



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

TRABAJO DE GRADO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PLATOS
DERIVADOS DEL CHOCHO, EN LA CIUDAD
DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

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

AUTORA: YUCATO V. Gladys R.

DIRECTOR: ING. JÁCOME Walter PHD.

IBARRA, ENERO 2012

RESUMEN EJECUTIVO

A través de la investigación realizada del trabajo de grado titulado, “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa para la comercialización de platos derivados de chocho en la ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura, se determina que el proyecto tiene una gran aceptación entre los puntos más importantes son: Del diagnóstico situacional realizado al sector se pudo identificar que existen pequeños comerciantes de platos derivados del chocho, que por lo general son comerciantes informales en la ciudad de Ibarra, los mismos que no han logrado una mayor reactivación e innovación en su producto, tanto en calidad, variedad y precios competitivos, por lo tanto no existe deseos de crecer en el mercado, esto ha provocado que el desarrollo no sea el esperado, con respecto al estudio de mercado se determinó que existe una demanda significativa para el producto, lo que hace atractiva la propuesta, a través del estudio técnico se identificó en lugar estratégico que deberá funcionar el local de ventas ya que los aspectos favorecen a la puesta en marcha del proyecto, el proceso de productivo deberá acatar todas la normas de calidad para obtener un producto que satisfaga las necesidades de los clientes, la administración del negocio deberá contar con talento humano eficiente que labore tomando en cuenta los objetivos empresariales, el análisis financiero determina que el monto de inversión es de 16.380 dólares de los cuales el 30% será capital propio y el 70% financiado, analizado los ingresos , costos y gastos se estructuro los estados financieros que sirven de base para aplicar evaluadores financieros como el VAN, TIR, C/B y PRI, llegando a determinar que el proyecto es factible en los escenarios estudiados, finalmente se evaluó los impactos dando como resultado más efectos positivos que negativos.

THE SUMMARIZE EXECUTIVO

Through the carried out investigation of the work of titled grade, "Study of feasibility for the creation of a microempres for the commercialization of derived plates of doddering in the city of Ibarra County of Imbabura, is determined that the project has a great acceptance among the most important points they are: Of the I diagnose situational carried out to the sector you could identify that small merchants of derived plates of the doddering one exist that in general are informal merchants in the city of Ibarra, the same ones that have not achieved a bigger reactivation and innovation in their product, so much in quality, variety and competitive prices, therefore it doesn't exist desires to grow in the market, this has caused that the development is not the prospective one, with regard to the market study you determines that a significant demand exists for the product, that makes attractive the proposal, through the technical study you identifies in strategic place that the local of sales will work the aspects since they favor to the setting in march of the project, the process of productive will accept all the norms of quality to obtain a product that satisfies the necessities of the clients, the administration of the business will have efficient human talent that works taking into account the managerial objectives, the financial analysis it determines that the one mounts of investment it is of 16380 dollars of which 30% will be capital own and 70% financed, analyzed the revenues, costs and expenses you structures the financial states that serve as base to apply financial appraisers as the VAN, TIR, C/B and PRI, ending up determining that the project is feasible in the studied scenarios, finally it was evaluated the impacts giving as a result more positive effects than negative.

AUTORÍA

Yo, **Gladys Rocío Yucato Valverde**, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100314705-3 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PLATOS DERIVADOS DEL CHOCHO, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”** y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.

Gladys Yucato

CI: 100314705-3

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Gladys Rocio Yucato Valverde, para optar por el Título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA, CPA.** cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PLATOS DERIVADOS DEL CHOCHO, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, considero el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los 20 días del mes enero del 2012

Firma

DR. WALTER JÁCOME, PHD
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, GLADYS YUCATO, con cédula de identidad Nro. 100314705-3 expreso mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PLATOS DERIVADOS DEL CHOCHO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA.**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

.....

GaldysYucato

100314705-3

Ibarra a los 20 días del mes de enero del 2012



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100314705-3		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Gladys Yucato		
DIRECCIÓN:	La Dolorosa de Priorato- Ibarra		
EMAIL:	gladysrocio_yucato@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	069574012
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA		

	CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PLATOS DERIVADOS DEL CHOCHO, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTORA :	Gladys Yucato
FECHA: AAAAMMDD	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA CONTABILIDAD Y AUDITORIA
ASESOR /DIRECTOR:	ING. Walter Jácome PhD.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Gladys Yucato, con cédula de identidad Nro. 100314705-3, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 20 días del mes de Enero del 2012

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre:

C.C.:

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Nombre: Lic. Ximena Vallejos

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con todo cariño y amor a mis padres, por su apoyo constante y por llenar mi vida con sus valiosos consejos.

A mi hija la razón de mi vida por toda la comprensión que a su corta edad me ha sabido brindar.

AGRADECIMIENTO

Son muchas las personas especiales a las que me gustaría agradecer su amistad, apoyo, ánimo y compañía en las diferentes etapas de mi vida.

A mi padre, éste es un logro que quiero compartir contigo, gracias por ser mi papá y por creer en mí. Te quiero mucho.

A mi madre gracias por todo tu esfuerzo, tu apoyo. Gracias porque siempre has estado conmigo. Te quiero mucho.

A mis esposo mi gran compañero y testigo de mis desvelos, apoyo incondicional para que no deje de cumplir con este logro.

A mis hermanas Violeta y Janeth, por estar conmigo en los buenos y malos momentos.

A mis profesores, no sólo de la carrera sino de toda la vida, mil gracias porque de alguna manera forman parte de lo que ahora soy.

Al más especial de todos, a ti mi **Dios** por ser quien ha estado a mi lado en todo momento dándome las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día y seguir adelante rompiendo todas las barreras

PRESENTACIÓN

En la ciudad de Ibarra la comercialización del platos de chocho es limitada es por eso que la presente investigación propone que en la ciudad de Ibarra se cree un lugar donde se comercialicen platos derivados del chocho como son: cevichocho y en lo posterior la ensalada de chocho y la pizza de chocho.

A fin de lograr el éxito de la microempresa se ha desarrollado un Estudio de Factibilidad mismo que contiene los siguientes capítulos.

Capítulo I Diagnóstico.- En este capítulo se define el problema y la posible oportunidad de inversión a través de un análisis situacional del entorno donde se ejecutará el proyecto

Capítulo II Bases Teóricas Científicas.- Contiene fundamentos teóricos basados en libros, páginas Web que aportaron a la investigación acerca de la creación de la microempresa así como también de la producción y comercialización.

Capítulo III Estudio de Mercado.- En el que se analizó los resultados arrojados de la investigación preliminar a través de encuestas, entrevistas y datos de fuentes de entidades oficiales gubernamentales, acerca de la demanda, oferta y precios platos derivados del chocho, esta información se contrasto y analizó para luego establecer el pronóstico de mercado.

Capítulo IV Estudio Técnico.- Se detalla la localización óptima del proyecto, la distribución y diseño de la planta, como también el proceso cronológico y ordenado que utilizara la microempresa para ser eficientes en la producción y comercialización de platos derivados del chocho. En este capítulo también se incluyo la propuesta de estructura orgánica y funcional de la microempresa tomando en cuenta la misión, visión y objetivos.

Capítulo VI Estudio Financiero.- En el que se estableció las inversiones, ingresos, costos, los diversos flujos y los indicadores básicos con los que se concluye si la microempresa es o no tanto viable como rentable su implantación en la Ciudad de Ibarra.

Capítulo VII Impactos.- Describe los diferentes impactos que ocasionará la creación de la microempresa como son: socio-económico, empresarial, y ambiental, que influirá en el desarrollo del presente proyecto.

Para finalizar el proyecto se determinará las conclusiones con sus respectivas recomendaciones y se adjuntará anexos relacionados con el desarrollo de la investigación.

INDICE

RESUMEN	
EJECUTIVO.....	ii
THE SUMMARIZE EXECUTIVE	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
CESIÓN DE DERECHOS.....	vi
AUTORIZACIÓN USO Y PUBLICACIÓN.....	vii
DEDICATORIA.....	x
AGRADECIMIENTO.....	xi
PRESENTACIÓN.....	xii
INDICE.....	xiv

INTRODUCCIÓN

Antecedentes.....	24
Objetivos del proyecto.....	25
General	
Específicos	
Metodología	
Utilizada.....	26

CAPITULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes.....	27
Objetivos del Diagnóstico.....	28
Objetivo General	
Objetivos Específico	
Variables Diagnósticas.....	29
Indicadores o Subaspectos que Definen las Variables	
Matriz de Relación Diagnóstica.....	30
Identificación de la Población.....	31
Cálculo de la Muestra	
Diseños de Instrumentos de Investigación.....	34
Evaluación de la Información	
Tabulación y Análisis de la Información	
Resultados de la Entrevista Aplicada a Pequeños Comerciantes de Platos Derivados del Chocho.....	45
Matriz AOOR (Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos).47	
Cruces Estratégicos.....	49
Identificación de Problema Diagnóstico.....	50

CAPITULO II

MARCO TEORICO

El Chocho.....	51
Definición	
Características.....	52
Requerimientos Climáticos.....	53
Preparación del Suelo	
Rotación de Cultivos.....	54
Siembra	
Fertilización	
Abonamiento	
Control de Malezas.....	55
Plagas y Enfermedades	
Riego	
Cosecha y Trilla.....	56
Almacenamiento	
Uso e Importancia.....	57
Platos derivados del chocho.....	58
La microempresa.....	59
Definición de la Microempresa	
Origen de la Microempresa en el Ecuador	
Creación de una Microempresa.....	61
Objetivos de la Microempresa.....	62
Características de la Microempresa.....	63
Ventajas de la Microempresa	
Desventajas	
Ámbito Personal	
En cuanto a su Tamaño	
Clasificación de las Microempresas.....	64
Surgimiento de una Microempresa	
La Contabilidad en la Microempresa	
Proyecto de Factibilidad.....	65
Definición	
Por qué se Invierte y Por qué son Necesarios los Proyectos.....	66
Decisión Sobre un Proyecto.....	67
Objetivos del Estudio de Factibilidad.....	68
Fuentes de Financiamiento de un Proyecto	
Fuentes Internas	
Fuentes Externas	
Estudio de mercado.....	70
Mercado Meta	
Demanda.....	71
Oferta	
Las cuatro P	

Producto	
Precio.....	72
Plaza.....	73
Promoción	
Localización optima del proyecto.....	74
Macrolocalización	
Microlocalización	
Estados financieros.....	75
Balance general	
Balance de resultados	
Estado de flujo de caja.....	76
Valoración Financiera del Proyecto.....	77
Valor Presente Neto	
Tasa Interna de Rendimiento.....	78
Periodo de Recuperación de la Inversión.....	79
Costo de beneficio	
Punto de equilibrio.....	80

CAPITULO III ESTUDIO DE MERCADO

Presentación.....	81
Segmentación	
Identificación del Producto	82
Productos Sustitutos o Complementarios.....	83
Análisis de la Demanda.....	84
Proyección de la Población.....	85
Proyección de la Demanda.....	86
Análisis de la Oferta	
Proyección de la Oferta.....	87
Balance Demanda - Oferta.....	88
Demanda Potencial a Satisfacer	
Pronóstico de Ventas.....	89
Análisis de Precios	
Estrategias de Marketing Mix.....	90
Precio	
Producto.....	91
Plaza.....	92
Publicidad.....	93
Estrategias Promocionale.....	94
Conclusiones del Estudio	

CAPITULO IV ESTUDIO TÉCNICO

Presentación.....	95
Localización del Proyecto	
Macrolocalización.....	96
Microlocalización	
Distribución de la Planta.....	98
Diseño de las Instalaciones.....	99
Distribución de las Áreas de la Microempresa de Comercialización de Platos Derivados del chocho.....	100
Tamaño del Proyecto.....	101
Factores Determinantes del Tamaño	
Definición de las Capacidades de Producción	
Diagrama de Procesos.....	102
Preparación del Cevichocho.....	103
Atención al Cliente.....	104
Programa de Prestación de Servicios.....	105
Inversiones	
Inversiones Fijas que Requiere el Proyecto	
Requerimiento de Talento Humano.....	106
La Microempresa y su Organización	
Nombre de la Microempresa	
Logotipo.....	107
Misión	
Visión	
Objetivos Estratégicos de la Microempresa	
Políticas de la microempresa.....	108
Principios y Valores	
Principios	
Valores.....	109
Estructura Organizacional	
Estructura Funcional.....	113
Matriz De Competencias.....	115
Tipo de Microempresa.....	117
Base legal	
Seguimiento y Monitoreo.....	118

CAPÍTULO V ESTUDIO FINANCIERO

Estructura de la Inversión.....	119
Coste de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio	
Inversiones.....	120

Activos Fijos.	
Activos Diferidos.....	124
Capital de Trabajo	
Ingresos.....	125
Proyección de Ingresos	
Egresos.....	126
Costos de Producción	
Materia Prima	
Pago de Mano de Obra Directa en Jornada Parcial	
Costos Indirectos de Producción.....	127
Gastos Administrativos	131
Gastos de Ventas.....	134
Financiamiento	
Depreciación.....	135
Amortización de Diferidos	136
Estados Proforma.....	137
Balance de Arranque	
Estado de Resultados	
Flujo de Caja con Protección.....	138
Evaluación de la Inversión.....	139
Valor Actual Neto	
Tasa Interna de Retorno.....	140
Sensibilidad del TIR	
Periodo de Recuperación con Valores Corrientes.....	141
Periodo de Recuperación con Valores Constantes	142
Costo Beneficio.....	143
Punto de Equilibrio del Proyecto	

CAPITULO VI IMPACTOS

Introducción.....	145
Impacto Socio- Económico	
Impacto Empresarial.....	147
Impacto Ambiental.....	148
Impacto General.....	149
CONCLUSIONES.....	150
RECOMENDACIONES.....	151
BIBLIOGRAFÍA.....	152
LINCOGRAFIA.....	153
ANEXOS	

CUADROS

Cuadro 1.....	30
Cuadro 2.....	31
Cuadro 3.....	32
Cuadro 4.....	
Cuadro 5.....	33
Cuadro 6.....	35
Cuadro 7.....	36
Cuadro 8.....	37
Cuadro 9.....	38
Cuadro 10.....	39
Cuadro 11.....	40
Cuadro 12.....	41
Cuadro 13.....	42
Cuadro 14.....	43
Cuadro 15.....	44
Cuadro 16.....	82
Cuadro 17.....	
Cuadro 18.....	83
Cuadro 19.....	84
Cuadro 20.....	85
Cuadro 21.....	
Cuadro 22.....	86
Cuadro 23.....	87
Cuadro 24.....	
Cuadro 25.....	88
Cuadro 26.....	
Cuadro 27.....	89

Cuadro 28.....	97
Cuadro 29.....	98
Cuadro 30.....	101
Cuadro 31.....	105
Cuadro 32.....	
Cuadro 33.....	106
Cuadro 34.....	115
Cuadro 35.....	116
Cuadro 36.....	
Cuadro37.....	119
Cuadro 38.....	
Cuadro 39.....	120
Cuadro 40.....	121
Cuadro 41.....	
Cuadro 42.....	122
Cuadro 43.....	
Cuadro 44.....	123
Cuadro 45.....	
Cuadro 46.....	124
Cuadro47.....	
Cuadro 48.....	125
Cuadro 49.....	126
Cuadro 50.....	127
Cuadro 51.....	
Cuadro 52.....	
Cuadro 53.....	128
Cuadro 54.....	
Cuadro 55.....	

Cuadro 56.....	129
Cuadro57.....	
Cuadro 58.....	
Cuadro 59.....	
Cuadro 60.....	130
Cuadro 61.....	
Cuadro 62.....	
Cuadro 63.....	131
Cuadro 64.....	
Cuadro 65.....	
Cuadro 66.....	132
Cuadro67.....	
Cuadro 68.....	
Cuadro 69.....	133
Cuadro 70.....	
Cuadro 71.....	
Cuadro 72.....	134
Cuadro 73.....	
Cuadro 74.....	135
Cuadro 75.....	
Cuadro 76.....	136
Cuadro77.....	
Cuadro 78.....	137
Cuadro 79.....	138
Cuadro 80.....	
Cuadro 81.....	139
Cuadro 82.....	140
Cuadro 83.....	

Cuadro 84.....	141
Cuadro 85.....	
Cuadro 86.....	142
Cuadro87.....	
Cuadro 88.....	143
Cuadro 89.....	144
Cuadro 90.....	145
Cuadro 91.....	146
Cuadro 92.....	147

GRÀFICOS

Gráfico 1.....	35
Gráfico 2.....	36
Gráfico 3.....	37
Gráfico 4.....	38
Gráfico 5.....	39
Gráfico 6.....	40
Gráfico 7.....	41
Gráfico 8.....	42
Gráfico 9.....	43
Gráfico 10.....	44
Gráfico 11.....	91
Gráfico 12.....	93
Gráfico 13.....	
Gráfico 14.....	96
Gráfico 15.....	99
Gráfico16.....	103
Gráfico 17.....	104

INTRODUCCIÓN

Actualmente en la ciudad de Ibarra no se encuentra un lugar específico donde se pueda de gustar de Platos Derivados del Chocho, ya que para hacerlo la gente lo adquiere a los comerciantes informales o más conocidos como vendedores ambulantes, es por eso que sería conveniente crear una Microempresa para la Comercialización de Platos Derivados del Chocho, para cubrir las necesidades existentes.

Uno de los aspecto que se considera para la creación de esta Microempresa es que existe un considerable número de comerciantes informales que expenden cevichocho de cerdo no en muy buenas condiciones higiénicas, lo cual causa graves consecuencias en la salud de sus consumidores, ya que el producto está expuesto a las inclemencias del tiempo y con el transcurrir de la horas se va descomponiendo; es por eso que se pretende crear una Microempresa que cuente con: una infraestructura que permita al cliente sentirse a gusto dentro del mismo, como también ofrecer platos derivados del chocho con el fin de satisfacer todo gusto, mismo que contará con las respectivas condiciones higiénicas y principalmente distinguirlo a la Microempresa por ofrecer una buena atención al cliente.

El ceviche de chocho es un producto que puede ser consumido a cualquier hora y por cualquier persona sean estos: damas, caballeros, niños, sin importar oficio o condición social ya que es un producto que está al alcance de todos.

Esta iniciativa es propia de la autora, se debe apoyar debido que con la creación de la Microempresa se trata de brindar una mejor alternativa en alimentación e incrementar el consumo del grano de chocho, ya que es un producto que contiene altos poderes nutritivos. Además con la creación de esta Microempresa se fomentará nuevas plazas de empleo y sobre todo el desarrollo profesional de la misma.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una Microempresa para la Comercialización de Platos Derivados del Chocho en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

ESPECÌFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional externo de los comerciantes de platos derivados del chocho de la ciudad de Ibarra, a fin de identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.
- Desarrollar un marco teórico que sustente el proyecto a través de la investigación bibliográfica documentada.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda de platos derivados del chocho, existente en el mercado.
- Elaborar un estudio técnico, el cual permita determinar la localización óptima del proyecto, infraestructura, equipamiento y la estructura organizacional adecuada.
- Efectuar un estudio financiero para determinar la inversión y la rentabilidad del proyecto.
- Evaluar los principales impactos que generará el presente proyecto.

METODOLOGÍA UTILIZADA

El presente trabajo se enmarca en un modelo de investigación que pretende solucionar un problema, para lo cual se utilizó métodos que nos proporciona las directrices a seguir.

Método deductivo permitió conocer de lo general a lo particular, se lo utilizará en la tabulación y análisis de los datos, así como en el marco teórico y antecedentes.

Método inductivo trata de dar a conocer lo particular hasta llegar a lo general, en el presente proyecto se aplicó en la elaboración de conclusiones y recomendaciones, así como también en la elaboración del diagnóstico situacional.

Con la ayuda del método histórico se recabó toda la información que se necesite para la identificación de las causas de este problema, a través del análisis de documentos de años anteriores como: censos, libros, folletos revistas, páginas web, etc.

El método de análisis ayudó a formular opiniones, así como también permite dar información sustentando el proyecto de factibilidad tanto en la parte teórica como en la interpretación y análisis de resultados.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

El grano de chocho es un producto que contiene un alto poder nutritivo, que ayuda a los niños en su crecimiento y desarrollo cerebral, además se lo puede consumir como producto fresco en sopas, ajíes, leche vegetal y actualmente en ceviches. Según datos del Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias Quito, entre los mayores centros de producción de chocho están: Cotopaxi, Pichincha, Chimborazo e Imbabura, dicha producción de chocho que se obtiene en la provincia de Imbabura se la comercializa en el mercado local a un costo accesible al alcance de las amas de casa imbabureñas.

Según publicación del diario “El Norte” del 29 de mayo del 2010 en los últimos años en la ciudad de Ibarra el plato que está teniendo mucha acogida es el ceviche de chocho, el cual es comercializado por los vendedores ambulantes y puestos semifijos de la ciudad; este plato tiene origen en la ciudad de Ambato, ya que con la preparación de dicho producto se trata de rescatar el consumo del grano de chocho que es altamente nutritivo para los seres humanos en especial en la etapa de desarrollo y aprendizaje de los niños.

Según datos de la Dirección de Salud Pública la preparación y comercialización de este platillo debe ser estrictamente en un lugar fresco debido a que el incremento de la temperatura en la época de calor, los fuertes vientos levantan partículas contaminantes, la mala higiene personal de quienes preparan los alimentos, así como las deficientes condiciones sanitarias de los puestos ambulantes y semifijos, ha contribuido a elevar el índice de infecciones gastrointestinales, como la hepatitis y fiebre tifoidea.

La ciudad de Ibarra cuenta con una gran cantidad de restaurantes y picanterías, que en su mayoría ofrecen comida rápida, comida china, platos a la carta,

almuerzos entre otros, pero ninguno ofrece un producto con un alto poder nutritivo ya que el chocho es muy recomendable en la etapa de desarrollo de los niños, para mujeres embarazadas, para problema de los huesos, entre otras.

También se puede manifestar que el servicio de alimentación en la ciudad de Ibarra no ha tenido el crecimiento necesario que permita mejorar y brindar una atención adecuada al cliente.

Como solución a los problemas antes mencionados, el presente proyecto de investigación propone rescatar el consumo de este producto, a través de la creación de una Microempresa para la comercialización de platos derivados del chocho en la ciudad de Ibarra, ya que dicha investigación permitirá la ocupación del talento humano, mejorar las condiciones alimenticias y brindar a los clientes un lugar en donde se puedan sentirse cómodos y con una excelente atención al cliente.

