtuvo el consumo de unidades anual, mediante la multiplicación del promedio de unidades por el consumo anual y por la población investigada. El estudio muestra que su consumo es de 1.341.159 unidades cuyo contenido es de 300 gramos al año. Es importante mencionar que la demanda no es tan alta ya que la compra de mermelada se lo hace de forma quincenal. Entonces, se indica que un frasco de mermelada de 300 gramos dura un período promedio de consumo de dos semanas.

Cuadro N° 26

Demanda actual en unidades.

Frecuencia	Tamaño de la población	Promedio de unidades	consumo anual	% de consumo	Población investigada	Total consumo anual
1-3	37.059	2	12	51,05%	18.919	454.050
3-5	37.059	4	12	47,11%	17.459	838.013
5-7	37.059	6	12	1,84%	682	49.096
TOTAL		12			37.059	1.341.159

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2015

3.9.2. Proyección de la Demanda

Para realizar la proyección de la demanda, se utilizó la tasa de crecimiento poblacional que según el INEC es de 2,02% para el año 2010 y el modelo de crecimiento exponencial cuya fórmula es:

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

En donde:

P_p = Población futura

P_b = Población inicial

I = Tasa de crecimiento anual 2.02%

N = Año proyectado.

Cuadro N° 27

Proyección de la demanda en unidades de 300 gramos.

AÑO	DEMANDA FUTURA
0	1.341.159
2016	1.368.250
2017	1.395.889
2018	1.424.086
2019	1.452.852
2020	1.482.200

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2015

3.10. Análisis de la Oferta

Introducir en el mercado un producto nuevo que compita con otros, ofertados por empresas ya reconocidas en el mercado resulta difícil, puesto el consumidor conoce claramente

las características que ofrecen los mismos. Existen varios factores que influyen en la oferta, como por ejemplo:

3.10.1. Factores que influyen en la oferta

1. Calidad del producto

Este factor influye mucho en la oferta, pues un producto es consumido por su calidad y por la capacidad de satisfacer la necesidad del consumidor. Este elemento influye también en el precio, ya que si el producto es de excelente calidad prácticamente el cliente accederá a pagar un precio justo por el mismo. Por lo tanto, el producto final cumplirá con todas las normas técnicas de calidad establecidas en la ley.

2. Precio del Producto

El precio es otro elemento que afecta directamente en la oferta. Un cliente no deseará pagar por un producto desconocido en el mercado y más aún si este tiene un precio excesivamente alto. Un buen manejo de recursos permitirá un mejor cálculo de costos y por ende una fijación correcta del precio.

3.10.2. Oferta Actual

En el mercado local, existen empresas y marcas reconocidas tales como Gustadina, Facundo, Snob, San Jorge, entre otros, las cuales cuentan con un gran posicionamiento en el mercado, mismas que producen grandes cantidades de mermelada para poder satisfacer la demanda actual.

Estos productos son igualmente reconocidos por su calidad y sabor. La ficha de observación que se aplicó en los principales supermercados de la ciudad indica que los sabores

más posicionados y reconocidos son: piña, mora guayaba, frutilla; también se encuentran sabores fusionados como fruti-mora.

Ahora bien, para conocer la oferta existente, se determinó el porcentaje de participación del cantón Ibarra en el número total de habitantes del país. La proyección realizada por el INEC muestra que para el año 2015 somos 16.278.844 ecuatorianos. En lo que respecta a la ciudad, las proyecciones realizadas por el mismo organismo indican que Ibarra cuenta con 204.568 habitantes en el presente año. Con estos datos se procedió a realizar una regla de tres y así conocer el porcentaje de participación de la ciudad que equivale al 1,26%.

Cuadro N° 28

Cálculo de porcentaje de participación del cantón Ibarra.

AÑO	2015
Población Nacional	16.278.844
Población Cantonal	204.568
Porcentaje de Participación	1,26%

Fuente: Proyección provincias y cantones, 2015 (INEC)

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Para calcular la oferta actual, se consideraron datos obtenidos del boletín mensual de análisis sectorial de MYPIMES (Elaboración de jugos y conservas de frutas) realizado por la FLACSO (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales) en el año 2011 realizado a nivel nacional, por lo que para el presente estudio se tomará en cuenta el porcentaje de participación previamente calculado.

Esta investigación indica que para ese año existió una producción nacional de 26.065.908 unidades. Es importante mencionar que en este estudio muestra un análisis general de producción, así que no se puede conocer con exactitud las presentaciones y el contenido de estas unidades. De igual forma, se determinó la debida proyección para obtener datos exactos.

Se utilizó como tasa de crecimiento el porcentaje de PIB industrial que para el año 2012 fue de 4,67%.

Cuadro N° 29

Proyección de la oferta en unidades al año 2015.

AÑO	OFERTA PROYECTADA
2011	26.065.908
2012	27.283.186
2013	28.557.311
2014	29.890.937
2015	31.286.844

Fuente: Boletín mensual de análisis sectorial de Mipymes- Elaboración de jugos y conserva de frutas, FLACSO

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Con esta cantidad y el porcentaje calculado anteriormente, se procedió a determinar la cantidad de mermelada que se oferta actualmente en la ciudad.

Cuadro N° 30

Oferta en unidades.

OFERTA NACIONAL	% DE PARTICIPACIÓN	OFERTA CANTONAL
31.286.844	1,26%	393.166

Elaborado por: La autora

Año: 2015

3.10.3. Proyección de la Oferta

Para realizar la proyección de la oferta se utilizó la tasa de crecimiento del PIB industrial del año 2012 equivalente a 4,67%. Se aplicó el modelo de crecimiento exponencial, y su fórmula es:

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

En dónde:

Qn: Oferta futura

Qo: Oferta inicial

I: tasa de crecimiento

N: número de años.

Cuadro N° 31

Proyección de oferta en unidades de 300 gramos

AÑO	OFERTA PROYECTADA
0	393.166
2016	411.527
2017	430.745
2018	450.861
2019	471.916
2020	493.955

Elaborado por: La autora
Año: 2015

3.11. Balance Oferta- Demanda

Una vez que se determinó tanto la demanda como la oferta proyectada para los siguientes cinco años, el siguiente paso fue el análisis del balance de la oferta- demanda para establecer la demanda insatisfecha existente. Para obtener la demanda insatisfecha se procedió a sacar la diferencia entre la demanda y la oferta existentes. El estudio reflejó que en esta ciudad existe una demanda potencial a satisfacer de 947.993 unidades de las cuales el proyecto estará en capacidad de cubrir un 4% de dicha demanda. Se considera este porcentaje debido a que es una microempresa y podría cubrir solo este porcentaje.

Cuadro N° 32***Demanda potencial a satisfacer.***

AÑO	DEMANDA (UNIDADES)	OFERTA (UNIDADES)	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD DEL PROYECTO
0	1.341.159	393.166	947.993	37.920
2016	1.368.250	411.527	956.723	38.269
2017	1.395.889	430.745	965.144	38.606
2018	1.424.086	450.861	973.225	38.929
2019	1.452.852	471.916	980.936	39.237
2020	1.482.200	493.955	988.245	39.530

Elaborado por: La autora
Año: 2015

3.12. Análisis de Precio

De acuerdo a la encuesta que se aplicó a los jefes de familia de los hogares de la ciudad de Ibarra, se determinó el precio que tendrá el dulce de zambo con piña. El precio varía dependiendo de la cantidad y tamaño del envase del producto, en este caso, el contenido será de 300 gramos, por lo que el precio será de 2,03 USD aproximadamente. Este precio se encuentra entre el intervalo de 1,00 y 2,50 USD. Tomando en cuenta que el producto que se introduce en el mercado es nuevo por lo que es necesario que se fije un precio que sea accesible al público, logrando de esta forma ser competitivo en el mercado.

3.12.1. Proyección del Precio

El precio de venta preestablecido para el dulce de zambo con piña de 300 gramos es de 2,07, el cual para los siguientes años tendrá un aumento de 3,67%, considerándose el porcentaje de inflación del año 2014, según el Banco Central del Ecuador.

Para la proyección del precio se aplicó la siguiente fórmula:

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

En donde:

Pp= Precio Proyectado

Pb= Precio inicial

I= inflación

N= número de año

Cuadro N° 33

Proyección del precio.

AÑO	PRECIO PROYECTADO
0	1,96
2016	2,03
2017	2,11
2018	2,18
2019	2,26
2020	2,35

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2015

3.13. Estrategias de Mercado

3.13.1. Comercialización

La comercialización de este producto se la realizará a través de los supermercados que existen en la localidad, estos se convertirán en intermediarios para que el consumidor pueda conseguir el producto de una manera más fácil, a la vez ayudará a que el delicioso dulce de zambo con piña pueda ser conocido mejor por los potenciales clientes.

1. Producto

El producto que se pretende introducir al mercado tiene muchas ventajas competitivas ya que entre sus características está su exquisito sabor. Está endulzado con panela, un endulzante natural producto del jugo de caña de azúcar, y lo más importante es que gracias al mismo se aprovechará al 100% un fruto ancestral que debido a su bajo consumo ha ido desapareciendo.

Los envases a utilizarse en la presentación de este producto serán reciclables, de forma que el cliente pueda utilizarlo de cualquier otra forma.

Diversificación del producto para ampliar nuestro mercado meta. Elaborar un producto con más beneficios, como por ejemplo, haciéndolo aún más sano, mediante el empleo de endulzantes naturales como la estevia, con esto estaría ya no solo dirigido a familias sino también a personas que controlan el consumo de productos dulces.

2. Precio

El precio se fijó en base a las opciones que se presentó en la encuesta aplicada a los jefes de familia de los hogares urbanos de la ciudad de Ibarra. Como resultado de esto se determinó un precio conveniente tanto para la microempresa al generar utilidades, como para el cliente, pues es un precio accesible.

3. Promoción

Es importante establecer la mejor estrategia para que más gente conozca este alimento. Actualmente el mundo tecnológico ha avanzado a pasos agigantados y hoy en día, la mayoría de la población conoce sobre el manejo de redes sociales. Este estudio arrojó que la mejor manera de promocionar el producto son los anuncios por las redes sociales. Para lograr más

mercado se realizarán promociones como combos, descuentos por la compra de una cantidad determinada, y por la compra de un número determinado de unidades se brinde uno o dos productos de forma gratuita

Es importante realizar una supervisión y monitoreo constante de los objetivos que se van logrando, tomar decisiones acerca de si se mantiene una determinada estrategia o se cambia por otra acorde a la situación actual

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad de producción de la empresa. Afecta directamente en la estimación de rubros como costos, inversiones fijas y diferidas, presupuestos y la rentabilidad que el proyecto podría generar. Existen factores que inciden en la determinación del tamaño del proyecto como:

4.1.1. Tamaño del mercado

La demanda de un producto que rompe los esquemas tradicionales en cuanto al mercado de las mermeladas en la ciudad de Ibarra, muestra un camino viable y un resultado. El mercado al que se dirigirá el dulce de zambo con piña está definido por el porcentaje de aceptación del producto, en este caso representa el 96% de la población encuestada.

4.1.2. Capacidad de Producción

La capacidad de producción se estableció gracias a la identificación de la demanda insatisfecha, tal como se muestra en el cuadro nro.22. Mismo que permitió definir la capacidad de producción de la planta. En el estudio de mercado se estableció que la microempresa estaría dispuesta a cubrir un 4% del total de la demanda insatisfecha.

Entonces, con la infraestructura adecuada, y la maquinaria necesaria, el proyecto estaría en la capacidad de producir 37.920 unidades de 300 gramos anuales, de las cuales:

Cuadro N° 34***Producción anual dividida en tiempos.***

PRODUCCIÓN	UNIDADES
Producción anual	37.920
Producción mensual	3.160
Producción semanal	790
Producción diaria	158

Fuente: Cuadro 22

Elaborado por: La autora

Año: 2015

4.1.3. Disponibilidad de mano de obra

Para la elaboración de un producto de calidad, se empleará mano de obra calificada. Esta deberá contar con conocimientos relacionados con procesos de producción de mermeladas, ya que como se había mencionado anteriormente, para la elaboración del delicioso dulce de zambo con piña se requiere del mismo proceso de producción con la diferencia que se eliminaría la gelificación del mismo. El número de empleados no deberá de sobrepasarse de 10 trabajadores, debido a que este es una característica importante de una microempresa.

4.1.4. Disponibilidad de materia prima e insumos

Es importante que para obtener un producto de calidad, tanto la materia prima como los demás insumos se encuentren en perfectas condiciones. Cada componente del producto final tales como el zambo, la piña, panela y especias deberán estar en perfecto estado para su debida transformación. A Continuación se detalla los proveedores de todos los elementos que constituirán la esencia del delicioso dulce de zambo con piña.

1. Proveedores

(a) Zambo

Nuestro proveedor serán las comunidades de Cotacachi que anteriormente se había mencionado (Ver cuadro nro.8 Producción de calabazas). La recolección total equivale a 13650 unidades anuales. La producción se la realizará de forma mensual, para esto se almacenará el zambo para irlo utilizando periódicamente. La ventaja de este producto es que debido al grosor de su corteza, esta ayuda a que el tiempo de duración del fruto equivalente a 8 meses sea largo, tomando en cuenta que en ese tiempo el fruto ya está perfectamente maduro.

(b) Piña

La adquisición de este insumo se lo realizará en el mercado mayorista a los diferentes productores de la misma. Se comprará aquí debido a que la producción no es tan grande y traer directamente de las zonas en donde se produce esta fruta implicaría mayores costos.

(c) Panela y especias

El proveedor de todos estos insumos será Comercial San Martín.

4.1.5. Financiamiento

Para la puesta en marcha de la microempresa se necesitará de un capital. La inversión total de proyecto será cubierta tanto por un aporte propio como por un préstamo que se realizará con entidades crediticias dentro de la zona. Más adelante se abordará este tema de forma más detallada.

Localización del proyecto

El objetivo de este proceso, es encontrar la ubicación más adecuada de la planta, con el propósito de cubrir todos los requerimientos del proyecto, minimizar costos y gastos y así obtener la mayor rentabilidad posible del mismo. De igual forma, gracias a este se conseguirá estar más cerca tanto de los proveedores como del mercado al que se ofertó el producto y tener la oportunidad de cubrirlo mayoritariamente.

4.1.6. Macro-localización del proyecto

La macro-localización estará ubicada de la siguiente forma:

País: Ecuador

Región: Sierra

Provincia: Imbabura

Cantón: Ibarra

Ciudad: Ibarra.

El proyecto estará ubicado en la provincia de Imbabura, ubicada al norte del país, la cual limita al norte con la provincia de Carchi, al sur con Pichincha, al oeste con Esmeraldas y al este con Sucumbíos.

Gráfico No 17**Mapa de la provincia de Imbabura**

Fuente: www.wikipedia.org
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

4.1.7. Micro- localización del proyecto

Para establecer la micro- localización del proyecto, se ha utilizado el método de valoración de factores cuantitativo de factores de localización. Esto se lo realizó a través de la elaboración de una matriz con una calificación del 1 al 10. Los posibles sitios de ubicación son los siguientes:

- Centro de la ciudad
- Huertos familiares cerca del mercado mayorista
- Ceibos

Cuadro N° 35**Matriz de ponderación de factores.**

FACTOR	PESO	CENTRO DE LA CIUDAD		HUERTOS FAMILIARES (cerca del mercado mayorista)		CEIBOS	
		CALIF	PONDERACIÓN	CALIF	PONDERACIÓN	CALIF	PONDERACIÓN
Disponibilidad de la materia prima	40%	5	2	8	3,2	5	2
Disponibilidad de la mano de obra	10%	6	0,6	6	0,6	5	0,5
Cercanía al mercado	10%	7	0,7	8	0,8	5	0,5
Precio de insumos	15%	5	0,75	8	1,2	5	0,75
Disponibilidad de infraestructura	10%	5	0,5	7	0,7	4	0,4
Requerimientos legales	10%	7	0,7	7	0,7	7	0,7
Ordenanzas municipales							
Registro de comercio							
Permiso de Bomberos							
Permiso de salud							
Requerimientos ambientales	5%	6	0,3	7	0,35	6	0,3
Manejo de desechos							
Aguas hervidas							
Contaminación del aire							
TOTAL	100 %		5,54		7,55		5,15

Elaborado por: La autora
Año: 2015

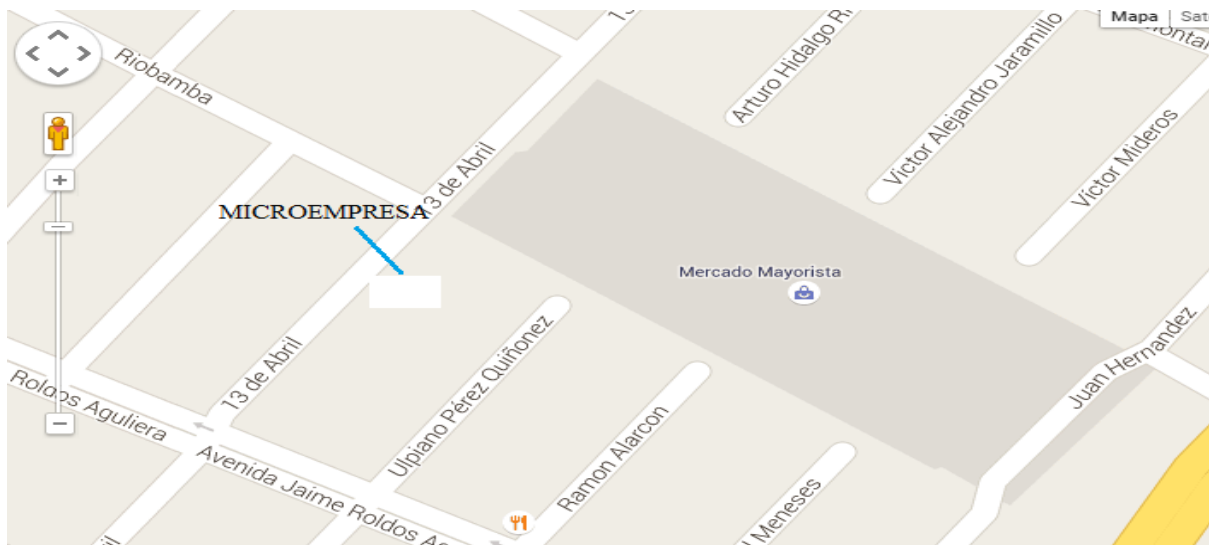
La disponibilidad de la materia prima mantiene un peso mayor a los demás factores debido a que es el factor más importante. Como elementos siguientes se considera a la disponibilidad de la mano de obra y la cercanía a mercado presentan un peso considerable, en cuanto al precio de los insumos se asignó una calificación de 5, lo que quiere decir que estos son importantes ya que influyen en el cálculo de los costos de producción.

Luego de realizar la respectiva ponderación para determinar la micro-localización del proyecto, los resultados muestran que el mejor sitio de ubicación de la microempresa es el sector de los huertos familiares cerca del mercado mayorista exactamente en la avenida 13 de abril.

El factor (disponibilidad de materia prima) se calificó con un alto puntaje debido a que en el sector de los huertos familiares se encuentra el mercado mayorista, es este lugar en donde se adquirirá uno de nuestros insumos, es el caso de la piña. Para el caso del zambo se indicó que sería transportado desde el Cantón Cotacachi y la mejor referencia para su llegada es precisamente el mercado mayorista.

Gráfico No 18

Micro-localización del proyecto.



Fuente: Mapa satelital de Ibarra con Street view google.

Elaborado por: La autora

Año: 2015

4.1.8. Diseño de la Instalación

La planta de producción será ubicada en la ciudad de Ibarra en el sector de los Huertos Familiares cerca del mercado mayorista, y será adecuada y remodelada de forma que pueda cubrir la capacidad de producción de la microempresa. Ésta será distribuida correctamente en tres áreas: área de producción con un espacio de 56m², la zona administrativa con una

extensión de 20m² y la bodega que será adecuada en un campo de 44 m². Ésta deberá cumplir con todas las reglamentaciones correspondientes, así mismo cumplir con todos los requisitos sanitarios para elaborar productos de excelente calidad.

Cuadro N° 36

Diseño de la instalación.

AREA	ESPACIO OCUPADO
Área de producción	56 m ²
Bodega para materia prima	34m ²
Bodega para productos terminados	10m ²
Administración	20m ²
TOTAL	120m²

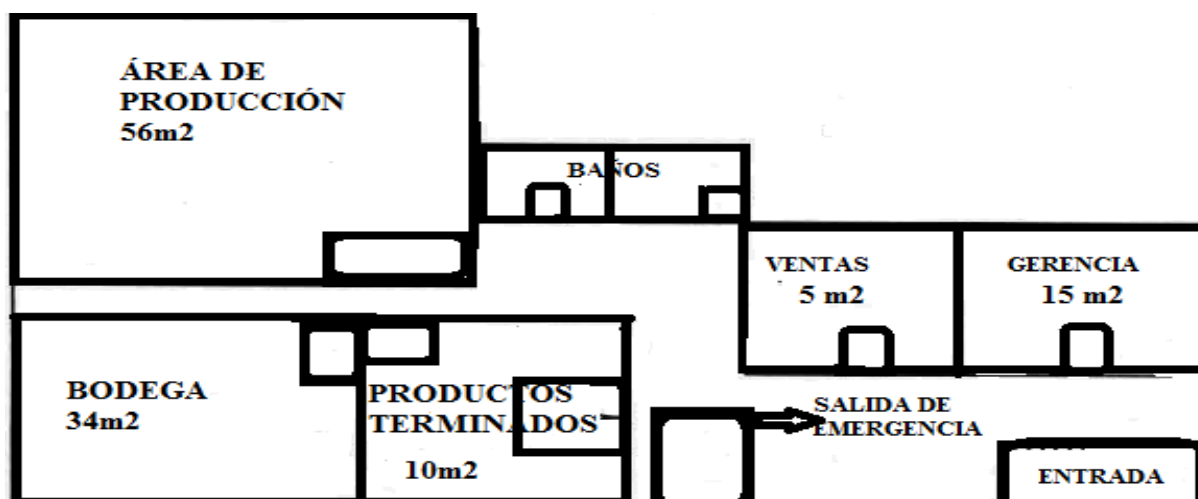
Elaborado por: La autora
Año: 2015

4.1.9. Distribución de la planta

La planta será adecuada de la siguiente forma:

Gráfico No 19

Distribución de la planta.



Fuente: Ing. David Ramírez
Elaborado por: La autora
Año: 2015

4.2. Ingeniería del proyecto

4.2.1. Proceso Productivo

Para el proceso productivo se utilizara una simbología la cual explica los diferentes procesos a realizarse. Se utilizará diferentes símbolos para identificar los siguientes procesos:

Gráfico No 20

Proceso Productivo

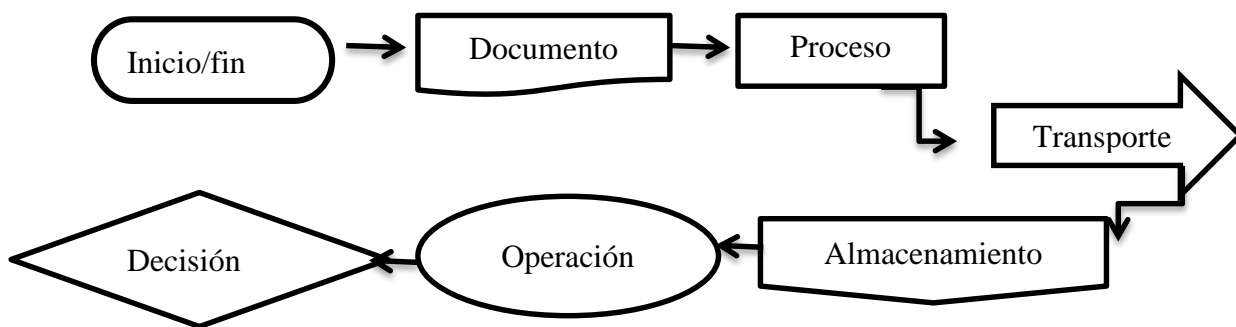
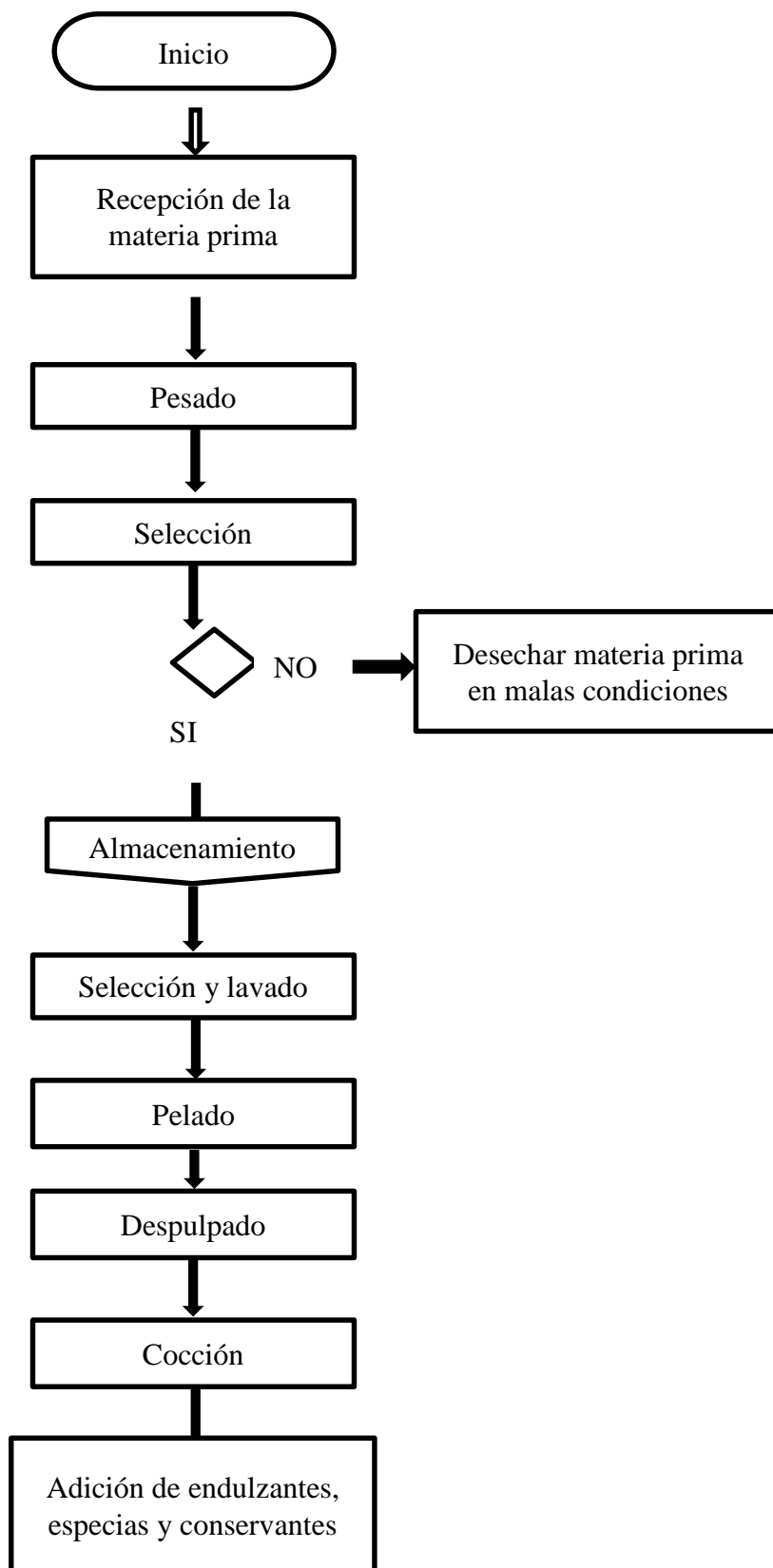
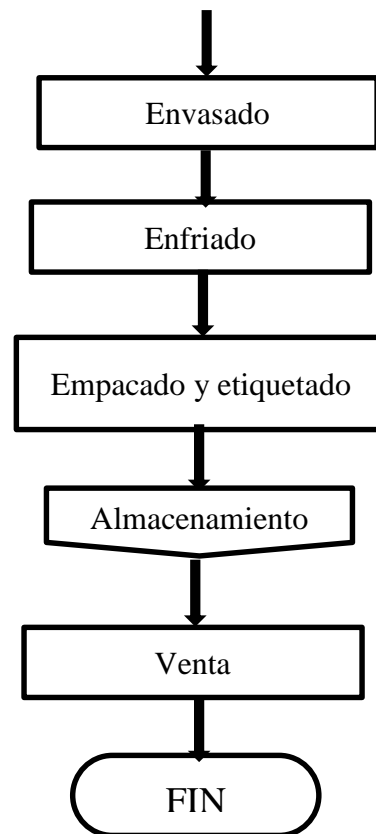