1.2 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

General

Realizar un Diagnóstico Situacional Externo de los comerciantes de platos derivados del Chocho de la ciudad de Ibarra, a fin de identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

Específicos

- Determinar las formas de **preparación** de los platos derivados del chocho.
- Analizar los sistemas de **comercialización** utilizados por los pequeños comerciantes de platos derivados del chocho.
- Determinar el grado de **rentabilidad** alcanzado por esta actividad.

1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Entre las variables diagnósticas que se aplican en la presente investigación son:

- Preparación
- Comercialización
- Rentabilidad

1.4 INDICADORES O SUBASPECTOS QUE DEFINEN LAS VARIABLES

Variable: Preparación

- Variedad de platos derivados del chocho
- Proceso de preparación
- Asepsia
- Control de calidad
- Mano de obra utilizada

Variable: Comercialización

- Tipo de mercado
- Competencia
- Demanda
- Canales de distribución
- Servicio al cliente
- Estrategias de ventas

Variable: Rentabilidad

- Costo de producción y ventas
- Margen de utilidad
- Manejo de Inventarios
- Inversión
- Nivel de rentabilidad

1.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO N° 1

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	PÚBLICO META
Determinar las formas de preparación de platos derivados del chocho.	Preparación	<ul style="list-style-type: none"> - Variedad de platos derivados del chocho. - Proceso de preparación - Asepsia - Control de calidad - Mano de obra ocupada 	<p>Encuesta</p> <p>Entrevista</p> <p>Encuesta, entrevista, observación</p> <p>Entrevista</p> <p>Entrevista, observación, opinión de expertos</p>	Consumidores Dueños Expertos
Analizar los sistemas de comercialización aplicadas por los pequeños comerciantes de platos derivados del chocho.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> - Tipo de mercado - Competencia - Demanda - Canal de distribución - Servicio al cliente - Estrategia de venta 	<p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Observación directa</p> <p>Observación directa</p>	Consumidores
Determinar el grado de rentabilidad alcanzado por los pequeños comerciantes de platos derivados del chocho, a fin de determinar si es factible la creación de una nueva microempresa.	Rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Costo de producción y ventas - Margen de utilidad - Manejo de inventario - Inversión - Nivel de rentabilidad 	<p>Entrevista</p> <p>Observación directa</p> <p>Opinión de expertos</p>	Dueños, comerciantes de platos derivados del chocho Expertos

Fuente: Diagnóstico

Elaboración: La Autora

1.6 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población a investigar está identificada por los siguientes segmentos:

- Población de comerciantes de platos derivados del chocho tanto aquellos que tienen puestos fijos como ambulantes; en razón de que no son muy numerosos se realizará un censo.
- Considerando como potenciales consumidores de platos derivados del chocho se ha tomado en cuenta a los siguientes segmentos: Población urbana de la ciudad de Ibarra de 20 a 60 años , según datos estadísticos del censo 2001, debido a las políticas adoptadas actualmente por el gobierno nacional sobre aspectos nutricionales se consideró a los Estudiantes de Educación Básica y Bachillerato de la ciudad de Ibarra excepto de 1ro de Básica ya que por lo general a ellos les preparan sus loncheras, según información proporcionada por la Dirección Provincial de Educación de Imbabura.

1.7 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Muestra de comerciantes de platos derivados del chocho.

Se ha podido detectar en el casco urbano de la ciudad de Ibarra según la Asociación de Vendedores Ambulantes “La Unión” a comerciantes de platos derivados del chocho, quedando identificada de la siguiente manera:

**CUADRO N° 2
PEQUEÑOS COMERCIANTES DE CEVICHOCOCHO**

COMERCIANTES	NÚMERO
Vendedores Ambulantes	11
Covachas (Zaguanes)	9
Salón	2
TOTAL:	22

Fuente: Asociación de Vendedores Ambulantes “La Unión”

Elaboración: La Autora

Población Urbana de la ciudad de Ibarra

Para determinar la población de 20 a 60 años se ha tomado como referencia datos del Censo 2001 y las proyecciones que utiliza el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), para las diferentes investigaciones.

**CUADRO N° 3
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DE 20 A 60 AÑOS**

AÑO	POBLACIÓN
2007	45.057
2008	46.819
2009	48.297
2010	49.659
2011	51.376

Fuente: INEC, Proyecciones 2001- 20011

Elaborado: La Autora

Población de Estudiantes de la ciudad de Ibarra

Para determinar la población de estudiantes del ciclo básico y diversificado se ha tomado la información proporcionada por la Dirección Provincial de Educación de Imbabura de los tres últimos períodos escolares. Para determinar la muestra poblacional sea restado el 4.47% correspondiente a niños de primero de básica.

**CUADRO N° 4
ESTUDIANTES DE LA CIUDAD DE IBARRA**

AÑO LECTIVO	CICLO BÁSICO	BACHILLERATO	TOTAL DE ESTUDIANTES	95.53% Estudiantes de Ciclo Básico y Diversificado
2008-2009	18.873	28.907	47.780	45.644
2009-2010	19.265	30.133	49.398	47.190
2010-2011	20.360	30.539	50.899	48.624

Fuente: Dirección Provincial de Educación de Imbabura

Elaborado por: La Autora

Total de la Muestra Poblacional a Investigar

Para determinar la muestra poblacional se unió los dos segmentos poblacionales quedando con un total de 100.000 habitantes como base para el cálculo de la muestra poblacional.

CUADRO N° 5
TOTAL DE LA MUESTRA POBLACIONAL

POBLACIÓN	AÑO 2011
Población Adulta de 20 a 60 años	51.376
95.53% de Estudiantes de la ciudad de Ibarra	48.624
TOTAL DE LA MUESTRA:	100.000

Elaborado por: La Autora

Fórmula para el Cálculo de la Muestra

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

n = Tamaño de la Muestra o número de elementos a investigarse

N = Universo o población bajo estudio 112.220 población urbana de Ibarra.

δ = Varianza: 0.25 tomada de una desviación estándar igual a 0.5

Z = Nivel de confianza, equivalente al rango 1.96

E = Error 5%

$$n = \frac{100.000 * 0.25 * 1.96^2}{(0.05^2(100.000 - 1) + (0.25)(1.96)^2)}$$

$$n = \frac{96040.011}{250.9579}$$

$$n = 383...muestras$$

Una vez realizado el cálculo de la muestra, obtenemos como resultados que deben ser encuestadas 383 habitantes del sector urbano de la ciudad de Ibarra de 20 a 60 años y estudiantes de las diferentes instituciones educativas quienes podrían ser posibles consumidores de platos derivados del chocho.

1.8 DISEÑOS DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Encuesta

Para la investigación del presente proyecto se optó por la realización de encuestas, que permita de manera descriptiva recolectar información esencial para la elaboración del proyecto.

Entrevista

La entrevista está estructurada en función a los indicadores mencionados, estas entrevistas se realizó a expertos en la producción y comercialización de platos derivados del chocho.

Opinión de Expertos

Se acudió a profesionales conocedores del tema, para fortalecer la calidad del trabajo investigativo, mediante una entrevista formal, aplicando un cuestionario para obtener la información que requiere el proyecto.

Observación directa

Cuando se realizó las encuestas y entrevistas se pudo constatar personalmente características importantes relacionadas con el tema a investigar, por lo que se pudo recopilar información adicional para el análisis posterior de los datos.

1.9 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Se ordenó y clasificó la información obtenida aplicando la técnica de la estadística de tabulación de datos, mediante el sistema de conteo, verificación frecuencia y análisis en cada una de las preguntas formuladas; así:

Tabulación y análisis de la información

Resultados obtenidos de la encuesta aplicada a posibles consumidores de platos derivados del chocho de la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

1.- ¿Qué productos típicos del chocho ha consumido y que valor ha pagado por la porción?

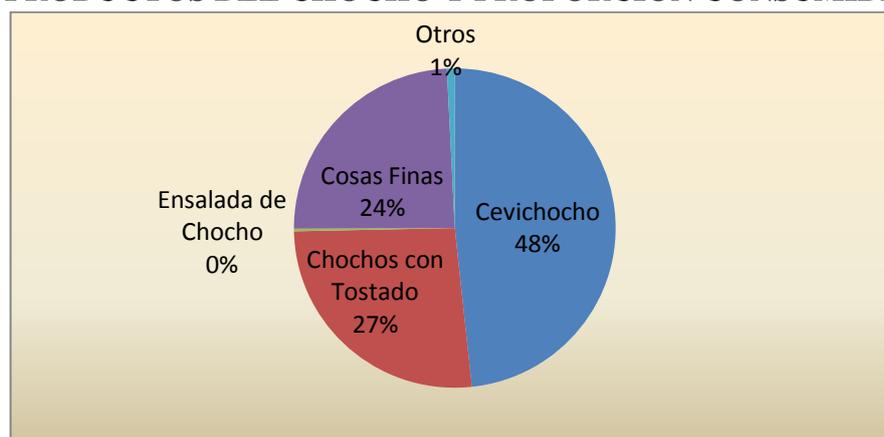
**CUADRO N°6
PRODUCTOS DEL CHOCHO Y PROPORCIÓN CONSUMIDA**

	0 -50 usd.	Más 0,50 - 1,00 usd.	Más 1,00-1,50 usd.	Más 1,50 usd.	F	%
Cevichocho	2	75	93	15	185	48%
Chochos con Tostado	87	14			101	26%
Ensalada de Chocho		1			1	0%
Cosas Finas	19	35	39		93	24%
Otros	1			2	3	1%
TOTAL:	109	125	132	17	383	100%

Fuente: Diagnóstico

Elaboración: La Autora

**GRÁFICO N° 1
PRODUCTOS DEL CHOCHO Y PROPORCIÓN CONSUMIDA**



ANÁLISIS: Con la aplicación de la encuesta se puede identificar que la mayoría de personas encuestadas consumen cevichocho a un valor alrededor de más de 0.50 ctvs. y más de 1.00 dólar. Con la misma técnica se pudo conocer que en otras ciudades del país como en Quito y el Puyo se comercializan platos derivados del chocho como: la Pizza de chocho y un platillo denominado el volquetero que es servido con atún y parecido al ceviche de chocho, de ahí se puede afirmar que la población tiene gran aceptación por los platos derivados del chocho.

2. – ¿Con qué frecuencia y cuantos platos derivados del chocho consume?

CUADRO N° 7
FRECUENCIA Y CONSUMO DE PLATOS DERIVADOS DEL CHOCHO

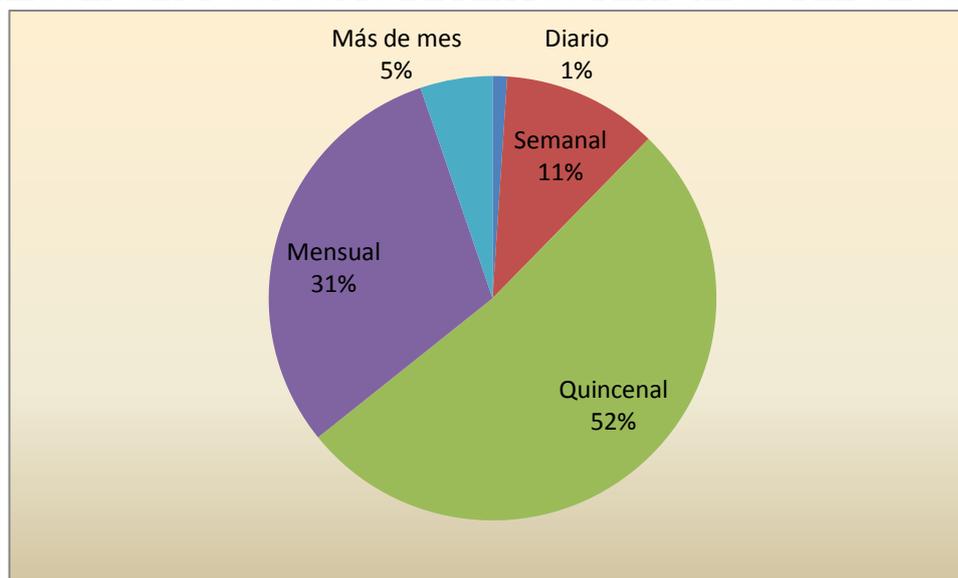
Frecuencia	Cantidad de Platos				F	%
	1 -2	3 - 4	5 – 6	Más de seis		
Diario	4				4	1%
Semanal	8	29	6		43	11%
Quincenal	55	111	33		199	52%
Mensual	43	25	49		117	31%
Más de mes		16		4	20	5%
Total:	110	181	88	4	383	100%

Fuente: Diagnóstico

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 2

FRECUENCIA Y CONSUMO DE PLATOS DERIVADOS DEL CHOCHO



ANÁLISIS: El 52% de personas encuestadas consumen quincenalmente de 3 a 4 platos derivados del chocho, el 31 % consume de 1 a 2 platos semanalmente algún tipo de platillos cuyo ingrediente principal es el chocho.

3.- ¿Dónde consume estos productos?

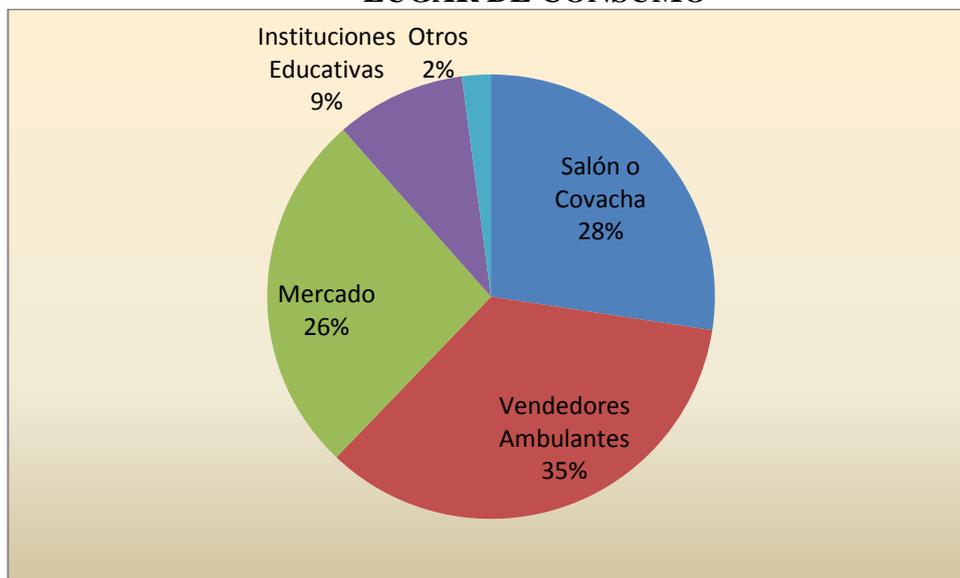
CUADRO N° 8
LUGAR DE CONSUMO

	F	%
Salón o Covacha	105	27%
Vendedores Ambulantes	133	35%
Mercado	101	26%
Instituciones Educativas	36	9%
Otros	8	2%
TOTAL:	383	100%

Fuente: Diagnóstico

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 3
LUGAR DE CONSUMO



ANÁLISIS: Se detecta que el 35% de encuestados adquieren estos productos a vendedores ambulantes, existiendo una mínima diferencia también en los salones o covachas y en los mercados del Cantón, esto se debe a que no existe restaurantes que expendan este tipo de productos.

4.- ¿Qué no le agrada de la venta actual de estos productos?

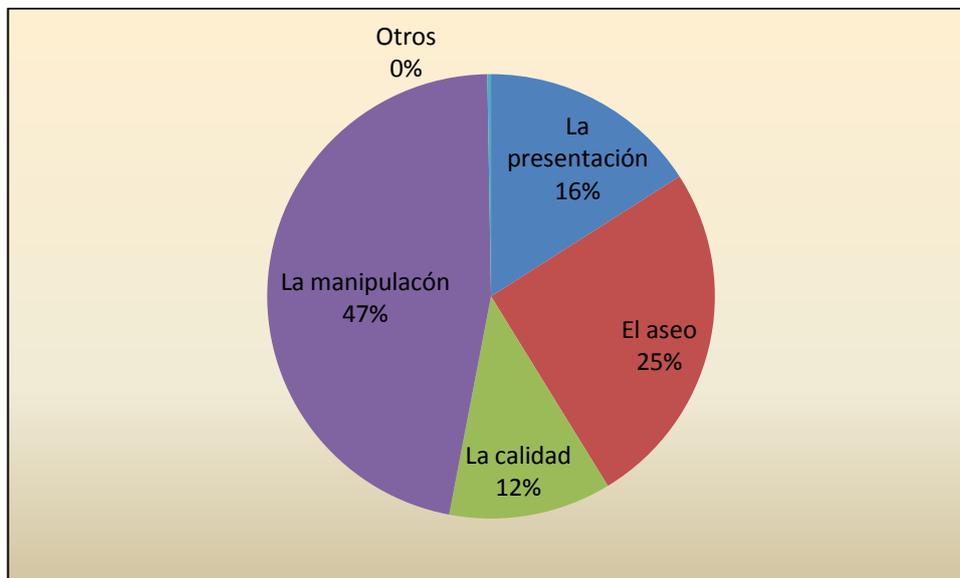
CUADRO N° 9
DESAGRADO DE LA VENTA ACTUAL DEL PRODUCTO

	F	%
La presentación	61	16%
El aseo	97	25%
La calidad	45	12%
La manipulación	179	47%
Otros	1	0%
TOTAL:	383	100%

Fuente: Diagnóstico

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 4
DESAGRADO DE LA VENTA ACTUAL DEL PRODUCTO



ANÁLISIS: La mayor parte de la población opina que la forma como manipulan este producto no es la adecuada ya que muchas de las veces está expuesto el producto a la intemperie, sin mantener ningún cuidado de la contaminación del medio ambiente.

5.- ¿En qué envases prefiere usted que le sirvan este tipo de productos?

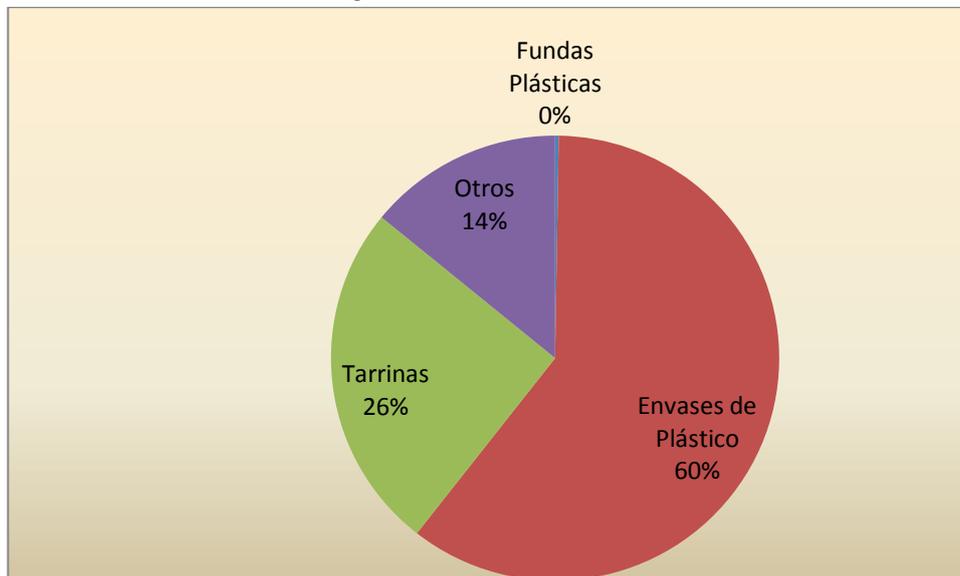
CUADRO N°10
ENVASES EN LOS QUE PREFIEREN SERVIRSE EL PRODUCTO

	F	%
Fundas Plásticas	1	0%
Envases de Plástico	231	60%
Tarrinas	97	25%
Otros	54	14%
TOTAL:	383	100%

Fuente: Diagnóstico

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 5
ENVASES EN LOS QUE PREFIEREN SERVIRSE EL PRODUCTO



ANÁLISIS: Más del 50% prefiere que el producto se sirva en envases de plástico puesto que al ser así, saben que nadie más ha utilizado ese envase, una minoría preferiría que sea en vajilla de losa ya que esto permite servirse el producto sin temor a que éste se derrame.

6.- ¿Está de acuerdo que se cree en la ciudad de Ibarra un lugar donde se expendan platos derivados del Chocho?

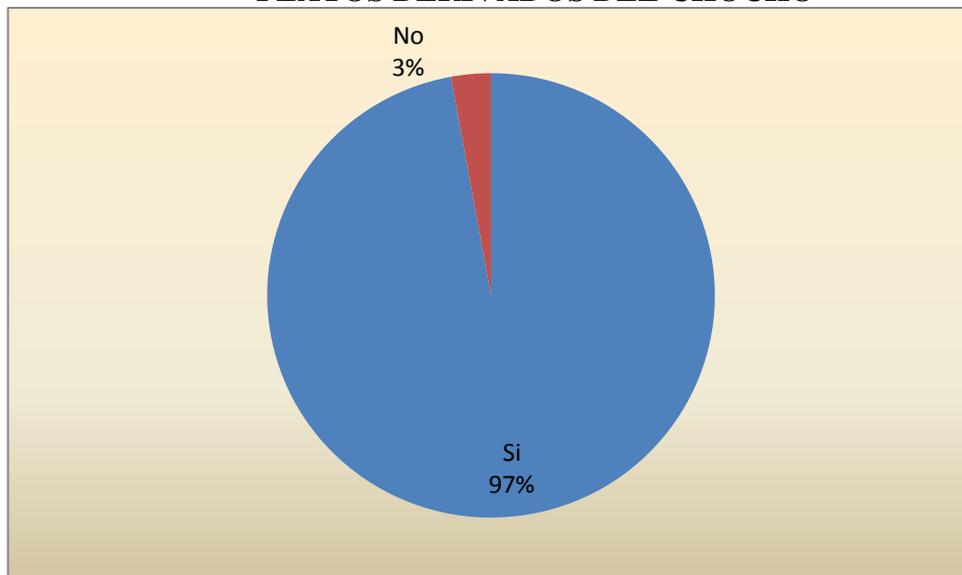
CUADRO N° 11
APOYO PARA LA CREACIÓN DE UN LUGAR QUE COMERCIALICE
PLATOS DERIVADOS DEL CHOCHO

	F	%
Si	372	97%
No	11	3%
TOTAL:	383	100%

Fuente: Diagnóstico

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 6
APOYO PARA LA CREACIÓN DE UN LUGAR QUE COMERCIALICE
PLATOS DERIVADOS DEL CHOCHO



ANÁLISIS: Un notable 91% de los encuestados apoyan la idea de que se cree un lugar donde comercialicen platos derivados del chocho, aduciendo que este producto es altamente nutritivo y que sería una nueva alternativa de alimentarse.

7.- ¿Cuál de estos productos desearía consumir si se implementa dicho lugar?

CUADRO N° 12
PRODUCTOS QUE DESEARIAN CONSUMIR

	F	%
Cevichocho	211	57%
Chochos con Tostado	4	1%
Ensalada de Chocho	75	20%
Cosas Finas	58	16%
Otros	24	6%
TOTAL:	372	100%

Fuente: Diagnóstico

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 7
PRODUCTOS QUE DESEARIAN CONSUMIR



ANÁLISIS: De las personas que respondieron estar de acuerdo con la creación de un lugar donde se expendan platos derivados del chocho al 57% les gustaría consumir Cevichocho, seguido con 20% que le gustaría que se haga variedad de ensaladas utilizando el chocho como ingrediente principal.

8.- ¿Por qué medios de comunicación o propaganda se enteró usted de la existencia de estos productos?

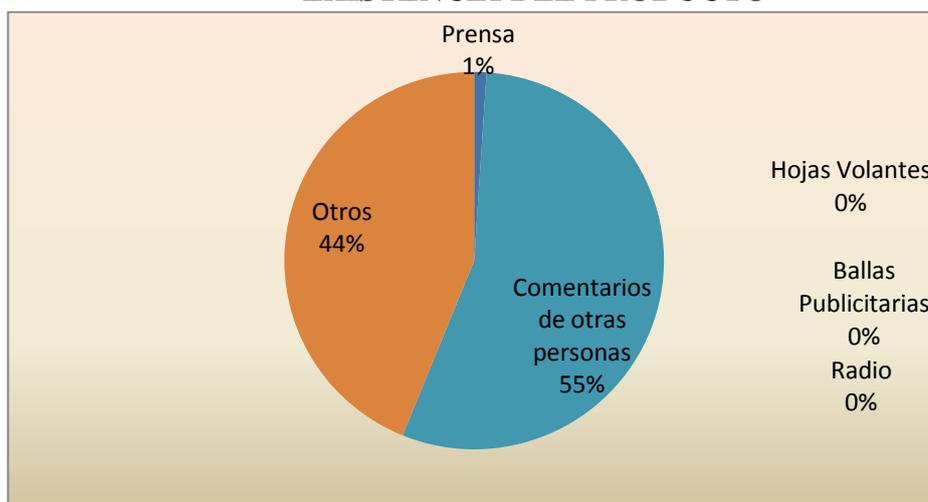
CUADRO N° 13
MEDIOS DE PRODUCCIÓN POR LOS QUE SE ENTERA DE LA
EXISTENCIA DEL PRODUCTO

	F	%
Prensa	4	1%
Radio	0	0%
Hojas Volantes	0	0%
Vallas Publicitarias	0	0%
Comentarios de otras personas	379	99%
Otros	0	0%
TOTAL:	383	100%

Fuente: Diagnóstico

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 8
MEDIOS DE PRODUCCIÓN POR LOS QUE SE ENTERA DE LA
EXISTENCIA DEL PRODUCTO



ANÁLISIS: Se puede identificar que para la comercialización de estos productos es muy baja la utilización la publicidad escrita, que por lo general para el consumo de estos productos el 55% de consumidores lo conocen por comentarios de otras personas o también supo manifestar un 44% que a simple vista se han dado cuenta de la existencia de estos productos.

9.- ¿Qué emisora es la que frecuentemente sintoniza?

CUADRO N° 14
EMISORA QUE FRECUENTEMENTE SINTONIZA

	F	%
R. América	94	25%
R. Canela	31	8%
R. Vocú	55	14%
R. La Mega	123	32%
R. Zónica	37	10%
Otros	43	11%
TOTAL:	383	100%

Fuente: Diagnóstico

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 9
EMISORA QUE FRECUENTEMENTE SINTONIZA



ANÁLISIS: El 32% de los encuestados que consumen algún producto derivado del chocho sintonizan Radio la Mega por lo que esta información será de mucha ayuda para hacer publicidad radial de la creación de la microempresa.

10.- ¿Qué diario lee con mayor frecuencia?

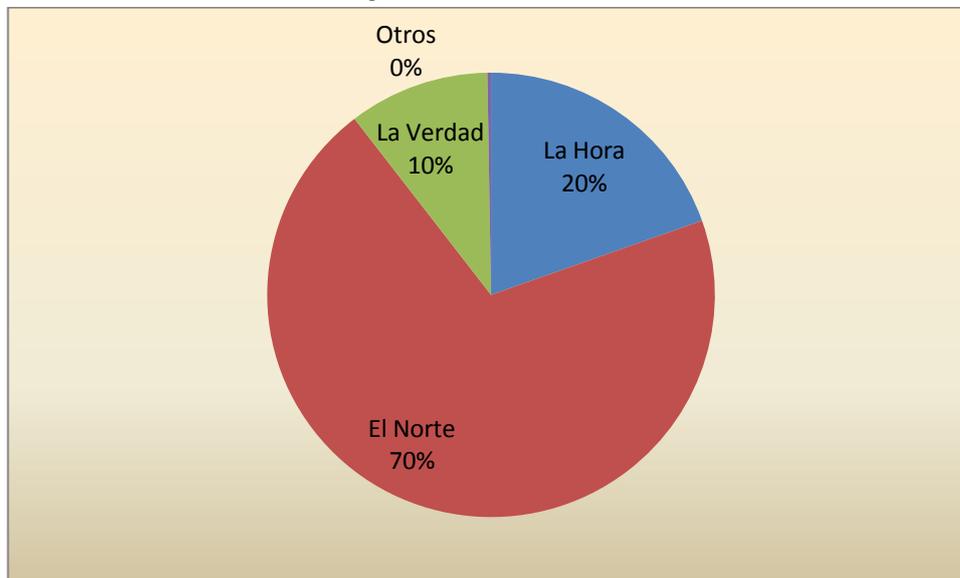
CUADRO N°15
DIARIO QUE SE LEE CON FRECUENCIA

	F	%
La Hora	75	20%
El Norte	268	70%
La Verdad	39	10%
Otros	1	0%
TOTAL:	383	100%

Fuente: Diagnóstico

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 10
DIARIO QUE SE LEE CON FRECUENCIA



ANÁLISIS: El gran parte de los encuestados lee o el Diario el Norte siendo un porcentaje muy considerable para tomar en cuenta en la publicidad de la creación de la microempresa.

RESULTADOS DE LA ENTREVISTA APLICADA A PEQUEÑOS COMERCIANTE DE PLATOS DERIVADOS DEL CHOCHO

1. ¿Qué requisitos necesita para fomentar este negocio?

Para poner en marcha este negocio se necesitó: la idea, capital económico de ser necesario buscar un socio, dentro de lo legal sacar la Patente municipal, Permiso de funcionamiento, Registro Único de Contribuyentes (RUC).

2. ¿Para emprender este negocio realizó usted algún financiamiento a alguna Institución financiera?

La mayor parte de comercializadores de este producto manifiesta que para emprender este tipo de negocios no es necesario tener una inversión alta, que hasta el momento no han realizado ningún tipo de créditos en instituciones financieras.

El lugar considerado como principal competencia que tiene un mini salón denominado “Cevichocho Light” supo manifestar que si ha realizado crédito para ir mejorando el salón con la finalidad de que el cliente se sienta mejor y recalco que para empezar este negocio lo hizo con capital económico propio de los socios.

3. ¿Desde cuándo desempeña esta actividad?

Del promedio de encuestados manifiestan que comercializan algún producto derivado del chocho desde hace cinco años a un año.

4. ¿Cuáles son las normas de salubridad que aplica usted?

Las normas de salubridad aplicadas por los pequeños comerciantes de este producto es: mantener el espacio que utilizan para esta actividad en buenas condiciones higiénicas a fin de que el cliente se sirva con confianza el producto, conservar los productos en lugares adecuados, mantener el aseo personal.

5. ¿Qué criterios tiene para la recepción de la materia prima e insumos?

Para la compra de la materia prima se toma en cuenta que el producto sea fresco, este bien conservado, adquirir solo lo necesario para la venta del día.

6. ¿Cuáles son las principales herramienta de trabajo e inmobiliario?

Como herramientas e inmobiliario consideran a: ollas, cucharas, cucharetas, cuchillos, envases de plástico, exprimidores, cocina, licuadora, bandejas o charoles, vitrina o coche, mesas, sillas, refrigerador.

7. ¿Cuál es el proceso de preparación de estos productos?

Según sea el caso de los pequeños comerciantes de platos derivados del chocho hay algunos que prefieren comprar el chocho listo para la preparación del platillo y hay otros que lo compran para des amargar el grano de chocho.

Proceso de des amargado del grano de chocho: Limpiar, lavar, cocinar y dejarlo reposar durante ocho días.

Preparación del ceviche de chocho: Hervir los chochos, botar el agua y dejar enfriar, encurtir las cebollas con sal y limón, dejar por 20 minutos y lavarlas con agua fría, exprimir las naranjas y los limones hasta obtener el zumo, pelar los tomates riñón y cortar en trozos pequeños o según el gusto cocinar el tomate riñón y hacer un jugo espeso, cocinar el cuero de chanco sazonar según el gusto y picar en trozos pequeños, mezclar el zumo de naranja con el del limón, agregar el jugo o trozos del tomate según el gusto y el aceite, poner en la mezcla sal y pimienta, añadir las cebollas encurtidas, el cilantro, los chochos, los trocitos de cuero de chanco poco antes de servir,. Se lo puede acompañar con una porción de tostado, canguil y chifles. La preparación de este producto tiene como finalidad conservar la esencia natural y nutritiva del producto.

8. ¿Cómo considera la competencia actual de la venta de este producto?

La competencia actual es fuerte ya que hoy en día es común ver covachas, vendedores ambulantes, pequeños lugares donde pueden comprar este tipo de producto.

9. ¿Cuál es el promedio de ventas diario en platos?

Las ventas diarias en platos derivados del chocho están por los 30 a 50 platos diarios a un valor de entre 0.50 a 1,25 ctvs. de dólar.

10. ¿Creé usted que éste negocio es rentable?

La rentabilidad que deja la venta de este producto no es alta pero si es buena ya que por lo general los clientes buscan algo nutritivo y de bajo precio.

11. ¿Qué estrategias aplica usted para llegar al cliente?

La mayoría de pequeños comerciantes de este producto aplican como estrategias brindar promociones y muy pocos utilizan la publicidad, afirman que el cliente por lo general se guía por el rotulo o a simple vista.

12. ¿Cuál es el promedio de edad de sus clientes?

La mayoría manifestó que el promedio de edad de sus clientes es de entre los 7 a 50 años de edad y que por lo general son estudiantes, amas de casa, empleados públicos y privados, en fin público en general ya que el consumo de este producto no es limitado para cierto género o edad.

1.10 MATRIZ AOOR (Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos)

En base al análisis de los resultados obtenidos en la evaluación de la información primaria se determina la influencia de cuatro aspectos fundamentales para el desarrollo del proyecto, estos son: Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.

Aliados

- La preparación de platos derivados del chocho no requieren de mucha experiencia y capacitación.
- Mano de obra disponible.
- Poder de negociación con los proveedores
- Facilidad de adquirir la materia prima e insumos.

Oponentes

- La política tributaria no favorece para el crecimiento del negocio.
- La crisis económica provoca una baja en la demanda de los productos.
- Competencia desleal
- Comida chatarra.

Oportunidades

- En la ciudad de Ibarra no existe un lugar especializado en comercializar platos derivados del chocho.
- Existe demanda de platos derivados del chocho.
- Políticas de estado para alentar el consumo de productos nativos.
- Inversión inicial no muy alta.

Riesgos

- La inflación y la inestabilidad política.
- Que la competencia incurriere en este negocio.
- Limitación de proveedores de materia prima en la ciudad.
- Aparecimiento de enfermedades por mal manejo del producto
- Aparición de productos sustitutos.

1.11 CRUCES ESTRATÉGICOS

AO (Aliados – Oportunidades)

- La preparación de platos derivados del chocho no requiere de mucha experiencia y capacitación para la creación de la microempresa.
- Para la preparación de los platos derivados del chocho existe mano de obra disponible que cubra la demanda
- Aprovechar la materia prima existente y establecer estrategias de comercialización directa productor – microempresa.

OO (Oponentes - Oportunidades)

- Aplicar un análisis de costos a fin de que la política tributaria no afecte la microempresa.
- Adoptar estrategias a fin de que la crisis económica no afecten la demanda existente.
- Establecer políticas con el fin de captar materia prima de calidad a costos equilibrados que no alteren el precio de venta al público.

AR (Aliados - Riesgos)

- Brindar un producto de calidad ya que el proceso de preparación no es complicado, ni permitir que la inflación ocasione inestabilidad en el precio del producto.
- Establecer un buen ambiente laboral con el recurso humano para que no se vea obligado de emplearse en la competencia
- Incentivar al productor de grano de chocho para que no abandone la producción, evitando escases del producto y la inestabilidad de precios.

OR (Oponentes - Riesgos)

- Mantener siempre al cliente satisfecho a fin de captar la fidelidad de los mismos para que las políticas tributarias y la inestabilidad política no alteren el funcionamiento de la microempresa
- Aplicar políticas de capacitación continua para el personal de la microempresa en pos de mejoramiento de competencias, a fin de lograr mayor competitividad.
- Analizar a la competencia la forma de proveerse la materia prima.

1.12 IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMA DIAGNÓSTICO

Del diagnóstico realizado, se puede identificar que existen pequeños comerciantes de platos derivados del chocho, que por lo general son comerciantes informales en la ciudad de Ibarra, los mismos que no han logrado una mayor reactivación e innovación en su producto, tanto en calidad, variedad y precios competitivos, por lo tanto no existe deseos de crecer en el mercado, esto ha provocado que el desarrollo no sea el esperado, en consecuencia la formación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos derivados del chocho es una oportunidad para crecer en forma sostenible a futuro y generar una rentabilidad adecuada.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 EL CHOCHO

Definición



Según el PERALTA, E; RIVERA, A; MURILLO, N (2010), pág. 8 en el Boletín Divulgativo 382 Programa Nacional de Leguminosas y Granos Andinos afirman que: “ el tarwi, chocho o lupino (Lupinus mutabilis) es una leguminosa originaria de los Andes de Perú, Bolivia y del Ecuador, alcanza una altura de 0.8 - 2.0 m. Se cultiva principalmente entre 2000 -3800 m sobre el nivel del mar, en climas templado-fríos. Los granos vienen dentro de vainas, es muy parecido a la arveja y se lo conoce también como chuchis muti. Contienen alcaloides amargos que impiden su consumo directo”.

Características

CARACTERÍSTICAS MORFOLÓGICAS	CHOCHO
- Habito de crecimiento	Erecto
- Numero de ramificaciones por planta	12
- Color del botón floral	Azul
- Color del estandarte	Azul, blanco, amarillo
- Color de alas de la flor	Azul
- Vigor y Carga	8
- Número de flores por eje central	38
- Color de grana seco	Blanco
- Color de grano cocinado	Crema
- Pubescencia de la vaina	Abundante
- Tamaño de grano seco de la vaina	Mediano
- Tipo de grano	Liso
- Altura de planta promedio (cm)	124.9
- Largo de la vaina promedio (cm)	8.66
- Forma de la vaina	Planta
- Forma del grano	Oval Aplanada
- Acame del tallo por el viento	Tolerante
CARACTERÍSTICAS AGRONÓMICAS	
- Días a la floración	80
- Días a la cosecha en seco	171
- Peso de 100 semillas secas (g)	27.82
- Número de vaina por racimo principal	10
- Número de vainas por planta	28
- Número de granos por vaina	5
- Rango de rendimiento en seco kg/ha	834 -1900
- Promedio de rendimiento en seco kg/ha	1398
- Adaptación (m.s.n.m)	220 -3600

CARACTERÍSTICAS NUTRITIVAS	
- Proteína %	42.7
- Fibra %	9.4
- Grasa %	26.7
- Calcio %	0.11
- Hierro (ppm)	53
- Zinc (ppm)	39

Fuente: INIAP 2010 Boletín 368 Productos Andinos

Requerimientos Climáticos

- El tarwi se cultiva en áreas moderadamente frías, aunque existen cultivos hasta los 3800 m.
- Durante la formación de granos, después de la primera y segunda floración, el tarwi es tolerante a las heladas. Al inicio de la ramificación es algo tolerante, pero susceptible durante la fase de formación del eje floral.
- Los requerimientos de humedad son variables dependiendo de los eco tipos; sin embargo, y debido a que el tarwi se cultiva sobre todo bajo seco, oscilan entre 400 a 800 mm. La planta es susceptible a sequías durante la formación de flores y frutos, afectando seriamente la producción.

Preparación del Suelo

Según datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) manifiesta que para la producción de chocho el suelo debe estar:

- Rastrado y surcado
- Arado, cruza y surcado
- Labranza mínima o reducida, haciendo hoyos.

El chocho se da en suelo Franco Arenoso o arenoso, con buen drenaje, en el Ecuador la zona de cultivo de este producto se da en las provincias de la Sierra,

Centro Norte ya que cuentan con una altitud de 2800 a 3500 m, con clima lluvia 300mm de precipitación en el ciclo, temperatura de 7 a 14 °C. el ciclo de cultivo es de 180 a 240 días. La variedad existente en el Ecuador es el Andino INIAP 450.

Rotación de cultivos

Es recomendable rotar con cereales como cebada, trigo, quinua, maíz, hortalizas, tubérculos o papa para evitar pudriciones de la raíz causada por hongos del suelo, reducir las plagas mantener la fertilidad del suelo.

Siembra

- Sistema y densidad: Unicultivos y policultivos
- Manual y con máquinas
- Distancia entre surcos 60 – 80 cm entre sitios de 30 cm, semillas por sitio 3 por golpe, cantidad de semilla 53 a 40 kg/h.

Fertilización

Se basa en función a los resultados de análisis de suelos. Una recomendación general: es aplicar de 65 – 130 kg/ha de 18-46-00, aplicación foliar con 2 kg/ha de libre –BMX a la floración. No es recomendable aplicar abonos foliares que contengan nitrógeno.

En los suelos francos, especialmente después de papas, no es recomendable fertilizar.

Abonamiento

Si el contenido de materia orgánica en el suelo es menor al 2%, se recomienda aplicar 4 toneladas por hectárea; preferentemente de cuy.

Control de Malezas

Se recomienda realizar aplicaciones de pesticidas cuando se haya comprobado la presencia de enfermedades o plagas en niveles que puedan causar daño económico, siempre con criterio técnico y teniendo en cuenta las precauciones de uso seguro de plaguicidas.

Una deshierba o un aporque o con tractor, entre los 45 – 60 días, se elimina la competencia de malezas, contribuyendo a la aireación del suelo y evita el volcamiento de las plantas.

Plagas y Enfermedades

Se recomienda utilizar pesticidas solamente cuando el nivel de las plagas puede causar daño al cultivo.

Entre las enfermedades más conocidas:

- Antracnosis
- Roya
- Cercospora
- Mancha anular
- Ascochila

Riego

El chocho es una especie que tolera la escasez de agua, pero es importante que exista humedad a la siembra para una buena germinación y emergencia de plántulas, a la floración y llenado de vainas por lo que el requerimiento mínimo de 3000mm de lluvia durante el ciclo del cultivo.

Cosecha y Trilla

- *Grano Comercial:* se recomienda arrancar las plantas exponerlas al sol para conseguir secado uniforme de talos y vainas. También se puede cortar únicamente los racimos de vaina usando una hoz o manualmente cuando presentan una coloración amarillo- café y estén completamente secas. La trilla puede ser manual con varas (pequeñas cosechas) o con trilladoras mecánicas.
- *Semilla:* es recomendable seleccionar plantas sanas en competencia completa, que presenten buena arquitectura y sanidad o eliminar las plantas con enfermedades posibles en el surco o lotes para semilla.

Los ejes centrales deben ser cosechados por separados. La trilla se puede realizar en forma manual, con varas o mecánicas, utilizando trilladoras estacionarias de leguminosas o cereales.

La limpieza de grano o semilla se puede realizar con zaranda manuales o con maquinas clasificadoras de semilla.

Almacenamiento

- Utilizar bodegas con ventilación (secas), libre de insectos. El grano debe tener una humedad inferior 13%.
- La semilla con 13% de humedad debe ser almacenada en ambiente fresco y seco.

Uso e Importancia



Este vegetal da lugar a infinidad de preparaciones en la Gastronomía del Ecuador, especialmente como sancochado o cremas. En tiempos prehispánicos era parte importante de la dieta. De acuerdo a Santiago Antúnez de Mayolo, el chocho representaba el 5 % de la dieta incaica. Asimismo, proveía de abundante proteína a la población.

En fresco, se puede utilizar en guisos, en purés, en salsas, cebiche serrano, sopas (crema de chocho); guisos (pepián), postres (mazamoras con naranja) y refrescos (jugo de papaya con harina de chocho).

Se considera apropiado para los niños en etapa de crecimiento, mujeres embarazadas, o que dan de lactar. Combinando con cereales como la quinua, amaranto, es capaz de reunir las cualidades de la leche, la carne, el queso y el huevo. Industrialmente la harina de chocho que se usa hasta el 15% en la panificación, por la ventaja de mejorar considerablemente el valor proteico y calórico del producto.

- En la alimentación se utiliza desamargada, en guisos, en purés en salsa, ceviche serrano, sopa de chocho, guisos (pepian).

- Medicinal se emplean para controlar ectoparásitos y parásitos intestinales de los animales.
- Agronómica en estado de floración la planta se incorpora a la tierra como abono verde, con buenos resultados mejorando la cantidad de materia orgánica, estructura y retención de humedad del suelo. Como combustible casero los residuos de la cosecha (tallos secos) se usan como combustible por su gran cantidad de celulosa que proporciona un buen poder calórico.

A nivel del hogar, tanto en áreas urbanas como rurales, es muy frecuente realizar combinaciones de alimentos que dan mezclas adecuadas por la complementación de su contenido en aminoácidos. Los granos andinos se prestan ventajosamente para realizar mezclas con leguminosas o cereales. La digestión y absorción de la proteína de los granos enteros es muy difícil para los niños menores de 2 años, incluso cuando han sido sometidos a la cocción. La digestibilidad mejora notablemente con su ingestión en forma de harinas, en papillas o bebidas.

El valor nutritivo de los tubérculos andinos es semejante al de la papa; algunas variedades de oca e isaño pueden contener apreciables cantidades de hierro y retinol.

Platos derivados del Chocho

La gastronomía del Ecuador es muy diversa, existe la preparación de platos derivados del chocho en diferentes presentaciones, como son:

Ceviche de chocho

- Salsa de chocho
- Salsa de ají con chochos
- Ensalada de col con chocho
- Pizza de chocho
- Locro de papas con chocho

Estos platillos son preparados en diferentes hogares nuestro país.