Gráfico No 21**Flujograma de proceso productivo de "dulce de zambo con piña**



- **Recepción de materia prima:** En esta primera fase, tanto el zambo como la piña deberán cumplir con el estado de madurez necesario para la elaboración del dulce.
- **Pesado:** Este proceso permitirá determinar el rendimiento de cada unidad de materia prima y posteriormente establecer la cantidad de insumos que se añadirán posteriormente.
- **Selección** En esta etapa, se clasifica la fruta buena de la mala, los frutos que no cumplan las condiciones adecuadas para su almacenamiento serán desechados, por el contrario se procederá a su debido almacenamiento.
- **Almacenamiento:** En el caso del zambo y debido a su larga duración, se procederá a almacenarlo considerando todas situaciones para evitar su descomposición. Su gran tiempo de duración permite que después de la adecuada recolección sea almacenado y posteriormente sea utilizado de forma mensual.

- **Selección y lavado:** Posteriormente, se seleccionará la cantidad necesaria para cubrir la producción requerida durante el mes y será sometida a un proceso de lavado para eliminar cualquier tipo de bacterias o microorganismos.
- **Pelado:** Este proceso se lo puede realizar de forma manual, empleando objetos como cuchillos y peladores debido a que su corteza es demasiado dura.
- **Despulpado:** Consiste en obtener la pulpa del fruto, despegándola de la corteza o cáscara del producto para luego obtener la pulpa en forma de hebras sin olvidarse de quitar todas las semillas de la misma.
- **Cocción:** La pulpa obtenida será cocida al menos por 50 minutos a una temperatura de 100° C hasta obtener una mayor consistencia, luego se procede a eliminar todo el líquido a través de un colador para agilizar el siguiente proceso y ahorrar más tiempo en la elaboración del dulce. En lo que se refiere a la piña, ésta será cocida en almíbar. Ya cocida la fruta junto con el almíbar, el siguiente paso es la mezcla de los dos productos.
- **Adición de endulzantes, especias y conservantes:** Una vez que la pulpa del zambo este cocida completamente, se procede a añadir la panela, especias dulces como canela, clavo de olor y pimienta dulce así como los debidos conservantes. Esto se lo realizará en un recipiente (paila) de bronce para que logre la consistencia adecuada y el sabor correcto.
- **Envasado:** El envasado se realiza a 85° C en envases de vidrio de 300 gramos.
- **Enfriado:** Este proceso se realiza con chorros de agua fría para crear un choque térmico.
- **Empacado y etiquetado:** La etiqueta es adhesiva y se adhiere en cada frasco de dulce.
- **Almacenamiento:** El producto final se almacena a temperatura ambiente para su correspondiente venta.
- **Venta:** El producto terminado es distribuido en los diferentes supermercados de la ciudad.

4.3. Presupuesto Técnico

4.3.1. Inversión Fija

1. Infraestructura civil

El local que se arrendará será sometido a remodelaciones y adecuaciones dependiendo de lo establecido en el diseño de la planta (**ver gráfico nro.9**). Se realizará las correspondientes divisiones para los diferentes departamentos. La infraestructura para la planta de producción ocupará un espacio de 56 m², la bodega abarcará un área de 44 m², y el área administrativa ocupará una área de 20 m². Según el Ing. David Ramírez, para la adecuación de la planta procesadora se necesitará de un valor de 3.600 USD.

Cuadro N° 37

Infraestructura civil.

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Infraestructura civil (adecuación)	m ²	120	30,00	3.600,00
TOTAL				3.600,00

Fuente: Ing. David Ramírez

Elaborado por: La autora

Año: 2015

2. Maquinaria y equipo de producción

Cuadro N° 38

Maquinaria y equipo de producción.

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Ollas Hércules # 45	3	27,00	81,00
Caldero UMCO # 45	2	105,00	210,00
Cucharetas medianas	3	4,00	12,00
Colador Metal gigante	2	11,00	22,00
Termómetro	1	60,00	60,00
Paila de Bronce de 70cm de diámetro	2	350,00	700,00
Balanza digital sin brazo	1	107,14	107,14
Envasadora	1	300,00	300,00
Cocina industrial 3 quemadores	1	142,86	142,86
Gas industrial	2	50,00	100,00
Mesa de trabajo de acero inoxidable	2	258,93	517,86
Cortadora de corteza	2	25,00	50,00
Pelador de piña	1	30,00	30,00
Estantería 93 cm x 33 cm	1	58,04	58,04
Gavetas de plástico	3	8,00	24,00
Juego de cuchillos	1	8,00	8,00
TOTAL			2.422,90

Fuente: Repuestos Amazonas, Metálicas Vaca

Elaborado por: La autora

Año: 2015

3. Muebles y enseres

Al inicio de las operaciones de la microempresa, será necesario adquirir los siguientes muebles de oficina.

Cuadro N° 39**Muebles y enseres.**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escritorio de oficina	2	241,07	482,14
Sillas secretaria "bella" con brazos	2	93,75	187,5
Anaqueles con puertas mixtas	1	232,14	232,14
Sillas visita	2	37,50	75
Sillón espera triple	1	169,64	169,64
TOTAL			1146,42

Fuente: Línea Nueva Mobiliario

Elaborado por: La autora

Año: 2015

4. Equipos de cómputo

Los equipos de cómputo a utilizarse serán los siguientes:

Cuadro N° 40**Equipo de cómputo**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computadora portátil hp	1	659,82	659,82
Computadora de escritorio	1	740,18	740,18
Impresora Epson	1	227,68	227,68
TOTAL			1.627,68

Fuente: Point Technology

Elaborado por: La autora

Año: 2015

5. Equipo de oficina

Cuadro N° 41

Equipo de oficina.

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Teléfono	2	20,00	40,00
Calculadora	2	15,00	30,00
TOTAL			70,00

Fuente: Papelería Sánchez

Elaborado por: La autora

Año: 2015

6. Vehículo

El vehículo que se adquirirá será un camión de medio uso marca cronos QMC perteneciente al Sr. Carlos Díaz. El vehículo estará destinado para uso del departamento de producción, ventas y logística.

Cuadro N° 42

Vehículo.

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Camión pequeño medio uso	1	8.500,00	8.500,00
TOTAL			8.500,00

Fuente: Sr. Carlos Díaz (dueño)

Elaborado por: La autora

Año: 2015

4.3.2. Resumen de la inversión fija

Cuadro N° 43

Resumen de la inversión fija.

DETALLE	VALOR
Infraestructura civil	3.600,00
Maquinaria y equipo de producción	2.422,90
Muebles y enseres	1.146,42
Equipo de computo	1.627,68
Equipo de oficina	70,00
Vehículo	8.500,00
TOTAL	17.367,00

Fuente: Cuadros 28, 29, 30, 31, 32, 33

Elaborado por: La autora

Año: 2015

4.3.3. Costos de producción

1. Materia prima directa

La materia prima que se indica a continuación será utilizada para la elaboración de un kilo de dulce, el cual posteriormente se distribuirá en su presentación de 300 gramos. Como unidad de medida se empleará el término en unidades. En lo que se refiere al zambo, una unidad contiene en promedio 4.000 gramos de pulpa, este fruto, debido a que está constituido casi en su totalidad por agua, al momento de su cocción va a reducirse considerablemente. Es por eso que de esta cantidad se obtuvo una producción de 4 frascos de 300 gramos.

Cuadro N° 44**Materia prima directa.**

DESCRIPCION	CANT (unidades)	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Zambo	1	1,00	1,00
Piña	1	1,00	1,00
Panela	5	0,20	1,00
TOTAL			3,00
COSTO UNITARIO	4 unidades		0,75

Elaborado por: La autora
Año: 2015

2. Materia Prima Indirecta

Como materia prima indirecta se considera al conjunto de especias a utilizarse en la producción del delicioso dulce de zambo con piña, mejorando así aún más el sabor del mismo.

Cuadro N° 45**Materia prima indirecta.**

DESCRIPCION	CANT (unidades)	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Clavo de olor (sobre)	1	0,08	0,08
Canela (sobre)	2	0,08	0,16
Pimienta dulce (sobre)	1	0,08	0,08
TOTAL			0,32
COSTO UNITARIO	4 unidades		0,08

Elaborado por: La autora
Año: 2015

3. Mano de obra directa

La mano de obra directa estará constituida por dos trabajadores quienes estarán a cargo de todo el proceso productivo. Los trabajadores contarán con todos los beneficios correspondientes, detallados en la Ley de Justicia laboral vigente en el país.

Cuadro N° 46**Mano de obra directa.**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO MENSUAL POR EMPLEADO
Personal Operativo		
Trabajador	2	912,02
TOTAL		912,02

Elaborado por: La autora
Año: 2015

4. Costos indirectos de fabricación

Se toman como costos indirectos estos valores ya que intervienen de forma indirecta en el proceso productivo.

Cuadro N° 47**Costos indirectos de fabricación.**

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Envase de 300 gramos	Unidad	1	0,05	0,05
Etiqueta	Unidad	1	0,04	0,04
Energía Eléctrica	Kilovatio	1	0,03	0,03
Agua Potable	Metro cúbico	1	0,04	0,04
TOTAL				0,16

Elaborado por: La autora
Año: 2015

4.3.4. Gastos Administrativos**1. Sueldos Administrativos**

Se necesitará de un administrador, quien se encargará de todo lo relacionado con la dirección del proyecto. Mismo que contará con todos los beneficios sociales que indica la Ley. El fondo de reserva y las vacaciones se le pagará una vez que hayan cumplido el primer año de servicio. En lo que respecta al contador, se realizará el pago de una asesoría contable, por

lo que no es necesario tener un contador fijo por el momento. Es por eso que solo se contratará asesoría contable.

Cuadro N° 48

Sueldos administrativos.

DESCRIPCIÓN	CANT	SUELDO BÁSICO	IESS	13°Sueldo	14° Sueldo	Fondos de Reserva	COSTO MENSUAL POR EMPLEADO
Administrador	1	360,00	43,74	30,00	30,00		463,74
Asesor contable	1	-	-	-	-		100,00
TOTAL							2.387,78

Elaborado por: La autora
Año: 2015

2. Gastos de Constitución

Para la creación de la microempresa se necesitan adquirir varios permisos de funcionamiento. Los trámites a realizarse implican un desembolso de dinero el cual será representado como gasto.