2.2 LA MICROEMPRESA

Definición de la Microempresa

CANTOS, Enriqueta; 2006, pàg. 24, en su libro de Diseño y Gestión de Microempresas establece: “Entiéndase por microempresa la unidad económica operada por persona naturales, jurídica o de hecho, formales o informales.”

CALVA, Alberto; 2007, pág. 18 en su folleto de Bases para la Creación de la Microempresas asevera que: “Una microempresa es la organización económica de carácter civil, compuesta por recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos, destinados a desarrollar actividades de producción, comercio, servicio, con la finalidad de obtener beneficios económicos y de realización persona. Su capital no supera los US \$30000 y el número de trabajadores no sobrepasa los 10. Aplican la autogestión y tienen gran capacidad de adaptarse al medio”.

Definiendo los conceptos anteriores se podría decir que una microempresa está formada por personas ya sea natural o jurídica la misma que puede desempeñar actividades de producción, comercio, servicios, compuesta de recursos humano, materiales, financieros y tecnológicos, mismos que se combinan para lograr bienes lucrativos, consta de un capital limitado y su número de empleados es mínimo.

Origen de la Microempresa en el Ecuador

Uno de los principales problemas en el Ecuador es el de la pobreza y constituye un reto importante que debe afrontarse. Según datos de los estudios realizados por el Banco Mundial “Agenda para el desarrollo social y económico del Ecuador”, en 1998 el país acusaba uno de los más altos índices de pobreza a nivel de América

Latina; así el 56% de las familias contaban con ingresos que no les permitían acceder a la “canasta familiar” de bienes y servicios básicos, de donde un 20% de este grupo se encontraba en condiciones de pobreza crítica o indigencia.

Esta situación no ha cambiado mayormente, por lo que en el 2002, según datos del Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE), se identifica que el 69% estaba bajo línea de pobreza. Esto ha provocado un incremento en la migración de ecuatorianos hacia el extranjero en busca de mejores condiciones de vida, pero fundamentalmente de oportunidades de trabajo, debido al alto grado de desempleo a nivel del sector urbano y rural.

Además, según el informe de Naciones Unidas sobre el nivel de cumplimiento de las metas del milenio se constata que en Latinoamérica, se vive con menos de 1 dólar al día, situación que prácticamente se ha mantenido desde 1990.

Por otro lado y a pesar del apoyo prestado por organizaciones no gubernamentales (ONG's) para superar la pobreza, son muy pocos los logros obtenidos, ya que en la mayoría de los casos no se ha contado con el apoyo suficiente del Estado

En consecuencia, es necesario cambiar la forma de ver el problema de la pobreza, donde los pobres no sean considerados como entes pasivos que, “esperan ayuda”, es decir, dejar de pensar en ellos como víctimas y comenzar a verlos a ellos como emprendedores creativos y consumidores valiosos. Por lo tanto, ellos podrían ser considerados no solo como consumidores sino también proveedores o socios comerciales.

Ante esta situación, es responsabilidad del Gobierno Ecuatoriano implementar urgentemente las acciones necesarias de orden político y socio-económico para superar la pobreza y de esta manera hacer sostenible el crecimiento de la economía nacional en el tiempo. Por eso, el fomento e impulso de las actividades productivas a través de la conformación de microempresas, lograrían el incremento del empleo y por ende los ingresos económicos, contribuyendo a la disminución de la pobreza que nos agobia.

Por ello es importante considerar, que la microempresa como instrumento debe gestionarse correctamente, para lo cual quienes incursionen en su aplicación deberán contar con ciertas habilidades y destrezas, además de lograr los recursos necesarios para lograr los fines previstos.

Según la Organización Mundial de Turismo, los aspectos que pueden tener en cuenta para favorecer la implementación de las microempresa en la lucha contra la pobreza son:

- Generación de empleo en las microempresas.
- Suministro de productos o servicios a otras empresas.
- Venta directa de productos o servicios directamente a los clientes.
- Creación y gestión de microempresas.
- Marco legal (leyes y reglamentos) en beneficio de los microempresarios más pobres.
- Iniciativas del sector privado.
- Inversiones del sector público para la dotación de servicios de infraestructura básica en beneficio de los más pobres.

Creación de una Microempresa

Para crear una microempresa hay varios factores que tomar en cuenta, estos son algunos puntos a considerar:

- Generar la idea para descubrir una necesidad.
- Nombre o razón social. El nombre lo escogen los socios, mismo que deberá ser escogido con criterio ya que servirá como un atractivo adicional para las ventas.
- Existencia de alguna normativa o legislación que imponga algún tipo de requisitos o impedimentos al desarrollo de dicha actividad.
- Buscar alguna institución que sirva de apoyo o que pueda asesorar, capacitar, financiar.

- Las condiciones socioeconómicas del lugar donde se instale la microempresa influirán en la actividad (población activa, desocupados, tipos de interés, nivel de precios, costo de vida, apoyo general, infraestructura).
- Evaluación de la demanda y la eventual clientela, es decir, detectar una necesidad en el mercado o una necesidad en el micro emprendimiento puede satisfacer con mejor calidad, menor precio, mayor disponibilidad, entre otros.
- Evaluar si lo que se va a ofrecer (producto o servicio) es competitivo.
- Identificar a los proveedores del producto.
- Considerar los recursos humanos necesarios para desarrollar la actividad.
- Fijar el precio del producto y distribución del mismo.
- Diseñar el plan económico y financiero que deberá reflejar la inversión inicial prevista, que consiste en delimitar todas las necesidades para comenzar la actividad como son: inmuebles, alquileres, maquinaria, mobiliario, material de oficina, suministros, materia prima, impuestos, entre otros.
- Tener la documentación en regla para el buen funcionamiento de la microempresa como: Registro Único de Contribuyentes, Patente Municipal, Certificado de Salud, Permiso Sanitario de Funcionamiento.

Objetivos de la Microempresa

- Mejorar los niveles de quienes integran la microempresa.
- Aumentar la productividad de los puestos de trabajo, los ingresos, la capacidad de ahorro e inversión.
- Elevar la contribución de la microempresa al producto nacional.
- Fortalecer la organización de la microempresa.
- Facilitar su acceso al crédito para el capital de trabajo e inversión.
- Promover el desarrollo y el crecimiento de la microempresa mediante el apoyo y capacitación del mismo.

Características de la Microempresa

La microempresa reúne adicionalmente las siguientes características:

- El propietario o propietarios de la empresa laboran en la misma.
- El número total de trabajadores y empleados no excede de diez (10) personas.
- El valor total anual de las ventas no excede de doce (12) Unidades Impositivas tributarias.

Ventajas de la Microempresa

- Sencillez, cuando el propietario o director de la microempresa resuelve los problemas, la capacidad de decisión equivale a todo un consejo administrativo.
- Flexibilidad, las decisiones son mucho más recíprocas que la microempresa.
- Relaciones directas entre el dueño de la microempresa con sus trabajadores y/o clientes para un mejor entendimiento.
- Permite mayor libertad de acción.
- Existe mayor facilidad para su manejo.

Desventajas

Ámbito personal

- Defectos de personalidad del empresario.
- No tener un control adecuado sobre sus gastos.
- Aplicación innecesaria o imprudente del crédito.
- Falta de servicios y apoyo financiero.
- Ausencia de capacitación y asistencia técnica.

En cuanto a su tamaño

- Dificultad para alcanzar nuevos productos.
- Dimensiones económicas de la microempresa.
- Limitaciones de obtener descuentos.

Clasificación de las microempresas

Según la Dirección de Microempresas y Artesanías del Ministerio de Industrias, Comercio, Integración, Pesca y Competitividad, MICIP, las actividades que desarrollan las microempresas pueden ser:

- **Producción:** son aquellas que transforman materias primas en productos elaborados, dentro de esta actividad se encuentra la elaboración de artesanías cuya actividad del MICIP se regula a la ley de fomento Artesanal. Las microempresas de producción son las más importantes ya que son las que generan empleo productivo.
- **Comercio:** son los que tienen como actividad la compra venta de productos elaborados. Su actividad se reduce a la venta de productos elaborados por las empresas de producción.
- **Servicios:** la cualidad de estas microempresas es el hecho de ser inmateriales, es decir de consumo inmediato, es una acción que busca llenar o satisfacer una necesidad.

Surgimiento de una Microempresa

Para que surja un verdadero microemprendimiento la idea es el pilar básico en su creación, en ocasiones es el aspecto más difícil de determinar, ya que para gestar una idea es fundamental observar el entorno, para descubrir una necesidad no cubierta en el mercado. Se trata también de conocer el sector que interesa en el que posteriormente vamos a adentrarnos detectando una oportunidad para el microemprendimiento, en un nicho de mercado como se le conoce o llama técnicamente.

La Contabilidad en la Microempresa

Las microempresas al momento de iniciar sus actividades lo hacen con el objetivo de conseguir el mayor rendimiento de su inversión, más aun si se han recurrido al

financiamiento del capital para poner en marcha el negocio, es por ello que buscan obtener ingresos que les garantice el pago oportuno del servicio de la deuda.

Con esto podemos decir que los pequeños negocios mientras más se desarrollan, necesitan de mayor capital haciéndose una adecuada y eficaz dirección financiera.

Resultado de mucha importancia conocer las necesidades reales por lo que el propietario de la misma deberá tener conocimiento cabal de sus operaciones y lo conseguirá a través de un efectivo manejo contable, que significa tener información sobre el volumen de ingresos y gastos, el dinero disponible, las obligaciones de pago, el activo realizable, el capital propio y ajeno, porcentajes del rendimiento de la inversión. Una vez obtenida esta información podrá controlar sus cobros y pagos, sus gastos e ingresos y tomar decisiones oportunas con respecto a la buena marcha de la empresa.

La contabilidad es una ciencia especializada en las actividades económicas, financieras y administrativas de cualquier negocio, la cual se sustenta en Normas Técnicas, Principios Contables y Disposiciones Legales. Esta ciencia permite a los directivos de la empresa, informar e interpretar la situación económica y operacional de la empresa.

2.3 PROYECTO DE FACTIBILIDAD

Definición

Para BACA, Gabriel; 2010, pág. 8 de su libro Evaluación de Proyectos manifiesta: “Es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana.”

Según KLASTORIN, Ted (2006) en su libro Administración de Proyectos afirma: “Es una iniciativa temporal que se pone en marcha para crear un producto o servicio único.”

Los Proyectos de Factibilidad se refieren a que se va a encontrar la mejor alternativa al problema planteado a fin de cubrir los objetivos y metas señalados mediante la optimización de los recursos a fin de ofrecer un producto o servicio único o con algún valor agregado a los productos ya existentes.

Por qué se Invierte y por qué son Necesarios los Proyectos

Día a día y en cualquier sitio que nos encontremos, siempre hay a la mano una serie de productos o servicios proporcionados por el hombre: desde la ropa que vestimos hasta los alimentos procesados que consumimos y las modernas computadoras que apoyan el gran trabajo del ser humano. Todos y cada uno de estos bienes y servicios, antes de su venta comercial, fueron evaluados desde varios puntos de vista siempre con el objetivo final de satisfacer una necesidad humana. Después de ello alguien tomó la decisión de producirlo en masa, para lo cual tuvo que realizar una inversión económica.

Por tanto siempre que exista una necesidad humana de un bien o servicio habrá siempre necesidad de invertir, hacerlo es la única forma de producir dicho bien o servicio. Es claro que la inversión no se hace solo porque alguien desea producir determinado artículo o piensa que al producirlo ganará dinero. En la actualidad una inversión inteligente requiere una base que la justifique. Dicha base es precisamente un proyecto estructurado y evaluado que indique la pauta a seguir. De ahí se deriva la necesidad de elaborar proyectos.

Decisión sobre un proyecto

Para BACA, Gabriel; la decisión sobre un proyecto es:

- Para tomar una decisión sobre un proyecto es necesario someterlo al análisis multidisciplinario de diferentes especialistas.
- Una decisión de este tipo no puede ser tomada por una sola persona con un enfoque limitado, o ser analizada desde el punto de vista.
- Aunque no se pueda hablar de una metodología estricta que guíe la toma de decisiones sobre un proyecto, debido a la gran diversidad de proyectos y a sus diferentes aplicaciones, si es posible afirmar categóricamente que una decisión siempre debe estar fundada en el análisis de un sinnúmero de antecedentes con la aplicación de una metodología lógica que abarque la consideración de todos los factores que participan y afecten al proyecto.

El realizar un análisis lo más completo posible, no implica que, al invertir el dinero estará exento de riesgos. El futuro siempre es incierto y por esta razón el dinero siempre se arriesgará. El hecho de calcular unas ganancias futuras, a pesar de realizar un análisis profundo, no garantiza que esas utilidades se ganen, tal como se calculó, en los cálculos no están incluidos los factores fortuitos como huelgas, incendios, derrumbes, entre otros., simplemente porque no son predecibles y no es posible asegurar que en una empresa de nueva creación o cualquier otra, estará a salvo de factores fortuitos. Estos factores también provienen del ámbito económico o político, como es el caso de las drásticas devaluaciones monetarias, la atonía económica, los golpes de estado u otros acontecimientos que afectan gravemente la rentabilidad y la estabilidad e la empresa.

Por estas razones la toma de la decisión acerca de invertir en determinado proyecto siempre debe recaer en grupos multidisciplinarios que cuenten con la mayor parte de información posible, no en una sola persona ni en el análisis de

datos parciales. A toda actividad encaminada a tomar una decisión de inversión sobre un proyecto se le llama **evaluación de proyectos**.

Objetivos del Estudio de Factibilidad

En las empresas se cuenta con una serie de objetivos que determinan la posibilidad de factibilidad de un proyecto sin ser limitativos. Para algunos autores los objetivos del estudio de factibilidad son los siguientes:

- Conocer la viabilidad de implementar un proyecto de inversión, definiendo al mismo tiempo los principales elementos del proyecto.
- Auxiliar a una organización a lograr sus objetivos.
- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas de la empresa.
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- Aceleración en la recopilación de datos.
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de tareas.
- Automatización óptima de procedimientos manuales.

Fuentes de Financiamiento de un Proyecto

Este estudio persigue identificar las fuentes de capital en el momento de invertir. Se identifican así dos fuentes:

- Fuentes Internas

Cuando por ejemplo se tiene la planta construida dando resultados económicos favorables, en este sentido lo que la empresa se plantea es:

- *Utilizar el Instrumento Emisión de Bonos:* Son papeles que la empresa emite por determinado valor para la venta y capta capital. Los acreedores de bono no son accionistas.
- *Emisión de Acciones:* Son papeles por medio de los cuales la empresa obtiene dinero y es dueño de un determinado y de las acciones y tiene derecho al beneficio del financiamiento. El costo lo constituyen el costo de los intereses que debe pagar por el uso del dinero.
- *Dividendos:* Son las ganancias que deben existir entre las diferencias de los ingresos y egresos, cuando estos dividendos existen se deben tomar las decisiones de qué hacer con ellos: Por ejemplo: Se puede revertir, repartir entre accionistas, se pueden determinar o definir una parte para capital de trabajo.

Las Fuentes Internas: Es cuando ya se tiene la planta construida, y en este sentido lo que se va utilizar de ella son las utilidades no repartidas, porque de las ganancias que se tengan del grupo de los accionistas lo que se hace es redistribuir para el reordenamiento de la planta.

De los resultados de las Fuentes Internas lo que se pretende es invertir en activos dentro de la misma planta.

- Fuentes Externas

En este orden se encuentran las Instituciones Financieras Públicas, ONG`s, proporcionando facilidades de préstamos a los inversionistas. Los préstamos se asumen a:

- Corto Plazo: (1 año),
- Mediano Plazo (1 a 10 años)
- Largo Plazo (más de 10 años).

2.4 ESTUDIO DE MERCADO

Definición

Según KOTLER, Philip; 2008, pág. 127, En su libro. Principios de Marketing manifiesta “Es la información que se usa para identificar y definir oportunidades y problemas de mercado, para generar, afinar y evaluar actos de mercadotecnia, para vigilar la actuación de esta función y para perfeccionar la comprensión del proceso mercadotécnico”.

Tomando como referencia el concepto emitido por el autor citado el estudio de mercado corresponde a cualificar y cuantificar consumidores y ofertantes de productos o servicios a un precio determinado, este análisis direccionara el estudio para determinar si existe o no oportunidad de poner en marcha una microempresa con un producto determinada, claro está que primeramente se deberá plantear un pronóstico de ventas acorde a la capacidad operativa y administrativa de la unidad productiva.

Mercado meta

FERNÁNDEZ, Ricardo; 2007, pág. 30, en su obra Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia expresa: “es el conjunto de personas hacia quienes van dirigidos todos los esfuerzos de mercadotecnia, es decir, el que cumple con todas las características del segmento de mercado”.

El mercado meta es el grupo de consumidores o demandantes que poseen o tienen un perfil de consumidor homogéneo o de iguales características los cuales demandan bienes para satisfacer necesidades y expectativas, estos forman parte de un universo de consumidores de distintas necesidades.

Demanda

NÚÑEZ, Rafael, 2007, pág. 27 en su obra Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión, manifiesta: “la demanda es la cantidad de productos o servicios que se requiere o solicita en el mercado con el fin de satisfacer una necesidad específica a un precio determinado”.

Tomando en consideración el concepto anterior se puede decir que la demanda es una variable de estudio de mercado la cual puede ser cualificada y cuantificada por la necesidad de adquirir algún tipo de producto o servicio, para cuantificarla se necesita recabar información utilizando técnicas como la encuesta, entrevista, sondeos, focus group entre otras, estos datos servirán para diseñar un plan de producción o ventas.

Oferta

ParaBACA, Gabriel; 2006, pàg. 48, en su libro Evaluación de Proyectos define que: “Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.

La oferta son los productos o servicios que se encuentran disponibles en el mercado los cuales buscan satisfacer necesidades específicas a un precio determinado, cuantificar la oferta es importante para el desarrollo de un plan para contrarrestar la sobreproducción o el ingreso al mercado ya que esta se convierte en competencia a un producto de iguales características.

Las cuatro P

- Producto

CORDOBA, Marcial; 2006, pág. 157, en su obra Formulación y Evaluación de Proyectos Manifiesta: “La idea de que los

consumidores prefieren los productos que ofrecen la mejor calidad, desempeño y características, y de que por tanto la organización debe dedicar su energía a mejorar continuamente sus productos”.

Producto: el adecuado para la meta

El campo del producto se ocupa de la creación del “producto” adecuado para el mercado meta. Lo importante que debe recordarse es que el bien debería satisfacer algunas de las necesidades de los clientes.

Precio

CORDOBA, Marcial; 2006, pág. 173, en el libro Formulación y Evaluación de Proyectos expresa que: “El precio es el regulador entre la oferta y la demanda a excepción de cuando existe protección (aranceles impuestos).

Precio: debe ser correcto.

Al fijarlo, deben tener en cuenta la clase de competencia que se da en el mercado y el costo de toda la mezcla comercial.

Es importante destacar que escoger un mercado meta y elaborar una mezcla comercial son tareas interrelacionadas, las dos deben decidirse juntas. Además se considera que la forma de presentación del producto es importante para atraer clientela, porque es la primera impresión que recibe el cliente.

Plaza

Según MONTAÑO; Francisco, 2005, pág. 103, en su libro Mercadotecnia, Investigación y Análisis para el éxito, denomina que: “Son unidades de la organización, que pueden ser internos, como la fuerza de ventas propia; y externos como mayoristas, minoristas, detallistas, distribuidores, para acercar el producto al mercado”.

Plaza: alcanzar la meta

La plaza hace hincapié en obtener el producto “adecuado” para la plaza del mercado meta.

Toda vez que el producto comprenda un bien físico, el planteamiento de la plaza incluye decisiones sobre la distribución física (Transporte).

Promoción

FERNÁNDEZ, Ricardo; 2007, pág. 59, en su obra Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia expresa: “es una herramienta de mercadotecnia diseñada para persuadir, estimular, informar y recordar al consumidor sobre la existencia de un producto o servicio, por medio de un proceso de comunicación, así como de ventas y de imagen de la empresa en un tiempo y lugar determinados”.

Promoción: información y venta al cliente.

Se refiere a informar al mercado meta respecto del producto “adecuado”. La promoción comprende:

- Venta personal, implica comunicación hablada directa entre vendedores y clientes en potencia.
- Venta masiva, comunicarse con gran cantidad de clientes al mismo tiempo. La forma principal es la **publicidad**.

2.5 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

Macrolocalización

JÁCOME, Walter; 2005, pág. 133 Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, manifiesta que la macrolocalización se refiere a: “determinar el lugar geográfico más adecuado para la implantación del proyecto. Determina en forma clara la región, provincia, cantón; es importante establecer las coordenadas geográficas con el fin de mejorar la precisión del proyecto con lo cual se tiene una localización muy confiable”.

La macrolocalización es la parte de la localización óptima del proyecto, en otras palabras la ubicación general de la actividad productiva la cual describe la posición geográfica en lo que se refiere a país, provincia, cantón.

Microlocalización

JÁCOME, Walter; 2005, pág. 133 Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, dice

que: “Microlocalización de un proyecto consiste el determinar las condiciones específicas que influyan con éxito en la implantación del proyecto tomando en cuenta factores determinantes como son: transporte, dirección, costo de terrenos, cercanía a carreteras, materia prima, disponibilidad de servicios entre las más importantes”.

Tomando como base lo enunciado por el autor la microlocalización es la ubicación específica del proyecto, para esto se necesita definir los factores que influyen en dicha ubicación, aplicando una matriz y emitiendo valores de ponderados a cada factor se puede definir la localización en una forma técnica, donde se puede trabajar minimizando costos y maximizando utilidades.

2.6 ESTADOS FINANCIEROS

Balance general

ROMERO, Javier; 2006, pàg. 257, en su Obra Principios de Contabilidad manifiesta: “es un estado financiero que muestra los recursos de que dispone la entidad para la realización de sus fines (activo) y las fuentes externas e internas de dichos recursos (pasivo más capital contable), a una fecha determinada”.

El balance general es la representación de activos y pasivos lo cual ayuda a determinar la posición financiera de la organización este balance es importante en el análisis de proyectos para poder establecer como inicia la actividad productiva en cuanto a los activos y pasivos y servirá para la toma oportuna de decisiones.

Balance de resultados

ORTIZ, Alberto; 2005, pàgns.29 y 30, en su obra Gerencia Financiera y Diagnóstico Estratégico, enuncia que: “Representa un componente del sistema de información financiera que refleja el dinamismo de la actividad empresarial durante un periodo, al contener la expresión monetaria de las realizaciones asociadas con el ejercicio comercial”.