Cuadro N° 49

Gastos de constitución.

DETALLE	VALOR
Gastos de constitución	350,00
Imprevistos 4%	585,19
TOTAL	935,19

Elaborado por: La autora
Año: 2015

3. Suministros de oficina

Cuadro N° 50

Suministros de oficina.

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Tinta para impresora	1	20,00	20,00
Resma de papel bond	1	3,50	3,50
Perforadora	1	5,00	5,00
Grapadora	1	3,00	3,00
Carpeta	3	0,50	1,50
Cuaderno	1	0,70	0,70
Esferográfico (caja)	1	3,00	3,00
TOTAL			36,70

Elaborado por: La autora
Año: 2015

4. Servicios Básicos

Los servicios básicos serán constituidos por energía eléctrica, agua potable, teléfono y arriendos, destinados para el área administrativa.

Cuadro N° 51

Servicios básicos.

DESCRIPCIÓN	TOTAL	COSTO ANUAL
Agua Potable	15,00	180,00
Energía Eléctrica	15,00	180,00
Teléfono	10,00	120,00
Arriendo de local	260,00	3.120,00
TOTAL	300,00	3.600,00

Elaborado por: La autora
Año: 2015

5. Gastos de ventas

Como gastos de ventas se considera la publicidad a realizarse. La forma en la que se dará a conocer el delicioso dulce de zambo con piña será a través anuncios por redes sociales.

Cuadro N° 52**Gastos de ventas.**

DESCRIPCIÓN	TOTAL MENSUAL	COSTO ANUAL
Anuncio a través de redes sociales	10,00	120,00
TOTAL	10,00	120,00

Elaborado por: La autora
Año: 2015

4.3.5. Capital de Trabajo

El capital de trabajo será la suma de todos los rubros mencionados anteriormente de forma mensual. Para el capital de trabajo se considerará 3 meses ya que es el tiempo necesario para que la microempresa pueda funcionar bien, se detalla de la siguiente forma:

Cuadro N° 53**Capital de trabajo.**

DETALLE	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN			
Materia Prima Directa	3160	0,75	2.369,98
Materia Prima Indirecta	3160	0,08	252,80
Mano de Obra Directa	2	456,01	912,02
Costos indirectos de fabricación			505,60
SUBTOTAL			4.040,40
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Administrador			463,74
Contador (Servicios Profesionales)			100,00
Servicios Básicos			40,00
Suministros de oficina			36,70
Arriendo de local			260,00
SUBTOTAL			900,44
GASTOS DE VENTAS			
Publicidad			10,00
SUBTOTAL			10,00
TOTAL			4.950,84
CAPITAL DE TRABAJO (3 MESES)			14.852,52

Fuente: Cuadros 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43

Elaborado por: La autora
Año: 2015

4.3.6. Inversión Total

Cuadro N° 54

Inversión total.

DETALLE	VALOR
Inversión Fija	17.367,00
Capital de Trabajo	14.852,52
Diferidos	944,10
TOTAL	33.513,62

Fuente: Cuadros 34,44

Elaborado por: La autora.

Año: 2015

4.3.7. Financiamiento

Una vez determinada la inversión total que se necesita para poner en marcha el proyecto, hay que establecer la forma de poder cubrirla. En este caso se lo realizará mediante el aporte propio, mismo que servirá para cubrir el capital de trabajo, y un préstamo, el cual se realizará en el Banco Nacional de Fomento, entidad que está en la capacidad de financiar el proyecto hasta en un 70% de la inversión del proyecto.

Cuadro N° 55

Financiamiento.

FINANCIAMIENTO	%	MONTO
Aporte Propio	47%	15.751,40
Préstamo Bancario	53%	17.762,22
TOTAL	100%	33.513,62

Fuente: Cuadro 45

Elaborado por: La autora

Año: 2015

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

5.1. Determinación de Ingresos

Este rubro se obtiene de la multiplicación de la capacidad de producción a cubrirse por el precio de venta proyectado. El precio está proyectado de acuerdo a la tasa de inflación.

Cuadro N° 56

Ingresos proyectados.

VOLÚMEN PROYECTADO (unidades)	2016	2017	2018	2019	2020
	38269	38606	38929	39237	39530
Precio de Venta	2,03	2,11	2,18	2,26	2,35
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS	77.759,88	81.323,16	85.013,63	88.831,96	92.778,29

Fuente: Cuadro 23,24
Elaborado por: La autora
Año: 2015

5.2. Determinación de Egresos

Los egresos que se presentan a continuación son detallados en forma anual desde el año 2015 tomando como año 0. La proyección de los diferentes costos se determinó con la tasa de inflación perteneciente al año 2014 equivalente a 3,67% según el Banco Central.

5.2.1. Costos de Producción

1. Materia Prima

Como se había indicado anteriormente, la materia prima se adquirirá desde el cantón Cotacachi específicamente de las comunidades rurales del mismo, (ver cuadro nro.8); la piña se adquirirá en el mercado mayorista puesto que no se necesita de grandes cantidades y para transportar directamente de las zonas de producción implicaría mayores costos y por ende disminuiría la utilidad. En lo que se refiere a la panela y a las especias (canela, clavo de olor y pimienta dulce) se adquirirá en el comercial San Martín. Se menciona que la materia prima presentada a continuación equivale a la producción de 4 unidades de 300 gramos respectivamente.

Cuadro N° 57

Proyección de materia prima.

Volumen proyectado en unidades	38269	38606	38929	39237	39530
Costo Unitario	0,86	0,89	0,92	0,96	0,99
Subtotal	3,44	3,57	3,70	3,83	3,98
Materia prima directa	3,11	3,22	3,34	3,47	3,59
Zambo	1,04	1,07	1,11	1,16	1,20
Piña	1,04	1,07	1,11	1,16	1,20
Panela	1,04	1,07	1,11	1,16	1,20
Materia prima indirecta	0,33	0,34	0,36	0,37	0,38
Clavo de olor (sobre)	0,08	0,09	0,09	0,09	0,10
Canela (sobre)	0,17	0,17	0,18	0,18	0,19
Pimienta dulce (sobre)	0,08	0,09	0,09	0,09	0,10
Total costos Proyectados	32.928,93	34.437,87	36.000,67	37.617,61	39.288,76

Fuente: cuadro 35, 36

Elaborado por: La autora

Año: 2015

2. Mano de Obra directa

La mano de obra directa estará constituida por dos trabajadores quienes estarán encargados de todo el proceso productivo. La proyección de mano de obra se realiza con la tasa de aumento salarial del presente año que equivale al 4,11%.

Para realizar un análisis más detallado de este rubro se detalla el costo mensual y anual de la mano de obra, con todos los beneficios establecidos por la ley. En cuanto al fondo de reserva y a las vacaciones del mismo, se bonificará una vez transcurrido el primer año de servicio.

Cuadro N° 58

Mano de Obra mensual, anual.

DESCRIPCIÓN	CANT	SUELDO BÁSICO	IESS	13°Sueldo	14° Sueldo	COSTO	
						MENSUAL POR EMPLEADO	COSTO ANUAL
Personal							
Operativo							
Trabajador	2	354,00	43,01	29,50	29,50	912,02	10.944,26
TOTAL						912,02	10.944,26

Fuente: 37

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Cuadro N° 59

Proyección de mano de obra directa.

DESCRIPCIÓN	CANT	2016	2017	2018	2019	2020
Personal Operativo						
Trabajador	2	11.482,55	12.042,96	12.626,40	13.233,82	13.866,21
TOTAL		11.482,55	12.042,96	12.626,40	13.233,82	13.866,21

Fuente: cuadro 37

Elaborado por: La autora

Año: 2015

3. Costos Indirectos de fabricación Proyectados

Este elemento del costo se obtiene de la multiplicación del número de unidades a producirse por el costo unitario, proyectado con la tasa de inflación del año 2014, equivalente a 3,67% según el Banco Central.

Cuadro N° 60

Proyección de costos indirectos de fabricación.

DETALLE	2016	2017	2018	2019	2020
Unidades					
producidas	38269	38606	38929	39237	39530
Envase de 300					
gramos	0,05	0,05	0,06	0,06	0,06
Etiqueta	0,04	0,04	0,04	0,05	0,05
Energía Eléctrica	0,03	0,03	0,03	0,03	0,04
Agua Potable	0,04	0,04	0,04	0,05	0,05
	0,17	0,17	0,18	0,18	0,19
TOTAL CIF	6.347,74	6.638,63	6.939,89	7.251,59	7.573,74

Fuente: cuadro 38
Elaborado por: La autora
Año: 2015

4. Resumen de costos proyectados

Cuadro N° 61

Resumen de costos proyectados.

DESCRIPCIÓN	2016	2017	2018	2019	2020
Materia Prima	32.928,93	34.437,87	36.000,67	37.617,61	39.288,76
Mano de Obra					
Trabajadores	11.482,55	12.042,96	12.626,40	13.233,82	13.866,21
Costos Indirectos de Fabricación	6.347,74	6.638,63	6.939,89	7.251,59	7.573,74
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	50.759,22	53.119,45	55.566,96	58.103,03	60.728,71

Fuente: cuadro 48, 50, 51
Elaborado por: La autora
Año: 2015

5.2.2. Gastos de Administración

De la misma manera, los gastos administrativos están proyectados de la siguiente forma:

Los sueldos administrativos están proyectados con el 4,11% equivalente al porcentaje de incremento salarial de este año. Los otros gastos administrativos están proyectados con el 3,67% perteneciente a la tasa de inflación del año 2014.

Cuadro N° 62

Proyección de gastos administrativos.

DETALLE	2016	2017	2018	2019	2020
Administrador	5.882,07	6.212,30	6.556,10	6.914,04	7.286,68
Contador (Servicios profesionales)	1.249,32	1.300,67	1.354,12	1.409,78	1.467,72
Servicios básicos	373,21	386,91	401,11	415,83	431,09
Suministros de oficina	148,04	153,47	159,11	164,95	171,00
Arriendo de local	3.234,50	3.353,21	3.476,27	3.603,85	3.736,11
TOTAL	10.887,15	11.406,56	11.946,72	12.508,44	13.092,60

Fuente: cuadro 39, 41, 42
Elaborado por: La autora
Año: 2015

5.2.3. Gastos de ventas

Estarán constituidos por la publicidad para promocionar el producto, se realizará los respectivos anuncios por las redes sociales.

Cuadro N° 63

Proyección de gastos de ventas.

DETALLE	2016	2017	2018	2019	2020
Publicidad	124,40	128,97	133,70	138,61	143,70
TOTAL	124,40	128,97	133,70	138,61	143,70

Fuente: cuadro 39
Elaborado por: La autora
Año: 2015

5.2.4. Gastos financieros

El Banco Nacional de Fomento estará dispuesto a financiar hasta en un 70% del monto de la inversión total del proyecto, en un plazo de 5 años, con una tasa de interés de 11%. Los pagos se lo realizarán de forma mensual y las cuotas a cancelar cada mes serán fijas. La tabla de amortización que a continuación se presenta, está resumida de forma anual.

Cuadro N° 64

Tabla de amortización anual.

AÑO	PAGO	INTERÉS	AMORT CAP	CAPITAL INSOLUTO
1	4.579,40	1727,32	2.852,08	14.910,13
2	4.579,40	1413,59	3.165,81	11.744,32
3	4.579,40	1065,35	3.514,05	8.230,26
4	4.579,40	678,80	3.900,60	4.329,67
5	4.579,40	249,73	4.329,67	- 0,00

Elaborado por: La autora
Año: 2015

5.2.5. Depreciación de activos

La depreciación se realiza de acuerdo a los porcentajes vigentes en la Ley de Régimen Tributario.

Cuadro N° 65

Depreciación de activos fijos.

DETALLE	VALOR	2016	2017	2018	2019	2020
Infraestructura civil (adecuación)	3.600,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Muebles y Enseres	1.146,42	114,64	114,64	114,64	114,64	114,64
Maquinaria y Equipo	1.977,86	197,79	197,79	197,79	197,79	197,79
Vehículo	8.500,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00
Equipo de Cómputo	1.627,68	542,51	542,51	542,51		
TOTAL		2.734,93	2.734,93	2.734,93	2.192,43	2.192,43

Fuente: cuadros 28, 29, 30, 31, 33
Elaborado por: La autora
Año: 2015

5.3. Balance de Situación Financiera

Para el inicio del funcionamiento de la microempresa se cuenta con el siguiente balance de situación financiera.

Cuadro N° 66

Balance de situación financiera.