Tomando en consideración el concepto del autor se puede afirmar que este balance permite establecer la utilidad neta del proyecto ya que en su primera fase contrasta ingresos y egresos obteniendo la utilidad bruta para posteriormente deducir las erogaciones fiscales y finalmente obtener la utilidad neta, como también es una base para la aplicación de evaluadores operativos financieros.

Estado de flujo de caja

Según ZAPATA, Pedro; 2008, pág. 423, en su libro Contabilidad General, manifiesta que: “es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero , así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura”.

Partiendo de la definición anterior emitida por Zapata el flujo de caja establece la dinámica del dinero en efectivo en la organización es decir las entradas y salidas que tiene la organización por la actividad cuyos datos permiten plantear si existe la posibilidad de contar con dinero para la actividad o si se necesita financiamiento externo.

2.7 Valoración Financiera del Proyecto

La evaluación de proyectos por medio de métodos matemáticos- Financieros es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo. Las técnicas de evaluación económica son herramientas de uso general. Lo mismo puede aplicarse a inversiones industriales, de hotelería, de servicios, que a inversiones en informática. El valor presente neto y la tasa interna de rendimiento se mencionan juntos porque en realidad es el mismo método, sólo que sus resultados se expresan de manera distinta. Recuérdese que la tasa interna de rendimiento es el interés que hace el valor presente igual a cero, lo cual confirma la idea anterior.

Valor Presente Neto

HOUSTON Joel; 2007, pág. 113, de su libro Evaluación de Proyectos manifiesta: “Método de clasificar las propuestas de inversión usando el valor presente neto, el cual equivale al valor presente de los futuros flujos netos de efectivo, descontado al costo del capital”.

Es el valor presente neto es la diferencia entre el valor presente de todos los flujos positivos de efectivo futuros menos el valor presente de todos los flujos negativos de efectivo actuales y futuros. Aceptar cualquier proyecto con un valor presente de flujos de efectivo futuros que excedan la inversión inicial.

Su fórmula es la siguiente:

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

Cuando se utiliza el valor presente neto para decisiones de aceptación y rechazo, los criterios son los siguientes:

- Si el valor presente neto es mayor que 0, se acepta el proyecto.
- Si el valor presente neto es menor que 0, se rechaza el proyecto.
- Si el valor presente neto es mayor que cero, la empresa ganará un rendimiento mayor y su costo de capital. Tal acción debe mejorar el valor de mercado de la empresa y, por lo tanto, la riqueza de sus propietarios.

Tasa Interna de Rendimiento

GITMAN, Laurence; 2007, pág. 78, de su libro Principios de Administración Financiera manifiesta: “Técnica compleja del presupuesto de capital; la tasa de descuento que iguala el VPN de una oportunidad de inversión a cero dólares (debido a que el valor presente de las entradas de efectivo es igual a la inversión inicial; es la tasa de rendimiento anual compuesta que la empresa ganará si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas”.

La tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de la única tasa de rendimiento por periodo con el cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual y su fórmula es la siguiente:

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

Cuando se utiliza la tasa interna de retorno para tomar decisiones de aceptación y rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

Estos criterios garantizan que la empresa ganará al menos el rendimiento requerido tal resultado debe mejorar el valor del mercado de la empresa y por lo tanto la riqueza de sus propietarios.

Período de Recuperación de la Inversión

Los autores SAPAG, Nassir y SAPAG, Reinaldo; 2008, pág. 329, en su texto Preparación y evaluación de proyectos manifiestan que: “Ayuda a determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa”.

El periodo de recuperación de la inversión es un evaluador que permite conocer cuál es el tiempo en el que se recuperara el dinero invertido mediante un análisis tanto corrientes como constantes, estos resultados ayudaran a tomar decisiones si se invierte o no en el proyecto.

Costo de Beneficio

FLORES, Juan; 2007, pàg.119 en su libro de Proyectos de Inversión para PYMES Creación de Empresas expresa: “Este criterio de análisis permite traer a valor presente la inversión inicial del plan de negocios, comparándola con los costos en que su ejecución se

esperan incurrir, para determinar si los beneficios están por encima de los costos o viceversa”.

Según Flores en su obra se puede decir que el costo beneficio es un ratio financiero que mide la rentabilidad del proyecto al establecer cuanto se invierte cuanto se genera dicho evaluador toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo y se lo utiliza para proyectos en estudio.

Punto de Equilibrio

Según GITMAN, Lauren; 2007, pág. 439, en su libro Principios de Administración financiera “Es el nivel de ventas que se requiere para cubrir todos los costos operativos”.

El análisis del punto de equilibrio en un proyecto significa establecer cuanto necesita vender una empresa tanto en productos o servicios para poder recuperar la inversión fija y costos fijos, este análisis se lo realiza en los estudios de factibilidad, tomando en cuenta que el proyecto no entra todavía en gestión.

La formula es la siguiente

$$PE\$ = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{1 - \frac{\text{CostoVariable}}{\text{Ventas}}} \qquad PEu = \frac{\text{CostoTotal}}{PVu - CVu}$$

El punto de equilibrio ayuda a determinar la igualdad que existe entre los ingresos y egresos de las ventas realizadas durante el periodo contable, es utilizado para conocer el rendimiento que está alcanzando en el desarrollo de sus actividades, trabajos y proyectos.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRESENTACIÓN

Hoy en día el mercado y sus componentes son factores llenos de incertidumbre para el desarrollo de los proyectos, razón por la cual el estudio y el análisis son de vital importancia para poder ingresar productos o servicios con éxito al mercado de consumidores.

El estudio de mercado consiste en realizar un proceso de recopilación y análisis de datos relevantes acerca del tamaño de la microempresa, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de tener bases y directrices para la toma de decisiones y determinar la demanda, oferta y precios de la comercialización de platos derivados del chocho.

Al realizar un estudio de mercado se busca obtener información veraz sobre las necesidades existentes en la ciudad de Ibarra, con relación al consumo de Platos derivados del Chocho. Así se determinará la factibilidad del proyecto a implantarse y las estrategias más adecuadas para conseguir una diferenciación del servicio y del producto.

3.2 SEGMENTACIÓN

La segmentación consiste en agrupar elementos homogéneos que presentan las mismas características para diferenciar el mercado de la población.

El mercado base está constituido por la población de la ciudad de Ibarra de 20 a 60 años que potencialmente son los mayores consumidores. Por otro lado los estudiantes constituyen un mercado potencial atractivo por las políticas adoptadas actualmente por el gobierno nacional sobre aspectos nutricionales de los estudiantes.

CUADRO N°16
POBLACION DE 20 A 60 AÑOS Y ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN
BÁSICA Y DIVERSIFICADO

CUALITATIVA	CUANTITATIVA
Población Adulta	
Personas de 20 a 60años	51.376
Población de Estudiantes	
Educación Básica	20.360
Bachillerato	30.539
(-) 4,47% 1ro Básica	2.275
Total Población Estudiantil	48.624
POBLACIÓN TOTAL:	100.000

Elaborado por: La autora

Se ha restado la población de primero de básica ya que por lo general ha este grupo les envían sus propias loncheras. Quedando la población de estudio identificada 1000.000 personas.

3.3 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

El ceviche de chocho es uno de los productos que ha tomado importancia en el mercado nacional, razón por la cual se hace atractivo el proyecto para la comercialización de platos derivados del chocho en nuestro país y especialmente en la ciudad de Ibarra.

CUADRO N° 17
CARACTERITICAS GENERALES DEL CHOCHO

- Los chochos aportan más calorías porque tienen mayor cantidad de grasa en su composición, los chochos contienen aproximadamente un 15% de grasa; cantidad sólo superada por la soja y el cacahuete. Es importante saber que la grasa que contienen es de tipo insaturada.
- El chocho es una de las fuentes más ricas en proteína vegetal, contiene 39 gramos por cada 100, frente a los 25 gramos que contienen otras legumbres.

- Además concentran cantidades importantes de vitaminas del grupo B y vitamina E.
- En cuanto a los minerales contienen calcio, pero de menor absorción que el de otras fuentes dietéticas. Así mismo destacan el zinc, el potasio, el fósforo y el magnesio, presentes en cantidades notables.

Fuente: MAGAP 2010 (Plan de Reactivación del Sector Agropecuario)

Elaborado por: La autora

CUADRO N°18 VALOR NUTRITIVO

Nutrientes	Chocho cocido con cáscara por c/100 gramos	Chocho crudo sin cáscara por c/100 gramos	Chocho harina por c/100 gramos
Energía Kcal	151	277	458
Agua (grms.)	69.7	46.3	37.0
Proteína (grms.)	11.6	17.3	49.6
Grasa (grms.)	8.6	17.5	27.9
Carbohidrato (grms.)	9.6	17.3	12.9
Fibra (grms.)	5.3	3.8	7.9
Ceniza (grms.)	0.6	1.6	2.6
Calcio (mg)	30	54	93
Fósforo (mg)	123	262	440
Hierro (mg)	1.4	2.3	1.38
Tiamina (mg)	0.01	0.60	.
Riboflavina (mg)	0.34	0.4	-
Niacina (mg)	0.95	2.10	.
Acido ascórbico (mg)	0.00	4.6	.

Fuente: MAGAP 2010 (Plan de Reactivación del Sector Agropecuario)

Elaborado por: La autora

3.4 PRODUCTOS SUSTITUTOS O COMPLEMENTARIOS

Dentro de los productos sustitutos o complementarios que se ofrecerá en la microempresa se tiene la Ensalada de chocho y la Pizza de chocho, producto que en la actualidad no es conocido por la mayoría de posibles consumidores; razón por la cual se pretende introducir estos productos que contienen un alto poder

nutritivo y de esta manera incrementar la demanda de platos derivados. Estos productos serán ofertados una vez que el producto principal se haya posesionado en el mercado.

Con estos productos se pretende llegar a cumplir con el pronóstico de ventas proyectado para los siguientes años.

3.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para proyectar la demanda futura de platos derivados del chocho se utilizó como base el sondeo de mercado en la ciudad de Ibarra, el mismo que permite tener una idea clara sobre la configuración o tendencia del comportamiento del consumidor, esperando que las experiencias pasadas sirvan para tomar correctivos adecuados y oportunos para que la calidad del producto no se vea afectada.

En la siguiente tabla se muestra la población urbana de la ciudad de Ibarra la cual se encuentra comprendida entre 20 a 60 años ya que en este rango de edad se encuentra enfocado nuestro mercado potencial.

CUADRO N°19
COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA POBLACIÓN URBANA DE
IBARRA DE ENTRE 20 A 60 AÑOS PERÍODO 2007- 2011

AÑO	POBLACIÓN	(Cn/Cn)-1
2007	45057	
2008	46819	0,0391
2009	48297	0,0316
2010	49659	0,0282
2011	51376	0,0346
Tasa Promedio:		0,0334

Fuente: INEC, Proyecciones 2005- 20012

Elaborado por: La Autora

En la siguiente tabla se muestra como ha ido creciendo el número de estudiantes durante los tres últimos períodos escolares. Se ha considerado como potenciales

consumidores al 95.53% que representan a estudiantes de 2do a 7mo de básica y bachillerato.

CUADRO N°20

COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA Y BACHILLERATO DE LA CIUDAD DE IBARRA PERIODO 2008-2009/2010-2011

AÑO LECTIVO	CICLO BÁSICO	DIVERSIFICADO	TOTAL DE ESTUDIANTES	95.53% Posible Consumidores	(Cn/Cn)-1
2008-2009	18873	28907	47780	45644	
2009-2010	19265	30133	49398	47190	0,033864
2010-2011	20360	30539	50899	48624	0,030386
Tasa Promedio:					0,032125

Fuente: Dirección Provincial de Educación de Imbabura

Elaborado por: La Autora

3.6 PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

Para proyectar la población adulta y de estudiantes sea considerado la tasa de crecimiento obtenidas anteriormente de los datos históricos.

CUADRO N°21

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

AÑOS	P. ADULTA	ESTUDIANTES	PA+E
2010	49659	47190	96849
2011	51376	48624	100000
2012	53092	50185	103277
2013	54865	51796	106661
2014	56698	53458	110156
2015	58591	55174	113766
2016	60548	56945	117494

Elaborado por: La Autora

3.7 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

CUADRO N°22
PROYECCION DE LA DEMANDA

AÑOS	P. ADULTA	ESTUDIANTES	PA+E	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN PLATOS
2011	51376	48624	100000	400000
2012	53092	50185	103277	413106
2013	54865	51796	106661	426643
2014	56698	53458	110156	440624
2015	58591	55174	113766	455063
2016	60548	56945	117494	469975

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Para proyectar la demanda de platos derivados del chocho, se basó en un estudio de mercado de cinco productos (Cevichocho, Chochos con tostado, Ensalada de chocho, Cosas Finas y Otros), obteniendo como resultados que existen potenciales consumidores para Ceviche de chocho. Según los datos de las encuestas y entrevistas existe un consumo promedio de 4 platos por persona.

La demanda proyectada resulta ser muy buena para el proyecto, ya que en el período 2011 se tendría una demanda de 400.000 platos derivados del chocho y en el último período la demanda sería de 469.975 platos derivados del chocho.

3.8 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para determinar la oferta se tomará como referencia datos obtenidos a través de entrevistas y el modelo de proyección propuesto, identificando de la siguiente manera: 22 comerciantes de platos derivados del chocho que según la información proporcionada en las entrevistas manifiestan que venden un promedio de 40 platos diarios cada comerciante.

CUADRO N°23
OFERTA ACTUAL

AÑOS	COMERCIANTES DE PLATOS DERIVADOS DEL CHOCHO	PROMEDIO DE VENTAS EN PLATOS	DÍAS LABORABLES	CONSUMO ACTUAL DE PLATOS DERIVADOS DE CHOCHO EN UNIDADES
2011	22	40	312	274.560

Fuente: Principales Comerciantes

Elaborado por: La Autora

Como se pudo apreciar en el cuadro anterior en la ciudad de Ibarra la comercialización de platos derivados del chocho es muy limitada a pesar de la gran acogida que tiene este producto, existen 9 vendedores ambulantes, 11 covachas o zaguanes y 2 salones dedicados a este tipo de negocio, con poca oferta como lo demuestra la información recopilada a través de encuestas, razón por la cual nace la oportunidad de implantar un microempresa dedicada a la comercialización de platos derivados del chocho para cubrir las expectativas del mercado local.

3.9 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar el consumo futuro de platos derivados del chocho, se aplicó un crecimiento paralelo a la demanda, utilizando la tasa promedio del crecimiento poblacional y estudiantil que es del 3,28%, tomando en consideración que si aumenta la demanda aumenta la oferta.

CUADRO N°24
PROYECCION DE LA OFERTA

AÑOS	OFERTA EN PLATOS
2011	274.560
2012	283.566
2013	292.867
2014	302.473
2015	312.394
2016	322.640

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

3.10 BALANCE DEMANDA - OFERTA

Para determinar la existencia o no, de la demanda insatisfecha del producto se comparará los datos obtenidos de la demanda y de la oferta del primer periodo.

CUADRO N°25
BALANCE DEMANDA - OFERTA

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER
2011	400.000	274.000	125.444

Elaborado por: La Autora

En el presente cuadro se demuestra que existe una demanda potencial a satisfacer significativa, si se compara con los datos de la oferta proyectada, se puede observar que hay una gran oportunidad en el mercado para la comercialización de platos derivados del chocho.

3.11 DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

CUADRO N°26
DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER
2011	400.000	274.560	125.440
2012	413.106	283.566	129.541
2013	426.643	292.867	133.777
2014	440.624	302.473	138.151
2015	455.063	312.394	142.669
2016	469.975	322.640	147.335

Elaborado por: La Autora

Contrastando la oferta y demanda proyectada se presenta una buena oportunidad para comercializar platos derivados del chocho, ya que existe un alto déficit de oferta de platos derivados del chocho en la ciudad de Ibarra.

3.12 PRONÓSTICO DE VENTAS

CUADRO N°27
PRONÓSTICO DE VENTAS

AÑOS	PLATOS
1	25.908
2	28.499
3	31.349
4	34.484
5	37.932

Elaborado por: La Autora

Para pronosticar las ventas se ha tomado como base la demanda potencial a satisfacer en el año 2012 que es de 129.541 platos derivados del chocho de los cuales la microempresa proyecta satisfacer el 20% del valor potencial en el primer año, con un crecimiento del 10% anual hasta el tope del 60% en los años siguientes.

Con este pronóstico de ventas la microempresa se pone como objetivo comercializar en el primer periodo un promedio de 70 platos diarios derivados del chocho y para el 2016 alcanzar un promedio de 103 platos diarios derivados del chocho. Este objetivo se logrará con la comercialización del producto base del proyecto que es: el cevichocho y con los productos sustitutos como son: la Ensalada de chocho y la Pizza de chocho.

3.13 ANÁLISIS DE PRECIOS

El precio para los platos derivados del chocho se establece tomando en cuenta los siguientes criterios basados en el análisis de costos y la información recolectada a través de las encuestas y la observación directa.

Actualmente el precio de los platos derivados del chocho varía según la porción, el lugar de compra entre los más importantes, en un promedio de: 0,50 centavos a 1,75 dólares.

3.14 ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX.

- ***Precio***

Las estrategias que debe tomar en cuenta la microempresa para un mejor servicio y aumentar en margen de ganancias en la comercialización de platos derivados del chocho es proveerse de materia prima e insumos evitando intermediarios, optimizando la mano de obra y los costos indirectos de fabricación lo más práctico posible sin que esto incomode al cliente.

Para ingresar al mercado se utilizará el precio basado en la competencia y al análisis de costos y gastos de operación más el margen de utilidad.

Se considera importante para captar clientes asignar el precio de cada plato tomando en cuenta la calidad del producto.

- **Producto**

La presentación de los platos se va a realizar utilizando la siguiente estrategia:

GRÁFICO N°11



“RICO CHOCHO”

Menú:

CEVICHE DE CHOCHO

- Chochos
- Epidermis de Cerdo
- Jugo de limón y tomate
- Tostado, canguil, chifles

ENSALADA DE CHOCHO

- Chocho
- Col en plumitas
- Perejil
- Jugo de limón
- Pollo en hilachas

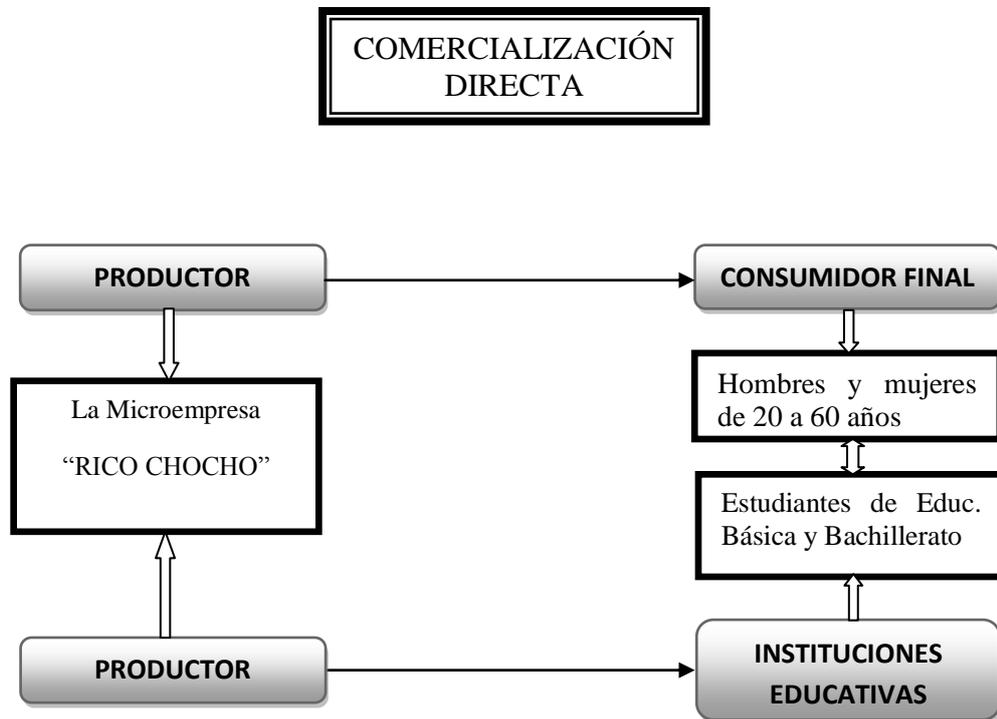
PIZZA DE CHOCHO

- Chocho
- Queso mozzarella
- Jamón
- Refrito de pimiento, paiteña

Elaborado por: La Autora

El restaurante “RICO CHOCHO” brindará un servicio oportuno, es una modalidad en la cual le permitirá al cliente sentirse bien ya que muchas de las veces el cliente lo que busca es ser atendida al instante.

- *Plaza*

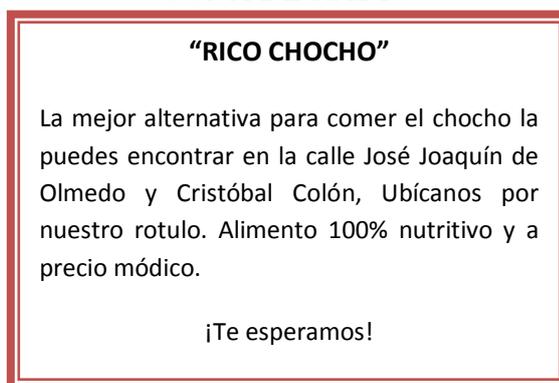


La microempresa venderá el producto en forma directa y también adoptará la posibilidad de llegar a acuerdos con los bares de las Instituciones Educativas para de esta manera llegar a los estudiantes, ya que el chocho es un producto recomendable en la etapa de aprendizaje.

- **Promoción y Publicidad**

Incentivar el consumo de platos derivados del chocho por ser un producto destacado en beneficios para la salud, valores nutricionales, estos se lo puede realizar a través de presentaciones en la radio, portadas en la prensa a nivel local.

GRÁFICO N°12 CUÑA DE RADIO



Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°13 PORTADA PARA PUBLICAR EN PRENSA LOCAL



Elaborado por: La Autora

- ***Estrategias Promocionales***

También se utilizarán las siguientes estrategias promocionales:

- **Combos**

Combo 1: Ceviche de Chocho + Porción de arroz

Combo 2: Ceviche de chocho + vaso de cola

- **Descuento en Precio**

Por la compra de 10 Cevichochos descuentos de hasta el 10%

- **Obsequios**

Consume y gana gorras, llaveros.