**BALANCE DE SITUACIÓN FINANCIERA
AL 31 DE diciembre de 2016
En dólares americanos**

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVOS CORRIENTES	
Efectivo y equivalente de efectivo	14.852,52		
Otros activos corrientes			
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	14.852,52		
ACTIVOS NO CORRIENTES			
Infraestructura Civil	3.600,00		
Equipo de oficina	70,00		
Maquinaria	2.422,90		
Muebles y Enseres	1.146,42		
Vehículo	8.500,00		
Equipo de cómputo	1.627,68		
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	17.367,00		
Diferidos	1.294,10		
TOTAL ACTIVOS	33.513,62		
		PASIVO A LARGO PLAZO	
		Préstamo bancario por pagar	17.762,22
		TOTAL PASIVOS	17.762,22
		PATRIMONIO	
		Capital Social	15.751,40
		PASIVO + PATRIMONIO	33.513,62

Fuente: cuadros 28,29, 30, 31,32, 33, 40, 44

Elaborado por: La autora

Año: 2015

5.4. Proyección de Estados de Resultados

El estado de resultados se proyectará a 5 años, este mostrará la utilidad que se va generando durante el transcurso de este tiempo.

Cuadro N° 67

Estado de resultados proyectados.

DESCRIPCIÓN	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos	77.759,88	81.323,16	85.013,63	88.831,96	92.778,29
(-)Costo de Producción	50.759,22	53.119,45	55.566,96	58.103,03	60.728,71
UTILIDAD BRUTA	27.000,65	28.203,71	29.446,67	30.728,93	32.049,58
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Administrador	5.882,07	6.212,30	6.556,10	6.914,04	7.286,68
Asesor Contable	1.249,32	1.300,67	1.354,12	1.409,78	1.467,72
Servicios básicos	373,21	386,91	401,11	415,83	431,09
Suministros de oficina	148,04	153,47	159,11	164,95	171,00
Arriendo de local	3.234,50	3.353,21	3.476,27	3.603,85	3.736,11
Subtotal	10.887,15	11.406,56	11.946,72	12.508,44	13.092,60
(-) GASTOS DE VENTAS					
Publicidad	124,40	128,97	133,70	138,61	143,70
UTILIDAD OPERATIVA	15.989,10	16.668,18	17.366,25	18.081,88	18.813,27
(-) Depreciacion	2.734,93	2.734,93	2.734,93	2.192,43	2.192,43
(-) Gastos financieros	1.727,32	1.413,59	1.065,35	678,80	249,73
UTILIDAD ANTES DE PART TRAB.	11.526,85	12.519,66	13.565,97	15.210,65	16.371,11
15% de part Trabajadores	1.729,03	1.877,95	2.034,90	2.281,60	2.455,67
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	9.797,82	10.641,71	11.531,08	12.929,05	13.915,45
Fracción Básica	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00	13.770,00
Impuesto Fracción Excedente			5%	10%	10%
Impuesto Fracción básica	-	-	-	149,00	149,00
IMPUESTO A LA RENTA	-	-	36,55	361,91	163,54
UTILIDAD PROYECTADA	9.797,82	10.641,71	11.494,52	12.567,15	13.751,90

Fuente: cuadros 47, 52,53, 54,55, 56

Elaborado por: La autora.

Año: 2015

5.5. Flujo de Efectivo

Este estado financiero refleja el movimiento que realiza la empresa en un determinado tiempo; es decir es la necesidad exacta de efectivo para poder cubrir todas las obligaciones que tiene la microempresa.

Cuadro N° 68

Flujo de efectivo proyectado.

DETALLE	0	2016	2017	2018	2019	2020
Inversión	33.513,62					
Utilidad Proyectada		9.797,82	10.641,71	11.494,52	12.567,15	13.751,90
(+) Depreciación		2.734,93	2.734,93	2.734,93	2.192,43	2.192,43
(+) Valor de Rescate						4.262,30
TOTAL						
INGRESOS		12.532,76	13.376,64	14.229,46	14.759,58	20.206,63
EGRESOS						
(-) Pago de capital		2.852,08	3.165,81	3.514,05	3.900,60	4.329,67
TOTAL						
EGRESOS		2.852,08	3.165,81	3.514,05	3.900,60	4.329,67
FLUJO DE CAJA						
PROYECTADO		9.680,67	10.210,83	10.715,40	10.858,98	15.876,97

Fuente: cuadros 56, 58
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

5.6. Costo de Oportunidad

En el costo de oportunidad se detalla los porcentajes de financiación de la inversión. Aquí se puede ver que el 47% de la inversión será aporte propio y la diferencia será cubierta con un préstamo. También se muestra la tasa activa, está es tasa de interés que la entidad financiera cobra por el crédito otorgado, de igual forma indica la tasa pasiva, la cual representa la tasa que una entidad financiera pagaría por depositar la inversión.

Cuadro N° 69**Costo de oportunidad.**

Estructura de la Inversión	Tasa		Promedio Ponderado
Financiado	Activa	11,00%	0,077
Propio	Pasiva	6,25%	0,01875
Costo de Oportunidad			0,09575

Elaborado por: La autora
Año: 2015

Al evaluar el costo de oportunidad, se establece que será más conveniente poner en marcha la microempresa, ya que si se coloca el valor de la inversión en una entidad financiera se obtendrá menos rentabilidad que ejecutando el proyecto. Empezar este negocio tiene mayores ventajas y beneficios que invertir en una entidad crediticia.

5.7. Cálculo de la Tasa de Rendimiento Medio (TRM)

Para determinar la tasa de rendimiento medio se considera el costo de oportunidad y la tasa de inflación del año 2014. La fórmula es la siguiente:

$$\text{TRM} = (1 + \text{COSTO OPOR}) * (1 + \text{INFLACIÓN}) - 1$$

$$\text{TRM} = (1 + 0,09257) (1 + 3,67\%) - 1$$

$$\text{TRM} = 0,135964025$$

$$\mathbf{14\%}$$

La tasa de rendimiento medio (TRM) es mayor al costo de oportunidad, esto significa que el proyecto es viable y es recomendable emprenderlo.

5.8. Cálculo del Valor actual neto (VAN)

El VAN permite determinar al valor presente de los flujos de efectivo proyectados; así poder evaluar si el proyecto es rentable, conociendo que si el VAN es mayor a 0 es rentable.

Su fórmula es:

$$VAN = Inv - \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE1}{(1+i)^2} + \frac{FNE1}{(1+i)^3} + \frac{FNE1}{(1+i)^4} + \frac{FNE1}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -33.513,62 + \frac{9.680,67}{(1+0,135964)^1} + \frac{10.210,83}{(1+0,135964)^2} + \frac{10.715,40}{(1+0,135964)^3} + \frac{10.858,98}{(1+0,135964)^4} + \frac{15.876,97}{(1+0,135964)^5}$$

$$VAN = 5.145,93$$

Entonces, al aplicar la fórmula antes planteada se obtiene un VAN equivalente a **5.145,93** demostrando que el proyecto es factible y económicamente atractivo.

5.9. Cálculo de la Tasa interna de retorno (TIR)

En el cálculo este índice financiero se tomará en cuenta los flujos de efectivo. La TIR es la tasa más alta de actualización que se exige en un proyecto, mientras más elevada sea la tasa interna de retorno existen mayores probabilidades de éxito. La tasa interna de retorno que se obtuvo es mucho mayor a la tasa de rendimiento medio, esto sustenta que el proyecto sigue siendo viable. Su fórmula es la siguiente:

$$VAN=0 = -INV + \frac{FLUJO1}{(1+i)} + \frac{FLUJO2}{(1+i)^2} + \frac{FLUJO3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FLUJO1}{(1+i)^n}$$

Cuadro N° 70**Cálculo de la tasa interna de retorno.**

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO
0	- 33.513,62
1	9.680,67
2	10.210,83
3	10.715,40
4	10.858,98
5	15.876,97
TIR	19%

Fuente: Cuadro 54
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

La tasa interna de retorno que se obtuvo es mayor a la tasa de rendimiento medio, esto demuestra que el proyecto es factible y tiene buenas posibilidades de prosperar en el futuro.

5.10. Relación Costo/Beneficio

Este índice permitirá determinar cuánto se ganará por cada dólar que se invierta en el proyecto. Su fórmula es:

$$C. B = \frac{\sum \text{Flujos de efectivo actualizados}}{\text{Inversion inicial}}$$

$$C. B = \frac{38.659,55}{33.513,62}$$

$$\text{COSTO/ BENEFICIO} = 1,15$$

Esto quiere decir que por cada dólar invertido se recupera 0,15 centavos de dólar como beneficio, justificando aún más la viabilidad del proyecto.

5.11. Recuperación de la Inversión

Este indicador ayuda a conocer el tiempo en el que se recuperará la inversión del proyecto. Se determinó el tiempo exacto de recuperación de la inversión a través del siguiente proceso:

- Se establece el año en el cual se recupera totalmente la inversión total. En este caso se ubica en el año 3.
- Una vez determinado el año, se calcula el costo no recuperado, dividiendo el flujo neto acumulado del período anterior para la inversión.
- Al valor obtenido resultado de la división se multiplica por 360 días y luego se divide para 30, para obtener el tiempo en meses y días. Finalmente, se suma el año anterior, en este caso es el año 2.

Se indica entonces, que el valor invertido en el proyecto se logrará recuperar en 3 años, 4 días.

Cuadro N° 71

Recuperación de la inversión.

AÑO	FLUJOS NETOS	FLUJO NETO ACUMULADO	INVERSIÓN
0			33.513,62
1	9.680,67	9.680,67	23.832,94
2	10.210,83	19.891,50	13.622,12
3	10.715,40	30.606,90	2.906,71
4	10.858,98	41.465,88	- 7.952,26
5	15.876,97	57.342,85	- 23.829,23

Elaborado por: La autora
Año: 2015

Entonces:

Período anterior	30.606,90
Inversión	33.513,62
Costo no recuperado	2.906,71
Período de recuperación	2,27
Período de recuperación (años)	4 años y 3 meses

Período de recuperación de la inversión= 4 años y 3 meses.

Este indicador sustenta la factibilidad del proyecto, ya que la totalidad de la inversión se logra recuperar en un tiempo favorable 4 años y 3 meses.

5.12. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se puede presentar de dos formas: en unidades y en dólares. A continuación se presentan las fórmulas para determinar tanto en dólares como en unidades.

Punto de Equilibrio en dólares

$$\frac{\text{COSTOS FIJOS TOTALES}}{1 - \text{COSTOS VARIABLES/VENTAS}}$$

Punto de equilibrio en unidades

$$\frac{\text{INVERSIÓN FIJA} + \text{COSTOS FIJOS año 1}}{\text{PVU año 1} - \text{CVU año 1}}$$

Cuadro N° 72**Cálculo de punto de equilibrio.**

DESCRIPCIÓN	2016	2017	2018	2019	2020
INGRESOS					
Ventas	77.759,88	81.323,16	85.013,63	88.831,96	92.778,29
COSTOS FIJOS					
Gastos					
administrativos	10.887,15	11.406,56	11.946,72	12.508,44	13.092,60
Gastos de ventas	124,40	128,97	133,70	138,61	143,70
Depreciaciones	2.734,93	2.734,93	2.734,93	2.192,43	2.192,43
TOTAL COSTOS FIJOS	13.746,49	14.270,47	14.815,35	14.839,48	15.428,73
Materia prima directa	32.928,93	34.437,87	36.000,67	37.617,61	39.288,76
Mano de obra directa	11.482,55	12.042,96	12.626,40	13.233,82	13.866,21
Costos indirectos de fabricación	6.347,74	6.638,63	6.939,89	7.251,59	7.573,74
TOTAL COSTOS VARIABLES	50.759,22	53.119,45	55.566,96	58.103,03	60.728,71
PUNTO DE EQUILIBRIO \$	39.588,86	41.147,76	42.772,47	42.898,34	44.663,65
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	15.873	UNIDADES			

Fuente: Cuadros 35,47, 53,54, 56

Elaborado por: La autora

Año: 2015

En este proyecto, el punto de equilibrio en unidades se logra en la producción de 15.873 unidades, en dólares en cambio se alcanza en un monto de 39.588,86. A partir de estas cantidades la microempresa comienza a obtener utilidades y el proyecto indica ser factible.

5.13. Resumen de los indicadores financieros

Cuadro N° 73

Resumen de indicadores financieros

DESCRIPCIÓN	VALORES
Costo de Oportunidad	0,09575
Tasa de Rendimiento Medio	14%
Valor Actual Neto (VAN)	5.145,93
Tasa Interna de Retorno (TIR)	19%
Relación Costo/ Beneficio	1,15
Período de Recuperación de la Inversión	4 años y 3 meses
Punto de Equilibrio	
En unidades	15873
En Dólares	39.588,86

Fuente: Cuadros 35,47, 53,54, 56

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Una vez determinada la evaluación financiera respectiva, se establece que el estudio de factibilidad es viable, el proyecto genera rentabilidad, debido a que ninguno de los resultados obtenidos es negativo. Se determina que es mejor poner en marcha el proyecto antes que invertir el dinero en una entidad financiera. EL tiempo de recuperación de la inversión es aceptable ya que se encuentra dentro del tiempo de duración establecido.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. Establecimiento de la Microempresa

La microempresa productora y comercializadora de dulce de zambo con piña llevará el nombre de “Dulce Ecuador”. Ésta será representada por una persona natural, que en este caso es la autora del proyecto. La razón social estará constituida por el RUC de la misma: Johanna Yazán con cédula de identidad nro. 040178293-3. Para su constitución, se utilizará dos tipos de aportes; un aporte propio y la diferencia será financiado por un préstamo en el Banco Nacional de Fomento.

Gráfico No 22

Logotipo de la microempresa.



Elaborado por: La autora
Año: 2015

6.2. Misión

“Dulce Ecuador” es una microempresa dedicada a producir y comercializar el delicioso dulce de zambo con piña, garantizando su exquisito sabor y excelente calidad, cumpliendo con todos los parámetros de higiene y registros sanitarios, necesarios para su debida distribución, y de esta forma lograr la satisfacción del paladar de nuestro cliente.

6.3. Visión

En los próximos cinco años, la microempresa “Dulce Ecuador” se convertirá en una empresa con mayor competitividad, que se logrará mediante el incremento y la diversificación de la producción, obteniendo así un mayor porcentaje de participación en el mercado local y nacional, sin dejar de considerar la satisfacción de nuestro cliente, el trato amable, un buen servicio, en búsqueda del mejoramiento continuo.

6.4. Objetivos Organizacionales

- Ofrecer un producto de calidad que cumpla con las expectativas de nuestro cliente, y los requisitos necesarios para su elaboración y comercialización.
- Brindar una excelente atención al cliente, tomando en cuenta todas sus opiniones y sugerencias.
- Establecer estrategias para posicionar el producto en la mente del consumidor y así lograr un mayor porcentaje de participación en el mercado.
- Buscar incrementar el volumen de producción y el volumen de ventas para obtener una mayor rentabilidad.
- Ampliar la producción, con la elaboración de productos derivados, tales como semillas de calabaza, dulce de zambo con piña con la utilización de estevia, entre otros.
- Contribuir con el avance de la economía de la región, con la generación de más puestos de trabajo y así mejorar la calidad de vida de las familias involucradas.

6.5. Valores y Principios

- **Responsabilidad:** Cada proceso de producción será realizado bajo las debidas condiciones higiénicas y sanitarias para producir un producto apto para el consumo del cliente.

- **Calidad:** El producto terminado cumplirá todos los requisitos legales y sanitarios para convertirse en un producto de excelente calidad.
- **Buen Servicio:** El cliente será atendido de forma cordial y respetuosa de modo que se sienta cómodo con nuestra atención.
- **Trabajo en equipo:** Este es necesario en todo el proceso de producción para lograr una mejor manejo de recursos y una mejor comunicación entre todo el personal.
- **Ética y honestidad:** Todas las operaciones realizadas dentro de la microempresa serán realizadas con mucha transparencia y de forma correcta.
- **Rentabilidad:** Buscar una mayor rentabilidad para lograr la expansión de la microempresa y la diversificación de productos.

6.6. Políticas

En cualquier tipo de empresa, las políticas representan un elemento muy importante ya que permiten que la organización marche correctamente, al igual que el comportamiento del personal que la conforma. Para esto, se define a continuación el siguiente conjunto de normas a seguirse dentro de la microempresa:

6.6.1. Políticas Generales

- Las políticas serán establecidas por parte de la administración, de forma que todas las actividades sean realizadas de forma adecuada y lograr que la microempresa funcione adecuadamente.
- La políticas planteadas en la microempresa estarán sujetas a cualquier modificación, en caso de que sea necesario, mismas que serán realizadas por la administración.

- Toda la información perteneciente a la microempresa será elaborada de forma clara y precisa y estará disponible para todo el personal de la misma. Dicha información no deberá ser revelada por ningún miembro del personal sin autorización de la administración.
- La administración deberá informar a todo el personal de cualquier cambio o creación de políticas, nuevos procesos y procedimientos de forma oportuna, clara y en su debido tiempo.

6.6.2. Políticas de Producción

- Establecer estándares necesarios de producción y manejar volúmenes (stock) mínimos y máximos de producción
- Este departamento deberá cumplir con todas las especificaciones necesarias requeridas en la elaboración del producto.
- El departamento de producción es responsable de que exista un adecuado manejo de materia prima e insumos de producción.
- Los materiales y equipos de producción deberán conservarse de forma higiénica y adecuada para la producción.
- La materia prima y los otros insumos deberán mantenerse en un lugar limpio y en la temperatura adecuada para evitar su descomposición.

6.6.3. Políticas de Calidad

- La microempresa estará comprometida a elaborar productos de excelente calidad, cumpliendo con las normas de calidad y sanidad adecuadas y reglamentarias.
- Tratar con proveedores que ofrezcan calidad en sus productos, puntualidad en la entrega y facilidad de pago para asegurar que en el proceso productivo se utilice insumos de calidad.

6.6.4. Políticas de Personal

- Realizar un proceso de selección de personal que permita elegir al personal adecuado para las funciones del departamento de producción; este deberá cumplir con los requisitos y los conocimientos necesarios establecidos en la empresa.
- La elección del personal estará a cargo de la administración, quien una vez seleccionado el personal deberá poner a consideración todas las funciones que debe realizar.
- Las personas encargadas de producción deberán estar debidamente aseadas y llevar el equipo de protección personal adecuado para el área de producción.
- El área de trabajo deberá estar organizado y limpio tanto antes como después de la elaboración del producto.
- El rendimiento del personal será evaluado para medir su eficiencia y productividad. De igual forma recibirá las capacitaciones necesarias para desempeñar sus actividades de mejor manera.

6.6.5. Políticas de Servicio

- La atención y servicio al cliente será de alta prioridad para la empresa, y se buscará continuamente el desarrollo y capacitación del personal que mantiene contacto directo con el cliente.
- El personal que este en contacto directo con el cliente deberá brindar un trato amable, cordial y respetuoso, brindando una buena imagen de la empresa. Así mismo deberá establecer una excelente comunicación y aclarar cualquier duda del mismo.

6.7. Estructura Organizacional

En cada empresa, se necesita definir una estructura organizativa que permita observar cómo está conformada la entidad, e identificar los departamentos existentes en la misma. Es

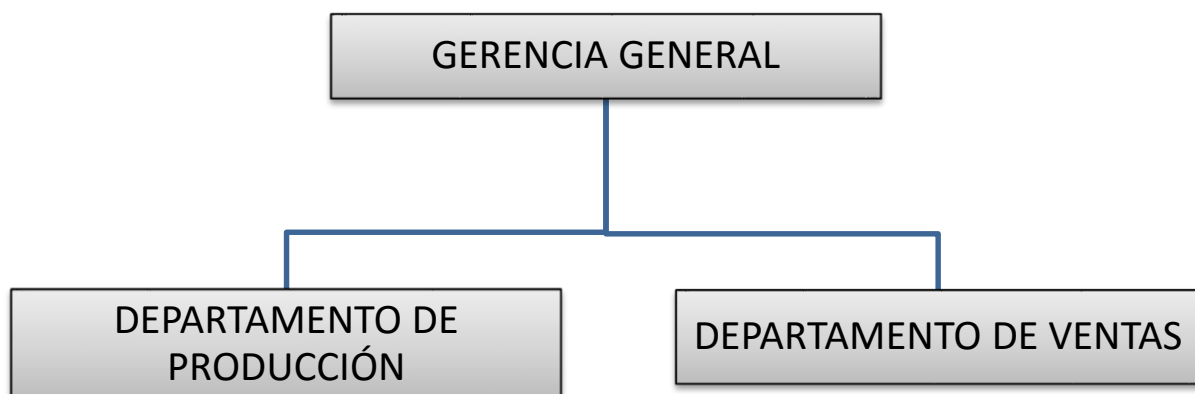
relevante ya que ayuda a la coordinación de las actividades realizadas dentro de esta, con el único fin de cumplir con los objetivos empresariales.

Del mismo modo, ayuda a determinar las obligaciones, deberes y responsabilidades de los miembros que conforman las distintas unidades dentro de la organización.

La microempresa contará con dos niveles: El Directivo, en el cual estará el gerente general, en este caso, el dueño de la misma; Y el nivel operativo donde se encontrará el departamento de contabilidad, producción y ventas.

Gráfico No 23

Organigrama estructural.



Elaborado por: La autora
Año: 2015

6.8. Funciones y Descripción de los departamentos

6.8.1. Funciones de los departamentos

1. Gerencia General

Esta área estará encargada de realizar numerosas funciones relacionadas con la administración de la microempresa. Debido a que es una empresa pequeña, este departamento

también se encargará de tareas relacionadas con el departamento de ventas, pues al inicio de las actividades económicas de la microempresa no se contará con un vendedor.

2. Departamento de Producción

Las funciones de esta área serán las siguientes:

- La adquisición, control y almacenamiento de materia prima y otros insumos.
- Control permanente de calidad de los procesos de producción y del producto terminado.
- Cotización de precios razonables y negociación con proveedores.
- Realizar pedidos de acuerdo a las necesidades de producción.
- Realizar el mantenimiento de los materiales y equipos de producción.

3. Departamento de Ventas

Como se mencionó anteriormente, el departamento de ventas estará a cargo del gerente de la microempresa, en este caso el dueño, debido a que además de ser una empresa pequeña, al inicio de las actividades económicas no existirán muchas funciones administrativas que desempeñar, por lo que fácilmente el gerente podría encargarse de las responsabilidades del área de ventas. Las funciones serán las siguientes:

- Brindar una correcta atención al cliente, tratando de crear una excelente imagen de la microempresa.
- La correcta comercialización del producto al consumidor final.
- Considerar las sugerencias y recomendaciones de los clientes.
- Realizar el cobro respectivo y la emisión de los comprobantes de ventas (facturas)
- Buscar nuevos clientes.

6.8.2. Descripción del puesto.

1. Gerente General

CARGO	GERENTE
PERFIL LABORAL	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de liderazgo y toma de decisiones correcta. • Capacidad de comunicación, ya que tendrá que ponerse en contacto con los clientes, proveedores. • Buen escuchador • Flexible y abierto a sugerencias. • Estar al pendiente de tareas relacionadas con el departamento de ventas
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Representación legal de la microempresa. • Dirigir a la microempresa en el buen funcionamiento de la misma. • Planeación de actividades estratégicas. • Autorizar órdenes de compra.
REQUISITOS DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> • Especialización en producción y comercialización de productos. • Ingeniero comercial y/o carreras afines. • Mínimo un año de experiencia en puestos similares.

Elaborado por: La autora
Año: 2015

2. Contador

CARGO	CONTADOR
PERFIL LABORAL	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad en su trabajo. • Competitividad • Trabajo en equipo. • Honestidad • Ética moral y profesional • Excelente comunicación • Organización.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Deberá actualizar sus conocimientos en cuanto a cambios en las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF`s) para Pymes y Ley de régimen Tributario Interno. • Elaborar estados financieros con información oportuna clara y confiable. • Realizar roles de pagos y otros pagos correspondientes a remuneraciones, servicios, gastos, entre otros. • Realizar pagos autorizados por el gerente de la empresa. • Tener la información contable al día y de forma ordenada.
REQUISITOS DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> • Contador Público Autorizado CPA. • Conocimientos relacionados con Tributación.

Elaborado por: La autora
Año: 2015

3. Vendedor

CARGO	VENDEDOR
PERFIL LABORAL	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Trabajo en equipo. • Competitividad • Agilidad • Ética moral y profesional • Excelente comunicación • Organización.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar convenios con nuevos clientes y proveedores. • Ponerse en contacto con los clientes actuales. • Atender con amabilidad y cordialidad a los clientes. • Buscar nuevos clientes. • Informar a los clientes sobre promociones existentes del producto. • Realizar y colocar el material publicitario o de promoción del producto.
REQUISITOS DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller • Un año mínimo de experiencia.

Elaborado por: La autora
Año: 2015

4. Trabajador

CARGO	Trabajador
PERFIL LABORAL	<ul style="list-style-type: none"> • Honestidad • Responsabilidad • Capacidad de trabajar bajo presión • Trabajo en equipo • Conocimientos relacionados con procesos productivos similares. • Buenas relaciones humanas
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar el producto de la microempresa. • Notificar a la administración acerca de la falta de materia prima e insumos. • Informar sobre la situación actual de producción. • Mantenimiento y limpieza del área de producción.
REQUISITOS DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo ser bachiller.

Elaborado por: La autora
Año: 2015

6.9. Conformación Interna y Externa de la microempresa.

6.9.1. Nombre de la microempresa

La microempresa será conocida con el nombre:” Dulce Ecuador” y estará bajo la administración de una persona natural, esta se encontrará ubicada en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

6.9.2. Marco Legal

Razón Social: Johanna Yazán

Nombre Comercial: “Dulce Ecuador”

Figura Jurídica: Se constituirá como microempresa a cargo de una persona natural.

Representante Legal: Johanna Elizabeth Yazán Aguirre

6.9.3. Documentación de la microempresa.

La microempresa “Dulce Ecuador” contará con la documentación respectiva, como RUC, permisos de funcionamiento, permiso de bomberos, patente municipal, entre otros.