3.15 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

- Existe un mercado potencial a satisfacer lo cual es adecuado para la creación de la microempresa, ya que en la ciudad de Ibarra hay pocos comerciantes de platos derivados del chocho, además la oferta es limitada.
- No existe una competencia significativa a excepción de los 2 mini salones existentes en la ciudad.
- Los productos elaborados naturalmente sin sustancias artificiales tienen una demanda constante y creciente.
- En la ciudad de Ibarra como plato derivado del chocho existe solo el ceviche de chocho, pero existe otras alternativas que a futuro se pueden mejorar.

CAPITULO IV ESTUDIO TÉCNICO

4.1 PRESENTACIÓN

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto.

Todo proyecto, conservando sus características particulares, tiene una configuración individualizada para su producción, lo que hace casi imposible la existencia de proyectos similares desde el punto de vista técnico de su diseño, aunque la secuencia y las características de los procesos sean similares.

Para establecer los diferentes niveles de producción, se debe tomar en cuenta aspectos importantes como son: el diseño del equipo, características de operación, capacidad de procesamiento, los recursos necesarios a utilizar, etc., que permita identificar el sector o los sectores en los que se debe ubicar el proyecto.

Luego de haber establecido mediante el estudio de mercado la existencia de demanda potencial a satisfacer y cuál va a ser el número de consumidores a los cuales se les ofertará el producto, es importante saber cómo hacerlo, con el fin de especificar dónde, cuándo, cuánto, cómo y con que ofrecer el producto, buscando dar un producto de buena calidad y con una elaboración eficiente.

4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Es indispensable establecer su localización mediante el estudio de Micro y Macrolocalización, logrando así organizar de manera correcta la instalación de la Microempresa de Comercialización de Platos derivados del Chocho.

Macrolocalización

La implantación del proyecto será en la Provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra, ya que al inicio de las actividades el mercado meta son habitantes de las parroquias urbanas de esta ciudad.

GRÁFICO N°14
MAPA DE PROVINCIA DE IMBABURA



Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Microlocalización

Para el análisis de la microlocalización, se necesita realizar un estudio de los factores más importantes que influyen en la ubicación del proyecto.

A continuación se enumeran los respectivos factores, considerados factibles de su conocimiento y análisis. El método a utilizar es el cualitativo por puntos.

CUADRO No. 28
MATRIZ DE PRIORIZADA DE FACTORES

FACTORES		LUGARES								
FACTORES DE CONDICIONES GEOGRAFICAS		Peso	Calle Sánchez y Cifuentes	Suma	Calle Olmedo y Cristóbal Colón	Suma	Av. Atahualpa	Suma	Av. Jaime Rivadeneira	Suma
1.	Disponibilidad de locales	0,05	4	0,2	8	0,4	5	0,25	7	0,35
2.	Disponibilidad de líneas telefónicas	0,02	8	0,16	9	0,18	7	0,14	6	0,12
3.	Recursos energéticos	0,04	8	0,32	9	0,36	8	0,32	7	0,28
4.	Transporte	0,02	9	0,18	8	0,16	7	0,14	4	0,08
5.	Vías de acceso	0,03	8	0,24	9	0,27	6	0,18	4	0,12
SUBTOTAL:		0,16		1,1		1,37		1,03		0,95
FACTORES COMUNITARIOS										
1.	Actitud de los microempresarios	0,07	7	0,49	8	0,56	7	0,49	6	0,42
2.	Costo locales	0,05	6	0,3	7	0,35	6	0,3	5	0,25
3.	Tipo y tamaño de mercado	0,04	8	0,32	8	0,32	4	0,16	4	0,16
SUBTOTAL:		0,16		1,11		1,23		0,95		0,83
FACTORES LEGALES										
1.	Ordenanzas municipales	0,04	7	0,28	8	0,32	6	0,24	6	0,24
2.	Seguridad y riesgo	0,08	5	0,4	7	0,56	7	0,56	4	0,32
3.	Leyes de control	0,04	7	0,28	8	0,32	6	0,24	6	0,24
SUBTOTAL:		0,16		0,96		1,2		1,04		0,8
FACTORES ESTRATEGICOS										
1.	Ubicación comercial	0,13	9	1,17	10	1,3	7	0,91	6	0,78
2.	Comportamiento de la competencia	0,1	6	0,6	8	0,8	6	0,6	6	0,6
3.	Zonas pobladas	0,06	7	0,42	8	0,48	6	0,36	6	0,36
4.	Demanda real	0,07	7	0,49	8	0,56	5	0,35	4	0,28
5.	Cultura de consumo	0,08	6	0,48	7	0,56	4	0,32	5	0,4
6.	Seguridad ciudadana	0,08	6	0,48	9	0,72	5	0,4	4	0,32
SUBTOTAL:		0,52		3,64		4,42		2,94		2,74
TOTAL FINAL:		1		6,81		8,22		5,96		5,32

Elaborado por: La Autora

A través de la evaluación de la matriz priorizada de factores la mejor opción es calle Olmedo y Cristóbal Colón como el sector de mayor puntuación.

Los factores estratégicos aseguran mejor comodidad para el cliente y propietario permitiendo optimizar recursos y brindando mayor competitividad de la microempresa.

- **Distribución de la Planta**

El área que ocupa el proyecto es de 54 m² distribuida de la siguiente manera:

CUADRO N°29
Áreas de la Planta

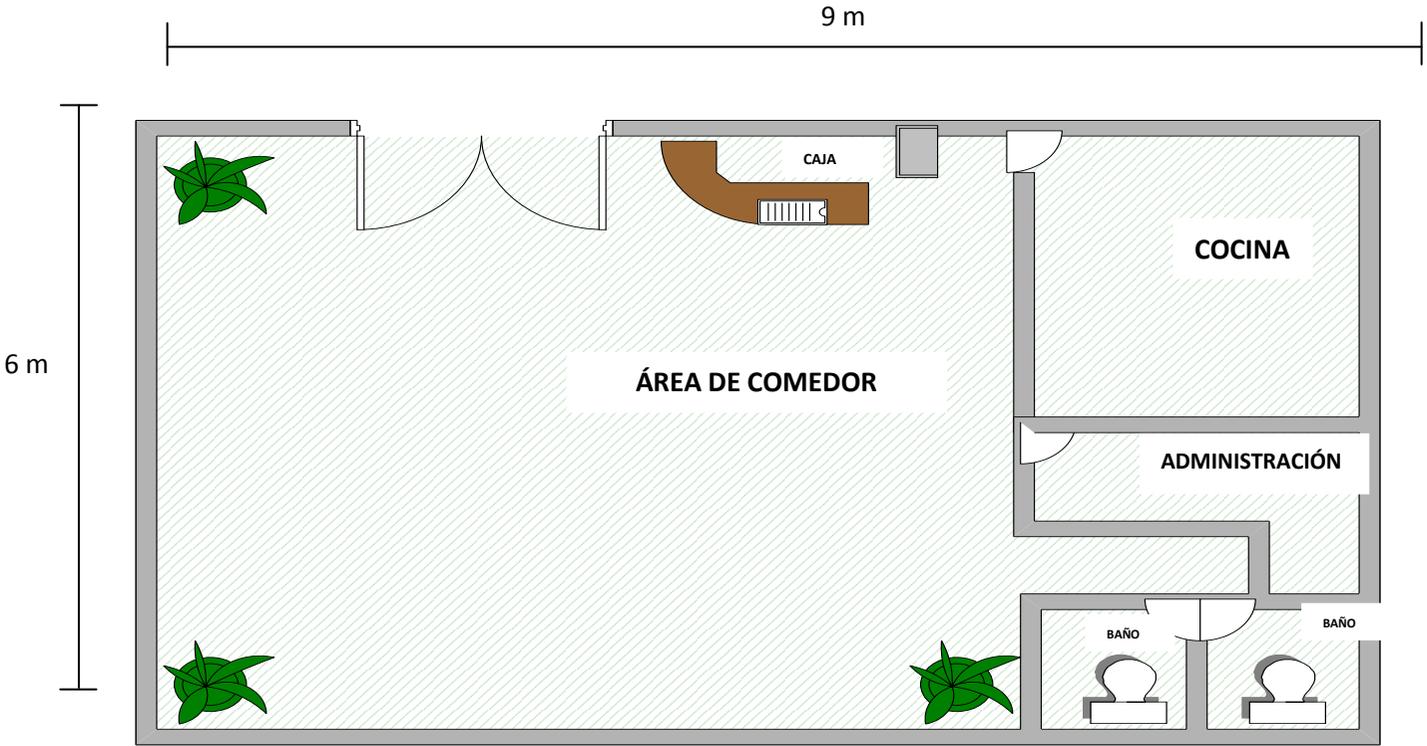
ÁREAS	m²
Área Administrativa - Contable	5.40 m ²
Área de Cocina	9 m ²
Baños	3.60 m ²
Área de Caja	2.50 m ²
Área de Comedor	33.50 m ²
TOTAL:	54 m²

Elaborado por: La Autora

- **Diseño de las Instalaciones**

El diseño de las instalaciones físicas se realizó en base a un análisis de todo el proceso que conlleva la comercialización de platos derivados del chocho.

GRÁFICO N°15
DISEÑO DE LAS INSTALACIONES



- **Distribución de las Áreas de la Microempresa de Comercialización de Platos derivados del Chocho**

Para la distribución de la planta se consideró importante tomar en cuenta todas las condiciones necesarias que permitan realizar las operaciones productivas y económicas de manera eficaz, así como también ver todas las medidas básicas que brinden seguridad y bienestar a los empleados de la Microempresa de Comercialización de platos derivados del Chocho, para así evitar posibles accidentes de trabajo.

Dentro de esta distribución se consideró también la flexibilidad de la distribución física, que se pueda adaptar a futuras ampliaciones de la Microempresa. Las áreas básicas existentes en una microempresa de comercialización de platos derivados del chocho son las siguientes:

- **Área Administrativa – Contable**

Da soporte a las demás áreas operativas, lo cual la convierten en un órgano fundamental para el cumplimiento de los objetivos organizacionales. Además controlan la parte que tiene que ver con los costos y gastos, registros, balances y las estadísticas de ventas.

- **Área de Cocina**

Área encargada de la preparación de los platos derivados del chocho; tomando en cuenta zona de recepción y limpieza de alimentos. Ésta debe hallarse provista de un lavadero y un depósito de desperdicios, ya que es aquí donde se recibirán y limpiarán los alimentos antes de ser almacenados, refrigerados o preparados.

- **Área de Caja**

Encargada de tomar el pedido de los clientes con cordialidad y buen trato, registrar las ventas diarias, pasar el pedido al área de cocina para que este sea preparado.

- Área de Comedor

Lugar donde los clientes podrán servirse los alimentos con comodidad.

4.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

- **Factores Determinantes del Tamaño**

En la presente investigación los factores que determinan el tamaño es la demanda, es decir está en función de la capacidad que vaya a tener la microempresa determinada en el estudio de mercado.

- **Definición de las Capacidades de Producción**

En el presente proyecto se va a producir lo siguiente:

**CUADRO N°30
PRODUCCIÓN MENSUAL DE PLATOS DERIVADOS DEL CHOCHO**

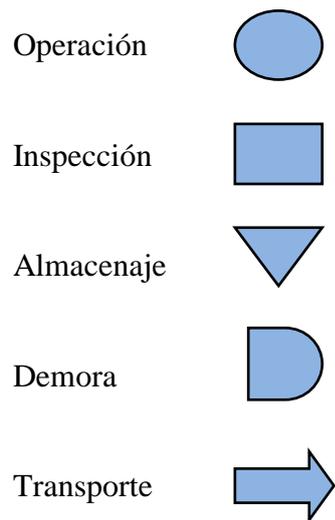
AÑOS	PRODUCCIÓN NORMAL MENSUAL EN PLATOS
Año 2012	2.159
Año 2013	2.375
Año 2014	2.612
Año 2015	2.874
Año 2016	3.161

Elaborado por: La Autora

Dentro del presente proyecto la capacidad promedio de comercialización de platos derivados del chocho empieza con 70 platos diarios para el año 2012 y termina en el último período con 103 platos diarios, se ha realizado tomando en cuenta tanto los materiales e insumos que nos proveen, así como también la mano de obra con la que cuenta la microempresa “RICO CHOCHO”.

4.4 DIAGRAMA DE PROCESOS

El diagrama de flujos de procesos es una representación gráfica y detallada de los procesos de cada uno de los platos, en los cuales se detallan las actividades que intervienen en el proceso de elaboración de cada uno de los platos, así como también los recursos utilizados, los responsables de las actividades y el tiempo requerido parcial y de todo el proceso. Cada actividad es simbolizada con los siguientes conectores lógicos:



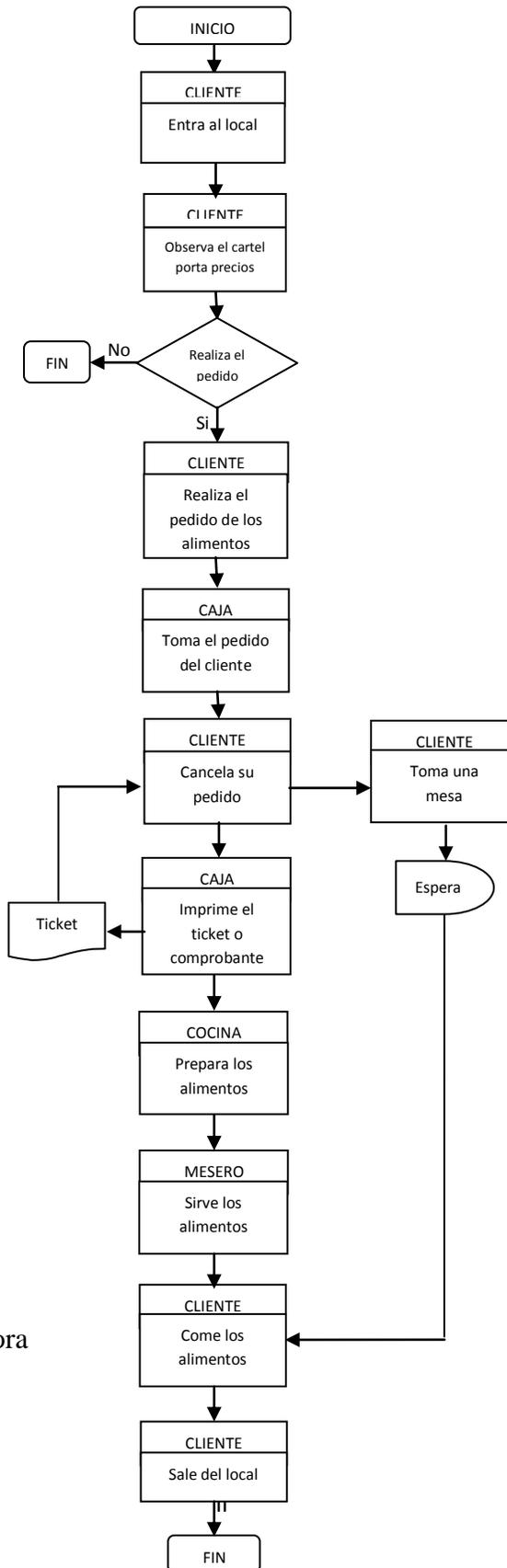
- **Preparación del Cevichocho**

GRÁFICO N°16

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS							
NOMBRE DEL PROCESO: ELABORACIÓN DEL CEVICHE DE CHOCHO							
RESPONSABLE: Auxiliar de Cocina							
ACTIVIDADES	OPERACIÓN	TRANSPORTE	ALMACENAJE	INSPECCIÓN	DEMORA	TIEMPO (Minutos)	RECURSOS
							
1. Hervir los chochos	x					15 min	Ollas, utensilios de cocina, Agua, chochos
2. Retirar del fuego y dejarlos enfriar					x	40 min	Utensilios de cocina
3. Colocar los chocho en el exhibidor bufet			x			5 min	Utensilios de cocina
4. Picar el cuero de cerdo en trocitos cuadrados	x					15 min	Utensilios de cocina, cuero de cerdo
5. Cocinar hasta que esté suave, el cuero				x		20 min	Sal, utensilios de cocina
6. Retirar el cuero hasta que se enfríe					x	15 min	Utensilios de cocina
7. Colocar en un recipiente de losa en el exhibidor buffet			x			5 min	Utensilios de cocina
8. Picar Cebolla tipo juliana	x					10 min	Utensilios de cocina, cebolla
9. Picar tomate en trocitos	x					10 min	Utensilios de cocina, tomate riñón
10. Colocar la cebolla el tomate y el pimiento en el exhibidor bufet			x			2 min	Utensilios de cocina
11. Rallar el verde para chifles	x					5 min	Utensilios de cocina, verde
12. Colocarlos en aceite hirviendo		X				2 min	Pailas, aceite
13. Retirar del fuego y colocar en un recipiente de losa			x			1 min	Utensilios de cocina, sal
14. Colocar el maíz en aceite hirviendo		X				2 min	Paila, aceite, maíz
15. Mecer hasta que de color agradable				x		20 min	Utensilios de cocina
16 Retirar del fuego y colocar en exhibidor Buffet			x			2 min	Utensilios de cocina
17. Colocar el canguil en aceite hirviendo		X				2 min	paila, aceite, canguil
18. Retirar del fuego hasta que enfloren	x					7 min	utensilios de cocina
19. Colocar en el exhibidor buffet			x			2 min	utensilios de cocina
20. Lavar los limones	x					10 min	agua, utensilios de cocina
21. Llevar los limones a cada mesa		X				5 min	bandejas, exprimidores
22. En un plato servir en pequeñas porciones todo lo antes preparado		X				5 min	
TOTAL:						200 min	

Elaborado por: La autora

• **Atención al Cliente** **GRÁFICO N°17**



Elaborado por: La autora

- **Programa de Prestación de Servicios**

A continuación se detalla que “RICO CHOCHO” cuenta con una jornada de trabajo y un horario de atención a los clientes de la siguiente manera:

**CUADRO N°31
HORARIO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS**

DIAS	ATENCIÓN AL CLIENTE	JORNADA DE TRABAJO
Lunes a Sábado	10:00am a 2:00 pm	9:00 am a 2:30 pm
Domingo	10:30am a 2:30 pm	9:30 am a 3:00 pm

Elaborado por: La Autora

4.5 INVERSIONES

Para la creación de la microempresa comercializadora de platos derivados del chocho se requiere realizar la siguiente inversión:

- **Inversiones fijas que requiere el proyecto**

Se considera como inversión fija para del proyecto a aquellas que tienen vida útil mayor a un año. Para la creación de la microempresa se requiere de \$10.352 dólares.

**CUADRO N°32
INVERSIÓN FIJA**

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Equipo de computación	730,00
Equipo de oficina	1771,00
Muebles de oficina	494,00
Equipo de cocina	4132,00
Muebles de cocina	4023,00
Menaje	913,00
Imprevistos 3%	361,89
TOTAL	12424,89

Elaborado por: La Autora

- **Requerimiento de Talento humano**

El talento humano que requiere la microempresa se detalla a continuación:

**CUADRO N°33
REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO**

N°	DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL
1	Administrador	300
1	Mesero	160
2	Ayudante de cocina	160

Elaborado por: La Autora

4.6 LA MICROEMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

Para un mejor desenvolvimiento administrativo se busca determinar la parte organizacional de la microempresa en la cual se incluye la filosofía, estructura de cargos, manual de funciones y procedimientos requeridos para la conformación de la misma.

- **Nombre de la Microempresa**

Para la selección del nombre se ha considerado que el cliente puedan identificar la razón e imagen del negocio, así como su estructura orgánica, para ello se tomó en cuenta la singularidad, claridad, simpleza, atractivo y reflejo del nombre para su impacto en el medio comercial.



- **Logotipo**



- **Misión**

Establecerse como una microempresa alimenticia pionera en la comercialización de platos derivados del chocho en la ciudad de Ibarra, garantizando a nuestros clientes la máxima calidad en los productos y servicios de acuerdo a las exigencias del mercado.

- **Visión**

En un lapso de cuatro años pertenecer al grupo de las mejores microempresas de la ciudad de Ibarra por su excelencia en la comercialización de platos derivados del chocho.

Objetivos Estratégicos de la Microempresa

- Instalar la microempresa comercializadora de platos derivados del chocho en la ciudad de Ibarra.
- Proporcionar un punto de referencia sobre los beneficios que genera estar organizados.
- Mitigar el desempleo mediante la identificación de oportunidades de negocios para implantar microempresas.

- Potencializar la creatividad e iniciativa de los trabajadores para obtener competitividad en el mercado.
- Minimizar costos sin afectar la calidad del producto.
- Posicionamiento y fidelización de clientes.
- Crecimiento sostenido en la comercialización de platos derivados del chocho.
- Alcanzar niveles de excelencia en la calidad y prontitud con que se atiende al cliente.

Políticas de la Microempresa

- Realizar eficientemente el trabajo asignado a cada puesto de acuerdo con lo que establece el reglamento interno, tomando en cuenta los planes operativos.
- Guardar respeto y consideración en el trato con sus superiores, compañeros y subalternos, creando un clima organizacional agradable y de trabajo en equipo.
- Lo más importante es la satisfacción de las necesidades de los clientes.
- Establecer estrategias de crecimiento que permite seguir creciendo en el medio.

Principios y Valores

- PRINCIPIOS

- **Innovación al cliente:**

Reconocer los clientes como nuestros principales actores de la microempresa, comprometidos con su satisfacción, desarrollando conjuntamente los productos o servicios

Se materializa con:

- El nivel de percepción del cliente.
- Encuesta de satisfacción cliente.
- Productos y servicios penetrados en el mercado.

- **Responsabilidad:**

Es la capacidad de cumplir los compromisos adquiridos con la comunidad y los grupos de interés.

Se materializa con:

- Cumplimiento de objetivos estratégicos.
- Cumplimiento de las normas constitucionales.

- **Autonomía:**

Es la capacidad de tomar decisiones en cada proceso.

Se materializa con:

- Cumplimiento de objetivos estratégicos del proceso.

- **Eficiencia:**

Es la capacidad de obtener la máxima productividad de los recursos que le han sido asignados y confiados para el logro de los propósitos. Su cumplimiento garantiza la

combinación y uso de los recursos, en procura de la generación de valor y la utilidad de los bienes y servicios entregados al cliente.

Se materializa con:

- Con el grado de utilización de los insumos de cada proceso.

- **Eficacia:**

Grado de consecución e impacto de los resultados de la empresa con los objetivos cuantificables previstos en cada proceso.

Se materializa con:

- El nivel de percepción del cliente.
- Encuesta de satisfacción cliente.

- **Celeridad:**

Es la capacidad de dar respuesta oportuna a los requerimientos.

Se materializa con:

- Rediseñando los procesos claves del negocio.
- El nivel de percepción del cliente.
- Encuesta de satisfacción cliente.

- **VALORES**

- **Transparencia:**

Es hacer visible la gestión de la entidad a través de la relación directa entre sus públicos que atiende. Involucra de por sí la honestidad, manejo de personas, recursos, materiales e información.

- **Moralidad:**

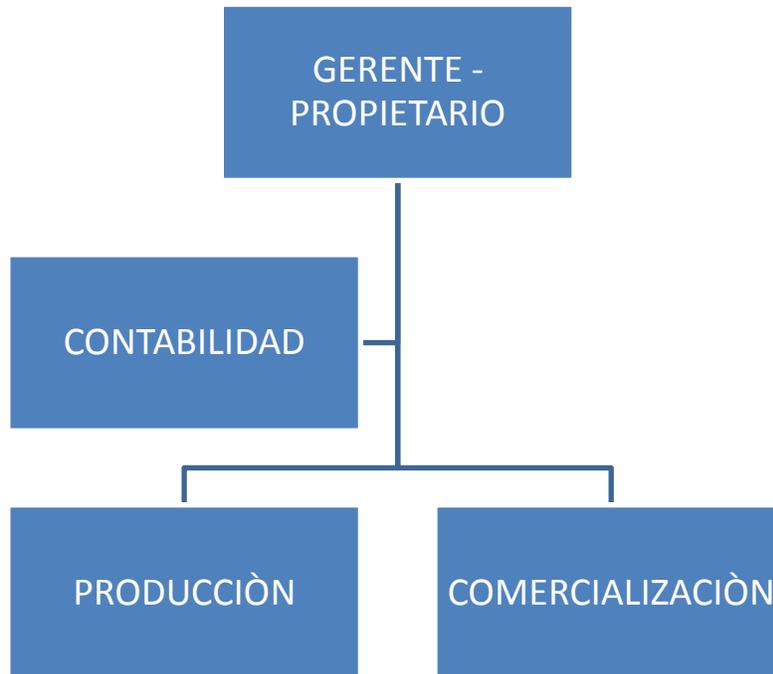
Es actuar bajo las orientaciones de las normas constitucionales y legales vigentes, las del direccionamiento estratégico corporativo y las propias de la empresa.

- **Igualdad:**

Garantizar a todos los actores un tratamiento equitativo por parte de la empresa en todas sus actuaciones sin discriminación alguna.

- **Estructura Organizacional**

En el siguiente grafico se muestra el organigrama estructural por áreas:



La estructura orgánica de la microempresa comercializadora de platos derivados del chocho “RICO CHOCHO” se establecerá acorde a las necesidades de la misma; ésta tiene la finalidad de estudiar la estructura y operación de la empresa, con el fin de facilitar el cumplimiento de los objetivos.

- **Estructura Funcional**

Los niveles estructurales y funcionales de la microempresa “RICO CHOCHO” están organizados de forma elemental con un esquema básico:

Nivel Ejecutivo

- *Gerente – Propietario*

Planear, Dirigir, Organizar, y Controlar los recursos de la microempresa.

Establecer políticas para el manejo del personal.

Buscar estrategias de ventas.

Autorizar los pagos del personal y proveedores.

Elabora el presupuesto anual para el funcionamiento de la microempresa.

Nivel de Apoyo

- *Departamento de Contabilidad*

Realiza el registro de transacciones.

Efectuar los Estados Financieros.

Asesorar en la parte tributaria.

Elaborar roles de pago.

Realiza Arqueos de caja.

Pago de Impuestos.

Nivel Operativo

- *Cajero (a)*
Informa sobre platos que dispone el local
Receptar órdenes de pedido
Recibir el dinero de los clientes
Ingresar el pedido en caja
Se encarga de la ambientación musical
Realiza cuadro de caja
- *Mesero (a)*
Atender a los clientes.
Servir la orden del pedido.
Tener listas y limpias las mesas.
Aseo del local.
- *Ayudante de Cocina*
Preparación de platos.
Lavar la vajilla.
Aseo de la cocina.
Recepción de pedidos de compra.
Adquisición de mercadería.
Registro de mercadería.

Esta propuesta de organización tiene los niveles jerárquicos necesarios para este tipo de microempresa. Los diferentes departamentos mantienen una interrelación funcional desde la parte administrativa, lo que permitirá que la empresa alcance niveles óptimos de sus recursos humanos, materiales e infraestructura.

CUADRO N° 34
MATRIZ DE COMPETENCIAS ASPIRANTE A ADMINISTRADOR

PUESTO	PERFIL	COMPETENCIAS	REQUISITOS
ADMINISTRADOR	<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo. - Estabilidad emocional - Trabajo bajo presión. - Buen manejo de relaciones humanas. 	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ética profesional -Honestidad -Responsabilidad <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Habilidades para negociar. - Capacidad para liderar - Capacidad toma de decisiones - Trabajar en equipo - Dirección de personas - Creatividad e iniciativa. - Tolerancia al estrés. - Destreza matemática - Monitoreo y control. 	<p>Instrucción Formal: Estudios Superiores en Contabilidad.</p> <p>Edad: De preferencia de 25 a 45 años.</p> <p>Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.</p>

Elaborado por: La autora

Debido a que es un negocio familiar, la administración, la parte económica financiera y la caja estarán a cargo de una sola persona.

CUADRO N° 35
MATRIZ DE COMPETENCIAS ASPIRANTE A MESERO

PUESTO	PERFIL	COMPETENCIAS	REQUISITOS
MESERO	<ul style="list-style-type: none"> - Estabilidad emocional - Trabajo bajo presión. - Buen manejo de relaciones humanas 	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Amabilidad - Compromiso - Profesionalismo <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de persuadir a clientes. - Uso de estilos interpersonales y métodos de comunicación apropiados. - Habilidades en las relaciones interpersonales. - Orientación hacia el logro. - Iniciativa y espíritu emprendedor. - Trabajo en equipo. 	<p>Instrucción Formal: Estudios ciclo básico</p> <p>.</p> <p>Edad: Entre 22 a 30 años.</p> <p>Experiencia: No indispensable</p>

Elaborado por: La autora

CUADRO N° 36
MATRIZ DE COMPETENCIAS ASPIRANTE A AYUDANTE DE COCINA

PUESTO	PERFIL	COMPETENCIAS	REQUISITOS
AYUDANTE DE COCINA	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento en la preparación de platos derivados del chocho. - Trabajo bajo presión. - Buenas relaciones humanas. 	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ética -Confidencialidad -Organización <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tolerancia al estrés. -Trabajo en equipo -Destreza -Monitoreo y control 	<p>Instrucción Formal: Estudios ciclo básico</p> <p>Edad: Entre 22 a 30 años.</p> <p>Experiencia: No Indispensable</p>

Elaborado por: La autora

- **Tipo de Microempresa**

La microempresa “RICO CHOCHO” se constituirá como un negocio familiar.

- **Base Legal**

- Patente Municipal

Esta patente se la obtiene en el Municipio de la ciudad, esta se la puede adquirir hasta un mes después de que se haya iniciado la actividad de la microempresa, la patente sirve o se caduca cada año y se la cancela hasta el 31 de marzo de cada año.

Los requisitos son:

- Recibo del último pago del impuesto predial.
- Copia del RUC.
- Documentos personales del representante legal.

- Registro Único de Contribuyentes

Permite tener un registro de las empresas legalmente constituidas en base de datos Servicio De Rentas Internas (SRI) para que puedan operar normalmente y realizar sus correspondientes declaraciones de impuestos.

El Registro Único de Contribuyentes, es otorgado por el Servicio de Rentas Internas y se debe reunir los siguientes requisitos:

- Cédula del representante legal.

- Copia del certificado de votación.
- Recibo del pago de agua, luz o teléfono.
- Si es arrendado el local, la copia del contrato de arrendamiento.

- **Permiso del Ministerio de Salud**

Los requisitos que se necesita para obtener el permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud son:

- Llenar la solicitud de permiso de funcionamiento.
- Reunir la documentación necesaria para ingresar junto con la solicitud.
- Al ingresar la solicitud y documentación, se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- Entrega del informe final.
- Estudio y emisión del permiso de funcionamiento, vigencia 1 año.

- **Seguimiento y Monitoreo**

En cada una de las fases del trabajo, las decisiones estarán tomadas de manera oportuna buscando los datos de desarrollo de la microempresa sean óptimos. El administrador realizará el seguimiento y evaluación de la inversión, aplicando medidas correctivas a desvíos o incrementos de gastos.

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

Este capítulo analiza la factibilidad del proyecto de la creación de la Microempresa de Comercialización de Platos Derivados de Chocho en la Ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura, también proporciona la información necesaria de los costos que incurren para la creación de la microempresa, ayuda a estimar en que tiempo se recupera la inversión y que utilidades recibe.

5.1 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN.

CUADRO N° 37
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN.

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Activos Fijos	12.425	75,85%
Activos Diferidos	1.850	11,29%
Capital de Trabajo	2.105,59	12,85%
TOTAL	16.380,48	100%

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.2 COSTE DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

Tiene la finalidad de dar a conocer el rendimiento que el proyecto esta logrando por sus ventas.

CUADRO N° 38
COSTE DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	4.914,14	30,00	7,00	210,00
Capital Financiado	11.466,34	70,00	16,00	1.120,00
TOTAL	16.380,48	100,00	23,00	1.330,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Datos:

Ck(valor ponderado)= 13,30

If(inflación)= 4,00

TRM= $((1+Ck)(1+If)-1)$

TRM= 0,1783

TRM= 17,83%

5.3 INVERSIONES**Activos Fijos.**

Es indispensable la adquisición de la maquinaria y equipo y demás herramientas de trabajo para dar inicio las actividades de la microempresa.

- Equipos de Computación.

El equipo de computación es la herramienta de trabajo más importante que debe ser adquirida desde un inicio, porque será la base en donde se lleva todos los movimientos y el control de la microempresa.

CUADRO N°39
EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Computador completo	1	580,00	580,00
Impresora Multifunción	1	150,00	150,00
TOTAL			730,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- Equipo de oficina

El equipo de oficina son los accesorios complementarios para poder llevar a cabo el trabajo en cada área, porque cada uno de estos equipos cumplen con su respectiva función.

CUADRO N°40
EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Teléfono	1	90,00	90,00
Televisión	1	982,00	982,00
Minicomponente	1	269,00	269,00
Calculadora	2	30,00	60,00
DVD	1	70,00	70,00
Caja registradora	1	300,00	300,00
TOTAL			1.771,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- Muebles y Enseres

Cada área de la microempresa debe contar con los muebles y enseres necesarios para dar una buena imagen de la microempresa.

CUADRO N° 41
MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Escritorios ejecutivos	1	89,00	89,00
Sillones giratorios	2	70,00	140,00
Archivador	1	160,00	160,00
Silla visitante	3	35,00	105,00
TOTAL			494,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- Equipo de cocina

**CUADRO N°42
EQUIPO DE COCINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Cocina Industrial	1	213,00	213,00
Refrigeradora	1	838,00	838,00
Mostrador self servicie	1	1.120,00	1.120,00
Panorámico	1	986,00	986,00
Licuadora	1	80,00	80,00
Campana extractora	1	280,00	280,00
Extractor de olores	1	300,00	300,00
Secador automático	2	80,00	160,00
Cuchillo eléctrico	1	55,00	55,00
Cilindro de gas	2	50,00	100,00
TOTAL			4.132,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- Muebles de cocina

**CUADRO N° 43
MUEBLES Y ENSERES**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Aparador	1	180,00	180,00
Estanterías	1	160,00	160,00
Mesa Aluminio	1	150,00	150,00
Sillas	3	17,00	51,00
Vitrina de caja	1	392,00	392,00
Juego de comedor	16	160,00	2.560,00
Juegos infantiles	1	250,00	250,00
Taburetes	10	9,00	90,00
Closet de cocina	1	190,00	190,00
TOTAL			4.023,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- Menaje

CUADRO N° 44
MENAJE

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Vajilla por docena	10	25,00	250,00
Juego de cubiertos por docena	10	8,00	80,00
Fuentes plásticas	5	1,30	6,50
Tabla de picar	3	2,50	7,50
Sartén	2	15,00	30,00
Olla de presión	1	55,00	55,00
Conjunto de utensilios	1	60,00	60,00
Pirex	3	18,00	54,00
Bandejas	10	9,00	90,00
Juego de cuchillos	1	6,00	6,00
Juego de Manteles	30	4,80	144,00
Servilletas de tela	50	0,90	45,00
Juego de ollas	1	85,00	85,00
TOTAL			913,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO N°45
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Equipo de computación	730,00
Equipo de oficina	1.771,00
Muebles de oficina	494,00
Equipo de cocina	4.132,00
Muebles de cocina	4.023,00
Menaje	913,00
Imprevistos 3%	361,89
TOTAL	12.424,89

Elaborado por: La Autora

- **Activos Diferidos.**

Los activos diferidos son todos los gastos que se debe cubrir para legalizar el funcionamiento de la microempresa, para que a futuro no se presenten problemas al momento de iniciar con las actividades.

CUADRO N°46
GASTOS DE CONSTITUCIÓN

ACTIVOS DIFERIDOS	
DESCRIPCION	VALOR
Trámites de constitución	350,00
Rediseño y adecuaciones	500,00
Estudio de factibilidad	1.000,00
TOTAL	1.850,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- **Capital de trabajo**

El capital de trabajo es el dinero con el que la microempresa cuenta en es momento para poder dar inicio el trabajo en sus actividades sin ningún contratiempo. Esta presupuestado para 1 mes.

CUADRO N° 47
CAPITAL DE TRABAJO

DESCRICIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
GASTOS DE OPERACIÓN		1.522,94
Materia prima	849,52	
Mano de obra	480,00	
Insumos	60,81	
Servicios básicos	90,00	
Consumo de gas	10,00	
Mantenimiento equipo de cocina	15,00	
Transporte	10,00	
Reposición de menaje	7,61	

GASTOS ADMINISTRATIVOS		436,33
Sueldo administrador	408,45	
Servicios de comunicación	15,00	
Mantenimiento computación	8,00	
Útiles de oficina	4,88	
GASTOS DE VENTAS		85,00
Publicidad	85,00	
Subtotal		2.044,26
Imprevistos 3%		61,33
TOTAL		2.105,59

Elaborado por: La Autora

5.4 INGRESOS

Los ingresos corresponde a la venta del producto, los cuales están detallados en el siguiente cuadro.

- **Proyección de Ingresos**

Los ingresos están basados en el estudio de mercado donde se capta el 20% de la demanda potencial a satisfacer con un incremento anual del 10%, tomando en cuenta la capacidad del proyecto, el precio de cada plato se estableció mediante el análisis de costos y gastos con un crecimiento anual del 4% según la tendencia de la inflación de los últimos años.

CUADRO N° 48
PROYECCIÓN INGRESOS

AÑOS	CANTIDAD	UNIDAD	PVP	TOTAL
1	25.908	Platos	1,30	33.680,40
2	28.499	Platos	1,35	38.473,65
3	31.349	Platos	1,41	44.202,09
4	34.484	Platos	1,46	50.346,64
5	37.932	Platos	1,52	57.656,64

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.5 EGRESOS.

Son todos los gastos que la microempresa debe hacer para poder cumplir con sus obligaciones derivadas de las operaciones productivas, estos crecen anualmente según la inflación proyectada al año 2011 que es del 4%, excepto la cantidad de materia prima

Gastos de producción

Está representado por todos los pagos de materia prima directa, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

- **Materia prima**

Se estableció tomando en cuenta el número de platos que se venderá cada año (ver en anexo)

CUADRO N°49
MATERIA PRIMA

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima	10.194,24	11.813,67	13.388,82	15.398,72	17.547,99
TOTAL	10.194,24	11.813,67	13.388,82	15.398,72	17.547,99

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- **Pago de Mano de Obra Directa en Jornada Parcial**

Considerando el horario de trabajo el pago de la mano de obra se lo realizara por horas mediante factura, este rubro crece en base a la tendencia de la inflación de los últimos cinco años que es el 4%.

CUADRO N°50
MANO DE OBRA DIRECTA EN JORNADA PARCIAL

N°	DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Mesero	160	1.920,00
2	Ayudante de cocina	160	3.840,00
TOTAL			5.760,00

Elaborado por: La Autora

CUADRO N°51
PROYECCIÓN MANO DE OBRA DIRECTA EN JORNADA PARCIAL

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mesero	1.920,00	1.996,80	2.076,67	2.159,74	2.246,13
Ayudante de cocina	3.840,00	3.993,60	4.153,34	4.319,48	4.492,26
TOTAL	5.760,00	5.990,40	6.230,02	6.479,22	6.738,39

Elaborado por: La Autora

- **Costos Indirectos de Producción**

- a. **Insumos**

CUADRO N°52

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Insumos	729,72	758,91	789,27	820,84	853,67
TOTAL	729,72	758,91	789,27	820,84	853,67

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

b. Servicio básicos

CUADRO N°53

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	30,00	360,00
Luz	60,00	720,00
TOTAL:		1.080,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO N°54
PROYECCIÓN SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	360,00	374,40	389,38	404,95	421,15
Luz	720,00	748,80	778,75	809,9	842,3
TOTAL	1.080,00	1.123,20	1.168,13	1.214,85	1.263,45

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

c. Consumo de gas

CUADRO N°55

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Consumo de gas	10,00	120,00
TOTAL:		120,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO N°56
PROYECCIÓN DEL CONSUMO DE GAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Consumo de gas	120,00	124,80	129,79	134,98	140,38

Elaborado por: La Autora

d. Mantenimiento Equipo de Cocina

CUADRO N°57

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento equipo de cocina	15,00	180,00
TOTAL		180,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO N°58
PROYECCIÓN MANTENIMIENTO DE EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento de equipo de cocina	180,00	187,20	194,69	202,48	210,57
TOTAL:	180,00	187,20	194,69	202,48	210,57

Elaborado por: La Autora

e. Transporte

CUADRO N°59

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Transporte	10,00	120,00
TOTAL:		120,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N°60
PROYECCIÓN DEL TRANSPORTE**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Transporte	120,00	124,8	129,79	134,98	140,38

Elaborado por: La Autora

f. Reposición de menaje

Corresponde el 10% del valor presupuestado, con un incremento anual según la inflación.

CUADRO N°61

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Reposición de menaje	91,30	94,95	98,75	102,70	106,81

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N°62
RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima	10.194,00	11.814,00	13.389,00	15.399,00	17.548,00
Mano de Obra	5.760,00	5.990,40	6.230,02	6479,22	6.738,39
Insumos	729,72	758,91	789,27	820,84	853,67
Servicios Básicos	1.080,00	1.123,20	1.168,13	1.214,85	1.263,45
Consumo de gas	120,00	124,80	129,79	134,98	140,38
Mantenimiento equipo de cocina	180,00	187,20	194,69	202,48	210,57
Transporte	120,00	124,80	129,79	134,98	140,38
Reposición menaje	91,30	94,95	98,75	102,70	106,81
TOTAL:	18.275,26	20.217,93	22.129,25	24.488,77	27.001,64

Elaborado por: La Autora

- **Gastos Administrativos.**

Dentro de los gastos administrativos se encuentra el pago de sueldo a empleados, suministros de oficina, servicios básicos el mantenimiento del equipo de computación.

CUADRO N°63
SUELDOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrador	4.901,40	5.097,46	5.301,35	5.513,41	5.733,94
TOTAL:	4.901,40	5.097,46	5.301,35	5.513,41	5.733,94

Elaborado por: La Autora

a. Arriendo

CUADRO N°64

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo	350	4.200
TOTAL:		4.200

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO N°65
PROYECCIÓN DEL ARRIENDO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo	4200,00	4368,00	4542,72	4724,43	4913,41

Elaborado por: La Autora

b. Servicios de Comunicación

CUADRO N°66

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Servicio de teléfono	15	180,00
TOTAL:		180,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO N°67
PROYECCIÓN SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicio de teléfono	180,00	187,20	194,69	202,48	210,57
TOTAL:	180,00	187,20	194,69	202,48	210,57

Elaborado por: La Autora

c. Útiles de oficina

CUADRO N°68

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Resma de papel bond	6	4,00	24,00	24,96	25,96	27,00	28,08
Carpetas archivadoras	5	2,00	10,00	10,40	10,82	11,25	11,70
Grapadora	1	1,50	1,50	1,56	1,62	1,69	1,75
Perforadora	1	3,00	3,00	3,12	3,24	3,37	3,51
Útiles varios	1	20,00	20,00	20,80	21,63	22,50	23,40
TOTAL:			58,50	60,84	63,27	65,80	68,44

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

d. Mantenimiento Computación

CUADRO N°69

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	8,00	96,00
TOTAL		96,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO N°70

PROYECCIÓN DE MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento computación	96,00	99,84	103,83	107,99	112,31

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 71

RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	4.901,40	5.097,46	5.301,35	5.513,41	5.733,94
Arriendo	4.200,00	4.368,00	4.542,72	4.724,43	4.913,41
Servicios de comunicación	180,00	187,20	194,69	202,48	210,57
Mantenimiento computación	96,00	99,84	103,83	107,99	112,31
Útiles de oficina	58,50	60,84	63,27	65,80	68,44
TOTAL:	9.435,90	9.813,34	10.205,87	10.614,10	11.038,67

Elaborado por: La Autora

- **Gastos de Ventas.**

Los gastos de ventas están representados por los gastos que se generan por la publicidad que se realiza para dar a conocer el producto a sus consumidores, también se debe considerar que los rubros cada año se van incrementando.

CUADRO N° 72
GASTOS DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio	150	600,00
Prensa	60	180,00
Hojas volantes	20	240,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 73
PROYECCIÓN DE GASTOS DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Radio	600	624,00	648,96	674,92	701,92
Prensa	180	187,20	194,69	202,48	210,57
Hojas volantes	240	249,60	259,58	269,97	280,77
TOTAL	1.020,00	1.060,80	1.103,23	1.147,36	1.193,26

Elaborado por: La Autora

- **Financiamiento**

Para financiar el proyecto se solicitó un préstamo a la cooperativa Atuntaqui, primeramente analizando la tasa de interés que mejor corresponda para tomar una decisión.

DATOS

CAPITAL 11.466,34
 TASA 16,00%
 TIEMPO 5
 CUOTA ANUAL

CUADRO N°74
 TABLA DE AMORTIZACIÓN

PERIODO	CUOTA DE PAGO	INTERES	PAGO AL PRINCIPAL	SALDO INSOLUTO
0				11466,34
1	3.501,93 \$	1.834,61 \$	1.667,31 \$	9.799,02 \$
2	3.501,93 \$	1.567,84 \$	1.934,08 \$	7.864,94 \$
3	3.501,93 \$	1.258,39 \$	2.243,54 \$	5.621,40 \$
4	3.501,93 \$	899,42 \$	2.602,50 \$	3.018,90 \$
5	3.501,93 \$	483,02 \$	3.018,90 \$	0,00
TOTAL	17.509,63 \$	6.043,30 \$	11.466,34 \$	

Elaborado por: La Autora

- **Depreciación**

La mejor alternativa es aplicar una fórmula, para poder cubrir en parte la pérdida de valor de los activos fijos de la microempresa.