1. Registro Único de Contribuyentes (RUC)

(d) Requisitos para obtener el RUC

- Original y copia de cédula de identidad
- En caso de ser extranjeros: Original y copia del pasaporte y tipo de visa vigente u original de la credencial de refugiado
- Presentación del certificado de votación del último proceso electoral.
- Original y copia de las planillas de servicios básicos (agua, luz teléfono).
- Original y copia de los siguiente documentos: de la factura por el servicio de televisión pagada o servicio de internet; cualquier documento emitido por una Institución Pública que detalle la dirección exacta del contribuyente; contrato de arrendamiento; escritura de compra venta del inmueble.

2. Patente Municipal

- Formulario de declaración del Impuesto de Patente, original y copia;
- RUC original y copia
- Copia de cédula de ciudadanía
- Copia de carta de pago del impuesto predial del año en curso
- Formulario de categorización emitido por la oficina de Control Sanitario (para las actividades comerciales que requieran el permiso sanitario)

3. Permiso de Cuerpo de Bomberos

Para la obtención del permiso de cuerpo de bomberos, el interesado deberá presentarse en el Departamento de Cuerpo de Bomberos con la siguiente documentación:

- Solicitud de inspección del local;
- Informe favorable de la inspección;
- Copia del RUC;
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados).

4. Permiso Sanitario de funcionamiento.

- Solicitud (formulario) de permiso sanitario;
- Copia de cédula de ciudadanía y de votación del propietario del negocio;
- Comprobante de pago de patente anterior;
- Comprobante de pago de tasa de permiso sanitario del año;
- Certificado (s) de salud (en áreas de alimentos, salas de belleza y peluquerías) para todo el personal, expendido por la unidad de salud.
- Copia del RUC vigente.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

Cada vez que una microempresa o empresa se constituye y se pone en marcha, implica la aparición de cualquier tipo de impacto, ya sean positivos o negativos, y en diferentes aspectos como económicos, sociales, ambientales, entre otros.

Es por eso que en este capítulo se realiza el respectivo análisis de los posibles impactos que la implementación del proyecto podría generar. Para efectuar dicho análisis se utilizó una herramienta muy conocida como la matriz de valoración de impactos, en la cual se establecieron diferentes indicadores con su respectiva valoración positiva o negativa, dependiendo del nivel de impacto del mismo.

Cuadro N° 74

Tabla de valoración de impactos.

NÚMERO	VALORACIÓN
-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

7.1. Determinación del área de influencia

El área que podría verse afectada con el proyecto sería el sector de los Huertos familiares debido a que aquí se instalará la planta de producción. A continuación se analizarán los impactos mencionados anteriormente.

7.2. Impacto Social

Cuadro N° 75

Impacto social.

Nro.	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
	Generación de								
1	Fuentes de empleo						X		2
2	Mejor calidad de vida						X		2
3	Estabilidad familiar						X		2
TOTAL									6

Elaborado por: La autora
Año: 2015

Impacto social: Total/indicadores

Impacto social= 6/3

Impacto social= 2 (Impacto medio positivo).

La aplicación de la matriz de valoración de impactos demuestra que con la ejecución del proyecto se genera un impacto medio positivo, debido a que se crearán nuevas oportunidades de empleo, mejorando la calidad de vida del personal y brindando una adecuada estabilidad familiar mediante la generación de ingresos.

7.3. Impacto Económico

Cuadro N° 76

Impacto económico.

Nro.	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Nivel de Ingresos Desarrollo						X		2
2	Económico de la comunidad							X	3
3	Rentabilidad del proyecto						X		2
TOTAL									7

Elaborado por: La autora
Año: 2015

Impacto Económico: Total/indicadores

Impacto Económico= 7/3

Impacto Económico= 2,33 (Impacto medio positivo).

El proyecto generará un impacto positivo en nivel medio. La matriz muestra que la implementación del mismo originará un nivel de ingresos apropiado para los empleados de la microempresa, la cual demuestra ser rentable, gracias a los estudios previamente realizados. De la misma manera, aportará notablemente al desarrollo socio-económico de las comunidades involucradas en el mismo, a través de la compra de la materia prima a las mismas, además que estará aportando al desarrollo económico y productivo de la región.

7.4. Impacto Ambiental

Cuadro N° 77

Impacto ambiental.

Nro.	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Manejo de desechos			X					-1
2	Contaminación del aire			X					-1
3	Contaminación del agua			X					-1
TOTAL									-3

Elaborado por: La autora
Año: 2015

Impacto Ambiental: Total/indicadores

Impacto Ambiental= -3/3

Impacto Ambiental= -1 (Impacto bajo negativo).

Un aspecto muy importante al momento de implementar un proyecto es el impacto que este causará en medio ambiente. Hoy en día, el cuidado de la naturaleza es un tema que toda empresa considera fundamental tratar. Se considera un impacto bajo negativo ya que este proyecto afecta a la contaminación tanto del aire como el agua pero en niveles mínimos debido a que en el proceso productivo no se manejará ningún producto nocivo para la salud humana. En cuanto a manejo de desechos se refiere, estos serán operados de forma responsable, evitando que causen algún daño al medio ambiente.

7.5. Impacto General

Cuadro N° 78

Impacto general.

Nro.	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Impacto Social						X		2
2	Impacto Económico						X		2,33
3	Impacto Ambiental			X					-1
TOTAL									3,33

Elaborado por: La autora
Año: 2015

Impacto General: Total/indicadores

Impacto General = 3,33/3

Impacto General = 1,11 (Impacto bajo positivo).

El impacto general indica que con la puesta en marcha de la microempresa se originarán cambios positivos en los puntos que se ha analizado. El proyecto generará nuevas fuentes de empleo, niveles de ingresos adecuados para el personal que trabaje en ella; aportará enormemente al desarrollo socio-económico de las comunidades aledañas a la ciudad de Cotacachi, y en lo ambiental, no causará un mayor efecto negativo en el mismo.

CONCLUSIONES

- En las comunidades aledañas al cantón Cotacachi la materia prima (zambo) no se aprovecha de forma adecuada debido a que no existen proyectos de emprendimiento que utilicen este insumo para la elaboración de productos terminados, provocando que los habitantes de estas comunidades pierdan la oportunidad de generar nuevos ingresos económicos mediante la venta del mismo.
- La población a la cual va dirigido el nuevo producto, no se alimenta de forma adecuada ya que en el mercado no existen muchos alimentos que garanticen una buena alimentación, causando la generación de problemas en su salud. En el mercado local no existe un dulce con características similares a las que se presenta en el proyecto debido a que es un producto nuevo, cuya materia prima es un fruto ancestral con propiedades nutricionales desconocidas por la población, pero que debido a su exquisito sabor, contenido nutricional llama fácilmente la atención de consumidor.
- La aplicación de bases y conceptos teóricos durante la realización del proyecto fue fundamental y sirvió de plataforma para el desarrollo del trabajo presentado. El análisis de la información secundaria presentó algunas dificultades debido a que dicha información no se encuentra actualizada provocando que en el desarrollo de este estudio se utilice datos proyectados.
- El estudio de mercado realizado anteriormente permitió conocer que existe una demanda insatisfecha del producto. Se determinó que la población cuenta con una cultura de consumo de mermeladas y que casi toda la totalidad de los encuestados estarán dispuestos a consumir el delicioso producto a ofertarse como el dulce de zambo con piña.

- Se demostró que el presente proyecto es viable debido a que se cuenta con la infraestructura adecuada, así mismo como la disponibilidad de materia prima, maquinarias y equipos, mano de obra, entre otros. El capital de trabajo de la nueva microempresa será financiado por un crédito realizado en el Banco Nacional de Fomento, debido a que no se cuenta con los recursos propios suficientes para cubrir los pasivos a corto plazo.
- Se determinó que el proyecto de trabajo de grado es factible ya que la evaluación económica- financiera del mismo arrojó resultados positivos, originando la aceptación de dicho emprendimiento.
- El impacto general obtenido en este proyecto es un impacto bajo positivo ya que la microempresa aportará al cuidado del medio ambiente, mediante el manejo adecuado de recursos y apoyará al desarrollo de la economía de las partes involucradas.

RECOMENDACIONES

- El Plan Nacional del buen vivir en uno de sus objetivos garantiza mejorar la calidad de vida de la población y consolidar la economía social, es por eso que se recomienda poner en marcha el presente proyecto pues se busca aprovechar la producción de zambo de la comunidades rurales del cantón Cotacachi y así mejorar su economía y su calidad de vida.
- Existen varias leyes que garantizan el derecho al consumo de alimentos sanos y nutritivos, preferentemente fabricados por micro, pequeñas y medianas empresas tal es el caso de la “Ley Orgánica del Régimen de la soberanía alimentaria”. Se recomienda a la población ibarreña el mejorar su alimentación y consumir productos sanos, que aporten con varios nutrientes a su dieta alimentaria.
- La Ley Orgánica de transparencia y acceso a la información garantiza el derecho a disponer de información pública actualizada, es por eso que se recomienda a los organismos públicos encargados de emitir dichos datos, presenten información actual para emplearla en el desarrollo de proyectos de emprendimiento.
- El análisis del estudio de mercado reflejó que hay un alto nivel de aceptación del producto. Es por eso que se recomienda que la elaboración del mismo cumpla con todas las normas de calidad (Normas Técnicas Ecuatoriana) y normas sanitarias (Registro Sanitario).
- Se recomienda buscar un socio o inversionista que puedan aportar con activos corrientes para poder cubrir los pasivos a corto plazo de la microempresa para evitar en endeudamiento excesivo de la misma y mantener un capital de trabajo neto favorable.

- Al momento de realizar el estudio económico- financiero, se recomienda realizar un análisis exhaustivo y los procedimientos correctos para identificar la rentabilidad y factibilidad del proyecto. Para la presentación de los estados financieros se recomienda aplicar todas las normas y principios contables vigentes.
- La ley de Gestión Ambiental y la Constitución de la República garantizan el cuidado del medio ambiente y el derecho de la población a vivir en un ambiente sano. El impacto que generaría la microempresa es bajo, por lo que se recomienda mantener los diferentes tipos de impactos en esa calificación y así dar cumplimiento a las leyes mencionadas anteriormente.

BIBLIOGRAFÍA

Aguirre, E., Cantos, A., & De los Angeles, E. (2008). *Diseño y Gestión de Microempresas*. CODU.

BACA, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (Séptima ed.). México: Mc Graw Hill.

BENJAMIN, E., & FINCOWSKY, F. (2009). *Organización de Empresas* (Tercera ed.). México: Mac GrawHill.

Bordon, E. (2011). *La mermelada: su origen*. Mexico: ABC color.

Bravo Valdivieso, M. (2013). *Contabilidad General*. Quito: Escobar Impresiones.

Calleja Bernal, F. J. (2013). *Costos*. México: Pearson.

Cantos, A., & Enriqueta, E. (2008). *Diseño y Gestión de microempresas*. CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA.

CÓRDOVA, M. (2011). *Formulación y Evaluación de proyectos* (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.

Dra. Soraya Rhea González. (2012). *Trabajo de Grado*. Ibarra Ecuador: Universidad Técnica del Norte Primera edición.

Fernández, L., Mayagoitia Barragan, G., & Quintero Miranda, V. A. (2010). *Formulacion y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México: Instituto Politécnico Nacional.

Hernández y Rodríguez , S., & Palafox de Anda, G. (2012). *ADMINISTRACIÓN: Teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad*. México: The McGraw-Hill.

Jacques Fillion, L., Cisneros Martinez, L., & Mejía Morelos, J. (2011). *Administracion de Pymes*. Mexico: Pearson Educacion.

Magill, J. H., & Meyer, R. L. (2005). *Microempresa y microfinanzas en Ecuador*. Development Alternatives, Inc.

ORTEGA, A. (2010). *Proyectos de inversión* (Primera ed.). México: Continental.

Padilla, M. (2011). *Formulacion y Evaluacion de proyectos*. Bogota: EcoeEdiciones.

Prieto Herrera, J. E. (2013). *Investigación de Mercados*. Bogotá: Ecoe ediciones.

LINKOGRAFÍA

Botanical Online. (2015). Recuperado el jueves de mayo de 2015, de Botanical Online:

<http://www.botanical-online.com/especies.htm>

El Emprendedor. (Miércoles de Diciembre de 2012). *El emprendedor*. Obtenido de El

emprendedor: <http://www.elemprendedor.ec/obtener-registro-sanitario-ecuador/>

FLACSO. (Viernes de Noviembre de 2011). *Boletín mensual de análisis sectorial de*

Mipymes (Elaboración de jugos y conservas de frutas. Obtenido de

<https://www.flacso.edu.ec>:

www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/f3aum4sgz8ls6rsximf6khej5eeefz.pdf

Ministerio de Industrias y Productividad. (Viernes de Agosto de 2014).

www.normalizacion.gob.ec. Obtenido de www.normalizacion.gob.ec:

<http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/RTE-022-1R.pdf>

RoundGrind. (15 de Septiembre de 2015). *SabroStar Fruit Company*. Obtenido de SabroStar

Fruit Company: <http://sabrostarfruitcompany.com/pina-spanish/>

Peralta, M. (25 de Marzo de 2014). *Mi lindo Ecuador*. Recuperado el Jueves de Mayo de

2015, de Milindo Ecuador: <http://milindoecuador.com.ec/blog/455/el-zambo-fruto-olvidado>.

Presidencia del Congreso Nacional . (Miércoles de Diciembre de 2010).

www.industrias.gob.ec. Obtenido de www.industrias.gob.ec:

<http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/LEY-DEL-SISTEMA-ECUATORIANO-DE-LA-CALIDAD.pdf>

Proecuador.gob.ec. (Octubre de 2011). Recuperado el Jueves de Mayo de 2015, de Proecuador.gob.ec: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/11/PROEC-P2011-PINA-ECUATORIANA.pdf>

SRI. (Martes de Junio de 2015). *www.sri.gob.ec.* Obtenido de *www.sri.gob.ec*: <http://www.sri.gob.ec/de/31>

Suquilanda Valdivieso , M. B. (2011). *mountainpartnership.org.* Recuperado el Jueves de Mayo de 2015, de *mountainpartnership.org*: http://www.mountainpartnership.org/fileadmin/user_upload/mountain_partnership/docs/1_produccion_organica_de_cultivos_andinos.pdf

Web Systems. (2012). *PanelaEcuador.* Obtenido de *PanelaEcuador*: http://site.panelaecuador.com/index.php?option=com_content&view=article&id=21&Itemid=53

ANEXOS

ANEXO 1



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

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS JEFES DE FAMILIA DE LOS HOGARES DE LA CIUDAD DE IBARRA.

OBJETIVO: Determinar la demanda y oferta del dulce de zambo con piña, así como los gustos y preferencias de los habitantes de la ciudad del Ibarra en cuanto a mermeladas mediante la aplicación de encuestas.

INTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas y señale con una (x) la respuesta que a su criterio considere adecuada. En cada pregunta deberá seleccionar solo una respuesta

Indicador: Preferencia de mermelada, sustitutos del producto

1. ¿Qué sabor de mermelada consume usted en su hogar?

Mora () Guayaba () Piña () Frutilla () Otros ()

Indicador: Competidores, sustitutos del producto

2. ¿Qué marca de mermelada conoce usted?

Facundo () Gustadina () Snob () San Jorge () Otros ()

Indicador: Frecuencia de compra

3. ¿Con qué frecuencia compra mermelada?

Semanal () Quincenal () Mensual ()

Indicador: Producto, Características del producto

4. ¿Por cuál de las siguientes razones le gustaría consumir un dulce?

Bajo contenido en calorías () Sabor () Propiedades Nutricionales ()

Indicador: Producto

5. ¿Estaría dispuesto a comprar el tradicional dulce de zambo con piña?

SI () NO ()

Indicador: Presentación

6. En qué presentación preferiría que nuestro producto?

Sachet () Frascos () Ambos ()

Indicador: Volumen de producción

7. ¿Cuántas unidades de este producto de 300 gramos estaría dispuesto a consumir mensualmente?

1-3 () 4-6 () 7-9 ()

Indicador: Plaza

8. ¿Dónde le gustaría encontrar nuestro producto?

Mercado () Supermercados () Tiendas de barrio ()

Indicador: Precio

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este dulce?

1,00-2,50 () 3,00- 4,50 () 5,00- 6,50 ()

Indicador: Promoción

10. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse de las novedades de este producto?

Radio () Prensa () TV () Redes sociales ()

Datos Técnicos:

Género: Femenino () Masculino ()

Edad: 20-25 () 26-35 () 36-45 () 46-55() 55 en adelante ()

Ocupación:.....

Número de miembros en su familia: 1-3 () 4-6 () 6-8 ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2

FICHAS DE OBSERVACIÓN

Empresa Evaluada: Tía**Evaluador:** Johanna Yazán**Fecha:** 23/04/2015

EMPRESA	SABORES	PRESENTACIÓN	CANTIDAD	PRECIO
SNOB	Frutilla	Frasco	600g	3,08
	Frutimora	sachet	240g	1,09
	Piña	Frasco	290g	1,90
GUSTADINA	Frutilla	Frasco	300g	1,90
	Guayaba	Frasco	300g	1,90
	Mora	Frasco	300g	1,90
	Piña	sachet	100g	0,59
SAN JORGE	Frutimora	sachet	250g	1,29
	Durazno	Sachet	200g	1,42
	Piña	sachet	200g	1,42
NUTELA	Avellanas, cacao y leches	Frasco	200g	4,40
			350g	6,25
GUSTAFI	Avellanas, chocolate	Frasco	280g	3,50
TONY	Manjar de leche	Frasco	250g	1,48

FICHAS DE OBSERVACIÓN
Empresa Evaluada: Supermercado Akí

Evaluador: Johanna Yazán

Fecha: 23/04/2015

EMPRESA	SABORES	PRESENTACIÓN	CANTIDAD	PRECIO
SNOB	Frutilla	Frasco	600g	3,08
	Frutimora	sachet	240g	1,09
	Guayaba	Frasco	200g	1,38
	Piña	Frasco	290g	1,90
GUSTADINA	Frutilla	Frasco	300g	1,80
	Guayaba	Frasco	300g	1,80
	Mora	Frasco	300g	1,80
	Piña	sachet	100g	0,55
	Frutimora	sachet	250g	1,25
MARIA MORENA	Mora	Frasco	600g	3,21
	Piña	Frasco	600g	3,21
	Guayaba	Frasco	295g	1,33
	Frutilla	Frasco	295g	1,33

ANEXO 3



Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Cotacachi

“ UNORCAC ”
“DESARROLLO CON IDENTIDAD”

Filial de la FENOGIN
Acuerdo Ministerial 0139
Del 21 de Abril 1980
Fundada el 19 de Abril de 1977

CERTIFICADO

A petición verbal de la Srta. **Johanna Elizabeth Yazán Aguirre** con cédula de ciudadanía Nro. 040178293-3 tengo bien de certificar que:

La Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Cotacachi “UNORCAC”, está dispuesta a brindar apoyo en el proyecto, para la creación de la microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de dulce de zambo con piña en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura; trabajando como intermediario directo en la compra de materia prima, tal es el caso del zambo. Esto, consistirá en la negociación y la relación directa con las comunidades pertenecientes a nuestra Organización para la recolección del fruto antes mencionado, así mismo como la fijación del precio de compra del mismo, buscando el bienestar económico de los comunitarios proveedores de la materia prima.

Es todo en cuanto puedo certificar en honor a la verdad; la persona interesada puede hacer uso del presente certificado para los fines correspondientes a su proyecto de grado.

Cotacachi, 10 de Septiembre de 2015

Atentamente,
Por el Cabildo Central
Shuk Yuyailia, Shuk Shunkulla, Shuk Makilla



Sra. María Alicia Guaján
PRESIDENTA (E) UNORCAC
TANTANAKUYPAK PUSHAK

Dirección: González Suárez N° 2083 y Quiroga Telefax: 062 915 602 / 062 916 012 E-mail: unorcac2011@gmail.com / www.unorcac.org
COTACACHI - IMBABURA - ECUADOR

ANEXO 4

PROFORMA POINT TECHNOLOGY

CLIENTE:	JHOANA ELIZABETH YAZAN AGUIRRE
RUC:	0401782933
DIRECCION:	MIRA
FECHA:	20-07-2015
TELEFONO :	0968316481

UN	PRODUCTO	MODELO	PRECIO U	PRECIO T
1	PORTATIL	HP 14" R001 LA	659.82	659.82
1	COMBO CPU	COMBO DUAL CORE QUE INCLUYE	740.18	740.18
		CPU 1TB Y 4 GB EN RAM MONITOR LED 19 " TECLADO, MOUSE,PARLANTES FLASH MEMORY 4GB CAMARA WEB AUDIFONOS MICROFONO REGULADOR DE VOLTAJE COBERTORES MESA PAD MOUSE GAME PAD		
1	IMPRESORA	L210 EPSON	227.68	227.68

SUBTOTAL	1627.68
IVA 12%	195.32
TOTAL	1823.00

EN TODA COMPRA DEL VALOR TIENE UN 10% DE DESCUENTO ADICIONAL
QUEDANDO EN UN COSTO DE 1640.70
TODOS NUESTROS PRECIOS INCLUYEN IVA

ATENTAMENTE
PABLO GUAMA
ASESOR COMERCIAL
06-2601135 / 0979445064

POINT TECHNOLOGY
SUPERMERCADO DE COMPUTADORAS
COMPUBUSSINES Cia. Ltda.
RUC.. 1791774582001

ANEXO 5



NOTA DE VENTA		No.	
Cliente: Johana Yazan			
Fecha: 20-07-2015			
Cant.	ARTICULO	Precio Unitario	Valor Total
3	Olla Mercurio #45	27.00	54.00
2	Caldero Umco #45		105.00
1	Cucharela mediana	16.00	16.00
3	Calador Retal Gigante	11.00	33.00
Proforma			
REPUESTOS AMAZONAS Ofc. Repuestos de Licuadoras, Ollas de Presión y Utensilios de Cocinas en General Dir.: Obispo Mosquera tras del Mercado Amazonas Telf.: 002610323 IBARRA - ECUADOR			
Salida la mercadería no aceptamos devoluciones		TOTAL US \$	208.00

ANEXO 6

METALICAS "VACA CORTES" PROFORMA
 001-001
MARIA VIRGINIA CORTES ALFONSO
 VENTA AL POR MAYOR Y MENOR: Artículos de Metal, Artefactos del Hogar, Electrodomésticos y Artículos de Bazar
 Matriz: Velasco 927 y Sánchez y Cifuentes Telf: 2611 065 Ibarra - Ecuador RUC: 1001890860001

CLIENTE: Johana Yazan	FECHA: 2015 07/20
DIRECCION: Mira	CODIGO:
PLAZO DE PAGO:	RUC: 0401890860003
OBSERVACIONES ESPECIALES:	TELE: 006 8318781

CANT.	DETALLE	P. UNIT.	V. TOTAL
1	Cajita de 3 2 aberturas		192,86
2	Estanterias de 93 x 33	58,04	116,07
1	Balanza sin peso		192,81
2	Moscas de trabajo 1 x 60	258,93	517,86
Subtotal \$			283,93
12% I.V.A.			106,07
0% I.V.A.			
Descuento			
TOTAL \$			390

 CLIENTE
 VENDEDOR

Edgar Alfaro Huales Villarruel - Imprenta "El Rey Alfaro" RUC: 1000510703001 Aut. Nro. 1147 Telf.: 2660 133 Imp - 801 - 900 Original Adquisitivo Copia: Emisor

ANEXO 7



PROFORMA
N°02889

RUC:1091734547001

Ibarra, 20 DE JULIO DE 2015

Cliente: **JOHANNA YAZAN**
Dirección: **MIRA**
Ruc: **#0401782933**

TELF:0968316481

Cant.	Detalle	V.Unitario	V. Total
3	ESTACIÓN DE TRABAJO Modelo "CUBIT" Elaborada en Melamínico Duraplac Doble Cara de 25mm Con filo PVC muy resistente, Tamaño 1.40cm x 1.70cm cen "L", Contiene 1 Faldón en Melamínico, 1 Placa Latera, 1 Base Mixta (Metal y Melamínico) (1) Cajonera Triple en Melamínico con seguridad para las 3 gavetas, (1) Porta Teclado de Riel con portalápices frontal (1) Pasacable Redondo de plástico.	241,07	723,21
3	Sillas Secretaria "Bella" con brazos base 5 puntas con sistema de regulación para asiento y espaldar. Tapiz en cuerina negra.	93,75	281,25
3	ANAQUEL, Elaborado en melamínico duraplac Doble Cara, con Puertas Mixtas (2) Superiores de Vidrio con Seguridad, (2) Inferiores de Melamínico con Picaporte y Chapa de Seguridad, Divisiones Internas Regulables, Tamaño 1.80cm de Alto x 0.90cm de Ancho x 0.40cm de Profundidad.	232,14	696,42
4	SILLA VISITA "CENSA" s/brazos. Estructura metálica acabados en pintura electrostática y texturizada Tapiz en cuerina color negro.	37,5	150,00
2	SILLÓN ESPERA TRIPERSONAL MODELO "GRAFFITI" c/brazos. Con Estructura en Tubo Redondo, Acabados en pintura Electroestática y Texturizada. Tapiz Cuerina.	169,64	339,28
Tiempo de Entrega: 15 días Laborables		Subtotal \$	2.190,16
Forma de Pago: 60% al Pedido y 40% a la Entrega			
Validez Proforma: 15 días		IVA 12%	262,82
Tiempo de Garantía: Un Año por daños de fabricación		TOTAL \$	2.452,98

 **LINEA NUEVA**
MOBILIARIO CIA. LTDA.
RECIBI CONFORME
Entregué Conforme
Irene Játiva

Entregué Conforme
Irene Játiva
Telf: 062 953400 Fax 062 611107

Recibí Conforme

ANEXO 8

Plantas de zambo