**CUADRO N° 75
DEPRECIACIÓN DE ACTIVO FIJO**

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	VR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Equipo de Computación	730,00	243,33	162,22	162,22	162,22		
Renovación de equipo de Computación	759,20	253,07				168,71	168,71
Equipo de Oficina	1.771,00	177,10	159,39	159,39	159,39	159,39	159,39
Muebles y Enseres oficina	494,00	49,40	44,46	44,46	44,46	44,46	44,46
Equipo de Cocina	4.132,00	413,20	371,88	371,88	371,88	371,88	371,88
Muebles de Cocina	4.023,00	402,30	362,07	362,07	362,07	362,07	362,07
TOTAL	11.909,20	1.538,40	1.100,02	1.100,02	1.100,02	1.106,51	1.106,51

Elaborado por: La Autora

6.5.9 Amortización de Diferidos

CUADRO N°76

DETALLA	VALOR INICIAL	AMORTIZACIÓN ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Diferidos	2.250,00	20%	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N°77
RESUMEN DE EGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos operativos	18.275,26	20.217,93	22.129,25	24.488,77	27.001,64
Gastos administrativos	9.435,90	9.813,34	10.205,87	10.614,10	11.038,67
Gastos de ventas	1.020,00	1.060,80	1.103,23	1.147,36	1.193,26
Gastos financieros	1.834,61	1.567,84	1.258,39	899,42	483,02
Gasto depreciación	1.100,02	1.100,02	1.100,02	1.106,51	1.106,51
Gastos de amortización	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00
TOTAL	32.035,80	34.129,93	36.166,77	38.626,17	41.193,10

Elaborado por: La Autora

5.6 ESTADOS PROFORMA

- Balance de Arranque**

**CUADRO N°78
BALANCE DE ARRANQUE**

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVOS CORRIENTE	2.105,59	PASIVOS LARGO PLAZO	11.466,34
Caja - bancos	2.105,59	Préstamo por pagar	11.466,34
ACTIVOS FIJOS	12.424,89	CAPITAL	4.914,14
Equipo de Computación	730,00		
Equipo de oficina	1.771,00		
Muebles de oficina	494,00		
Equipo de cocina	4.132,00		
Muebles de cocina	4.023,00		
Menaje	913,00		
Otros	361,89		
ACTIVO DIFERIDO	1.850,00		
Gastos de constitución	1.850,00		
		TOTAL PASIVOS Y	
TOTAL ACTIVOS	16.380,48	CAPITAL	16.380,48

Elaborado por: La Autora

5.6.1 Estado de Resultados

Detalla todos los ingresos y gastos que el proyecto está generando, también define exactamente las utilidades por cada periodo.

CUADRO N° 79
ESTADO DE RESUSLTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	33.680,40	38.473,65	44.202,09	50.346,64	57.656,64
Costos Operativos	18.275,26	20.217,93	22.129,25	24.488,77	27.001,64
Utilidad Bruta	15.405,14	18.255,72	22.072,84	25.857,87	30.655,00
Gastos Administrativos	9.435,90	9.813,34	10.205,87	10.614,10	11.038,67
Gastos de Ventas	1.020,00	1.060,80	1.103,23	1.147,36	1.193,26
Depreciación	1.100,02	1.100,02	1.100,02	1.106,51	1.106,51
Amortización Diferidos	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00
Utilidad Operativa	3.479,22	5.911,56	9.293,71	12.619,89	16.946,56
Gastos Financieros					
Intereses	1.834,61	1.567,84	1.258,39	899,42	483,02
Utilidad Neta Proyectada	1.644,60	4.343,72	8.035,32	11.720,47	16.463,54

Elaborado por: La Autora

5.7 Flujo de Caja con Protección

Es el detalle de todos los movimientos del efectivo.

CUADRO N° 80

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Inversión Inicial	-16.380,48					
(=) Utilidad Neta		1.644,60	4.343,72	8.035,32	11.720,47	16.463,54
Depreciación		1.100,02	1.100,02	1.100,02	1.106,51	1.106,51
Reinversión					759,20	
Valor de Rescate						1.538,40
(=) Total Ingresos		2.744,63	5.443,74	9.135,34	13.586,18	19.108,45
EGRESOS						
Pago al Principal		1667,31	1934,08	2243,54	2602,50	3018,90
(=) Total Egresos		1667,31	1934,08	2243,54	2602,50	3018,90
(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO	-16.380,48	1.077,31	3.509,66	6.891,81	10.983,68	16.089,55

Elaborado por: La Autora

5.8 EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

- Valor actual neto

CUADRO N°81

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO 17,83%	ENTRADAS ACTUALES
0	-16.380,48			-16.380,48
1		1.077,31	0,848680	914,29
2		3.509,66	0,720258	2.527,86
3		6.891,81	0,611269	4.212,75
4		10.983,68	0,518772	5.698,02
5		16.089,55	0,440272	7.083,77
VAN				4.056,22

Elaborado por: La Autora

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

$$VAN=4.056,22$$

Con este análisis se determina que el proyecto es factible, ya que el resultado es positivo, corresponde a obtener una rentabilidad de 4.056,22 dólares en valores absolutos.

- **Tasa Interna de Retorno**

CUADRO N°82

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 17,83%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 26%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-16.380,48		-16.380,48		-16.380,48
1	1.077,31	0,848680	914,29	0,793651	855,01
2	3.509,66	0,720258	2527,86	0,629882	2.210,67
3	6.891,81	0,611269	4212,75	0,499906	3.445,26
4	10.983,68	0,518772	5698,02	0,396751	4.357,78
5	16.089,55	0,440272	7083,77	0,314882	5.066,30
VAN			4.056,22		-445,46

Elaborado por: La Autora

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

TIR= 25,06%

Aplicando este evaluador el proyecto tiene una rentabilidad del 25,06% , por tanto es factible ya que es mayor que la tasa de rendimiento medio.

- **Sensibilidad del TIR**

- a. **Cuando las ventas disminuyen un 3%**

CUADRO N°83

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 17,83%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 18%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-16.380,48		-16.380,48		-16.380,48
1	66,90	0,848680	56,78	0,847458	56,70
2	2.355,45	0,720258	1696,53	0,718184	1691,65
3	5.565,74	0,611269	3402,17	0,608631	3387,48
4	9.473,28	0,518772	4914,47	0,515789	4886,21
5	14.359,85	0,440272	6322,23	0,437109	6276,82
VAN			11,70		-81,62

Elaborado por: La Autora

TIR = 17,85%

En estas condiciones proyecto sigue siendo factible.

b. Cuando las ventas disminuyen un 4%

CUADRO N°84

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 17,83%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 16%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-16.380,48		-16.380,48		-16.380,48
1	-269,90	0,848680	-229,06	0,862069	-232,67
2	1.970,71	0,720258	1419,42	0,743163	1464,56
3	5.123,72	0,611269	3131,97	0,640658	3282,55
4	8.969,81	0,518772	4653,29	0,552291	4953,95
5	13.783,28	0,440272	6068,39	0,476113	6562,40
VAN			-1.336,47		-349,70

Elaborado por: La Autora

Al disminuir las ventas al 4% el proyecto no es factible ya que el TIR es inferior a la tasa de rendimiento medio.

- Periodo de Recuperación con Valores Corrientes

CUADRO N°85

AÑOS	CAPITAL	FNE	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	16.380,48	1.077,31	1.077,31	1	Año
2		3.509,66	3.509,66	2	Año
3		6.891,81	6.891,81	3	Año
4		10.983,68	4.901,70	5	Meses

Elaborado por: La Autora

El análisis con valores corrientes la inversión se la recupera en 3 años 5 meses.

- **Período de Recuperación con Valores Constantes**

**CUADRO N°86
FLUJOS DEFLACTADOS**

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR	FLUJO DEFLACTADO
1	1.077,31	0,848680	914,29
2	3.509,66	0,720258	2.527,86
3	6.891,81	0,611269	4.212,75
4	10.983,68	0,518772	5.698,02
5	16.089,55	0,440272	7.083,77

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N°87
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CON VALORE CONSTANTES**

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN
1	16.380,48	914,29	914,29	1 Año
2		2.527,86	2.527,86	2 Años
3		4.212,75	4.212,75	3 Años
4		5.698,02	5.698,02	4 Años
5		7.083,8	3.027,55	5 Mes

Elaborado por: La Autora

La inversión del proyecto se recupera en 4 años, 5 meses.

5.8.1 COSTO BENEFICIO

CUADRO N°88

AÑO	FNE	FACTOR 17,83%	FNE ACTUALIZADOS
1	1.077,31	0,848680	914,29
2	3.509,66	0,720258	2.527,86
3	6.891,81	0,611269	4.212,75
4	10.983,68	0,518772	5.698,02
5	16.089,55	0,440272	7.083,77
			20.436,70

Elaborado por: La Autora

$$C/B = \frac{\sum \text{FNE ACTUALIZADOS}}{\text{INVERSIÓN}}$$

$$C/B = 1,25$$

Este evaluador indica que por cada dólar invertido se genera 25 centavos

- **Punto de Equilibrio del Proyecto**

$$PEP = \frac{\text{Inversión Fija} + \text{Costos Fijos}}{\text{Margen de Contribución}}$$

$$PEP = \frac{\text{Inversión Fija} + \text{Costos Fijos}}{PVu - CVu}$$

Inversión Fija = 12.424,89
Costos F = 13.760,54

Precio de Venta = 1,30
Costo de venta = 0,71

$$PE = \frac{12.424,89 + 13760,54}{1,30 - 0,71}$$

PE= 44038 Platos

El punto de equilibrio significa que la microempresa debe vender 44.038 platos para comenzar a recuperar inversión fija y costos fijos.

CAPITULO VI

IMPACTOS

6.1 IMPACTOS

El análisis de impactos se realiza mediante el empleo de una matriz, la misma que actúa con la asignación de una calificación a los componentes del entorno, en el que se está trabajando, para lo cual se emplea la siguiente escala:

De 1 a 5 positivo, cuando es favorable

De -1 a -5 negativo, cuando es desfavorable

0 que define indiferencia

6.2 IMPACTO SOCIO- ECONOMICO

El presente proyecto tendrá un impacto socio-económico, debido a que generara entradas de efectivo tanto en el ámbito comercial como de prestación de servicios, de igual manera se contribuirá a generar fuentes de trabajo ya que se requerirá de mano de obra y personal calificado que brinde sus servicios en el restaurante, con lo que se pretenderá mejorar la calidad de vida de las familias que depende este proyecto.

CUADRO N°89
MATRIZ DE IMPACTOS

N.	FACTORES	NEGATIVO						POSITIVO				
		(-5)	(-4)	(-3)	(-2)	(-1)	0	(+1)	(+2)	(+3)	(+4)	(+5)
1	Empleo								2			
2	Nivel de Ingresos							1				
3	Ahorro							1				
4	Inflación						0					
5	PIB							1				
6	Creación de proyectos									3		
	TOTAL:	0	0	0	0	0	0	3	2	3	0	0

Sumatoria	8
Promedio	1,333333333

Elaborado por: La Autora

Dentro de la presente investigación se ha generado un impacto económico positivo, ya que permite crear fuentes de empleo, atraer el consumo de platos derivados del chocho, generando un buen nivel de ingresos, en cual ayuda en el desarrollo de la ciudad. La inflación y Producto interno bruto son factores que se deben tomar en cuenta para la realización de este impacto.

6.3 IMPACTO EMPRESARIAL

Dentro del ámbito empresarial el impacto que genera el proyecto tiene que ver con el giro del negocio, ya que dentro del área productiva que es la preparación de los platos se implantara un sistema de control de calidad que permita garantizar al cliente que lo que va a degustar es lo mejor, de igual forma se debe tomar en cuenta la presentación del producto que generará el proyecto.

CUADRO N°90
MATRIZ DE IMPACTOS

N.	FACTORES	NEGATIVO						POSITIVO				
		(-5)	(-4)	(-3)	(-2)	(-1)	0	(+1)	(+2)	(+3)	(+4)	(+5)
1	Recursos								2			
2	Inversión								2			
3	Utilidad								2			
4	Capacitación							1				
5	Organización							1				
6	Gestión							1				
	TOTAL:	0	0	0	0	0	0	3	6	0	0	0

Sumatoria	9
Promedio	1,5

Elaborado por: La Autora

El impacto empresarial muestra que va a generar recursos, la inversión es considerable lo cual es positivo genera una utilidad aceptable, permite brindar capacitación al personal que va a laboraren el restaurante, está organizado de una manera que permita que el personal cumpla con sus funciones y tenga conocimiento de ellas; por todos los aspectos antes mencionados puedo decir que el proyecto genera un impacto empresarial positivo, el cual constituye en el desarrollo de la ciudad.

6.4 IMPACTO AMBIENTAL

Dentro del presente estudio es muy importante mencionar el tipo de impacto ambiental, ya que generará emanación de desechos sólidos, líquidos y gaseosos, para esto es necesario explicar que los volúmenes generados no son muy representativos, por lo que se ha tomado en cuenta algunas alternativas que permitan mitigar el impacto que ocasionan en el ambiente.

CUADRO N°91
MATRIZ DE IMPACTOS

N.	FACTORES	NEGATIVO						POSITIVO				
		(-5)	(-4)	(-3)	(-2)	(-1)	0	(+1)	(+2)	(+3)	(+4)	(+5)
1	Desechos				-2							
2	Medidas de mitigación									3		
3	Aseo										4	
4	C. Ruido						0					
5	C. Visual						0					
6	Reciclaje									3		
	TOTAL:	0	0	0	-2	0	0	0	0	6	4	0

Sumatoria	8
Promedio	1,33333

Elaborado por: La Autora

El proyecto generará un impacto ambiental positivo debido a que este cuenta con medidas de mitigación como poner en recipientes adecuados los desperdicios, otro tener siempre aseado el restaurante como también contribuir con el reciclaje de la basura.

6.5 IMPACTO GENERAL

CUADRO N°92
MATRIZ DE IMPACTOS

N.	FACTORES	NEGATIVO					0	POSITIVO				
		(-5)	(-4)	(-3)	(-2)	(-1)		(+1)	(+2)	(+3)	(+4)	(+5)
1	Impacto Socio-Económico							1				
2	Impacto Empresarial								2			
3	Impacto Ambiental							1				
	TOTAL:	0	0	0			0	2	2			0

Sumatoria	4
Promedio	1,333

Elaborado por: La Autora

Se puede apreciar de la matriz que el impacto general del proyecto es positivo ya que con la puesta en marcha de la microempresa beneficiará significativamente, porque no afectará a ningún sector, sino más bien beneficiaría a la población en general.

CONCLUSIONES

De la investigación efectuada se debe resaltar varios puntos considerados básicos, que permiten concluir que el Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa, para la Comercialización de Platos Derivados del Chocho, en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura”, en la forma propuesta, justifica el financiamiento y el respaldo necesario para la ejecución del proyecto presentado y la conveniencia de la inversión.

1. Del diagnóstico y el estudio de mercado se determina que la oferta de platos derivados del chocho en la ciudad de Ibarra es limitada, por lo que existe una demanda potencial significativa que pueda aprovechar el proyecto.
2. El estudio de mercado establece que la tendencia de la necesidad insatisfecha del consumidor es tener una oferta permanente de Platos Derivados del Chocho.
3. La infraestructura de los locales que se encuentran actualmente en la ciudad es deficiente, ya que poca son las adecuaciones y mejoras que sean realizado.
4. Atraves del Estudio Financiero se determino la factibilidad económica-financiera del Proyecto, en donde una vez analizado los indicadores como el VAN, TIR, Relación Costo Beneficio, dan un resultado positivo a la vialidad del mismo.
5. La influencia del presente proyecto dentro de los ámbitos socio-económico, empresarial y ambiental tiene un impacto positivo dentro de la sociedad contribuyendo en el desarrollo de la provincia.

RECOMENDACIONES

1. Es necesario continuar con la comercialización de Platos Derivados del Chocho como una opción de inversión y alternativa de producción y dar el máximo apoyo posible a la promoción al consumo de este producto por medio de los medios de comunicación masiva.
2. Capturar y mantener parte la demanda potencial para el consumo de Platos Derivados del Chocho, mediante la aplicación de las estrategias de comercialización como: Reforzar en forma periódica el posicionamiento a través de campañas publicitarias, convenios con Instituciones Educativas, lo que permitirá mayor participación en el mercado.
3. Los propietarios de los lugares donde se expende Platos derivados del Chocho deben mejorar las condiciones de infraestructura, que actualmente ofrecen sus negocios, ya que de esta forma podrán ofrecer un adecuado servicio acorde a las exigencias del consumidor.
4. Dada la bondad de los evaluadores financieros es factible que en el corto plazo se implante el proyecto ya que en el futuro las condiciones pueden variar.
5. Realizar un buen trabajo en la microempresa, de tal manera que los diferentes impactos que pueda generar nuestro proyecto siempre sean positivos.

BIBLIOGRAFÍA

- ABACO; Diccionario Contable, Administrativo, Financiero; Tecnopro.
- BACA, Gabriel: Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, 2010
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Datos sobre la Inflación, 2011
- BRAVO, Mercedes: Contabilidad General, Séptima Edición, 2007.
- CALVA, Alberto: Bases para la Creación de la Microempresas, Tercera Edición, 2007
- CANTOS, Enriqueta: Diseño y Gestión de Microempresas, Segunda Edición, 2006
- CUEVA, Milton: El Emprendedor de Éxito, Sexta Edición, 2007
- GITMAN, Laurence: Principios de Administración Financiera. Decimo Primera Edición, 2007
- HOUSTON Joel: Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, 2007
- INEC, Censo de Población y Vivienda, 2001
- INIAP 2010 Boletín 368 Productos Andinos
- JÁCOME Walter (2005) Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, 2005
- KLASTORIN, Ted: Administración de Proyectos, Tercer Edición, 2006
- KOTLER, Philip: Principios de Marketing. Doceava Edición, 2008
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)

- PERALTA, E; RIVERA, A; MURILLO, N en el Boletín Divulgativo 382
Programa Nacional de Leguminosas y Granos Andinos, 2010

LINCOGRAFIA

- www.google.com
- www.inec.gov.ec
- www.imi.gov.ec
- www.bce.gov.ec
- www.rincodelvago.com
- www.club.telepolis.com
- www.sri.gov.ec
- www.yahoo.es
- www.es.wikipedia.org
- <http://www.matematicas-financieras.com>
- <http://www.derecho.dlh.lahora.com.ec>

ANEXOS

ANEXO A



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
ENCUESTA PARA LA POBLACIÓN DE IBARRA

OBJETIVO:

“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa, para la Comercialización de Platos derivados del Chocho, en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura”.

Por favor responda con toda sinceridad a las preguntas planteadas, para de esta manera tener una información clara y precisa.

1. ¿Qué productos típicos del chocho ha consumido y que valor ha pagado por la porción?

		VALOR
a) Cevichocho	()	Usd. _____
b) Chochos con Tostado	()	Usd. _____
c) Ensalada de Chocho	()	Usd. _____
d) Cosas Finas	()	Usd. _____
e) Otros	()	Usd. _____
Especifique _____		

2. Marque con una (x) ¿Con qué frecuencia y cuantos platos derivados del chocho consume?

Frecuencia	Cantidad de Platos			
	1 -2	3 - 4	5 - 6	Más de seis
Diario				
Semanal				
Quincenal				
Mensual				
Más de mes				

3. ¿Dónde consume estos productos?

- a) Salón o Covacha ()
- b) Vendedores Ambulantes ()
- c) Mercado ()
- d) Instituciones Educativas ()
- e) Otros ()

Especifique_____

4. ¿Qué no le agrada de la venta actual de estos productos?

- a) La presentación ()
- b) El aseo ()
- c) La calidad ()
- d) La manipulación ()
- e) Otros ()

Especifique_____

5. ¿En qué envases prefiere usted que le sirvan este tipo de productos?

- a) Fundas plásticas ()
- b) Envases de plástico ()
- c) Tarrinas ()
- d) Otros ()

Especifique_____

6. ¿Esta de acuerdo en que se cree en la ciudad de Ibarra un lugar donde se expendan platos derivados del chocho?

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

7. **Responda esta pregunta si contesto Si a la anterior pregunta de lo contrario pase a la siguiente pregunta** ¿Cuál de estos productos desearía consumir si se crea dicho lugar?

- a) Cevichocho ()
- b) Chochos con Tostado ()
- c) Ensalada de Chocho ()
- d) Cosas Finas ()
- e) Otros ()

Especifique_____

8. ¿Por qué medios de comunicación o propaganda se enteró usted de la existencia de estos productos?

- a) Prensa ()
- b) Radio ()
- c) Hojas Volantes ()
- d) Vallas publicitarias ()
- e) Comentarios de otras personas ()
- f) Otros ()

Especifique_____

9. ¿Qué emisora es la que frecuentemente sintoniza?

- a) R. América ()
- b) R. Canela ()
- c) R. Vocú ()
- d) R. La Bruja ()
- e) R. Zónica ()
- f) Otros ()

Especifique_____

10. ¿Qué diario lee con mayor frecuencia?

- a) La Hora ()
- b) El Norte ()
- c) La Verdad ()
- d) Otros ()

Especifique_____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO B

ENTREVISTA

Empresa: _____

Nombre: _____

Cargo: _____

13. ¿Qué requisitos necesita para fomentar este negocio?

14. ¿Para emprender este negocio realizó usted algún financiamiento en alguna institución financiera?

15. ¿Desde cuándo desempeña esta actividad?

16. ¿Cuáles son las normas de salubridad que aplica usted?

17. ¿Qué criterios tiene para la recepción de la materia prima e insumos?

18. ¿Cuáles son las principales herramienta de trabajo e inmobiliario?

19. ¿Cuál es el proceso de preparación de estos productos?

20. ¿Cómo considera la competencia actual de la venta de este producto?

21. ¿Cuál es el promedio de ventas diario en platos?

22. ¿Cree usted que este negocio es rentable?

23. ¿Qué estrategias aplica usted para llegar al cliente?

24. ¿Cuál es el promedio de edad de sus clientes?

ANEXO C



FICHA DE OBSERVACIÓN

Objetivo: Conocer aspectos relevantes al proyecto que definen el estudio

LUGAR: Comerciantes de Platos Derivados del Chocho

En el momento de la entrevista a los pequeños comerciantes de platos derivados del chocho se pudo observar lo siguiente:

- La infraestructura no es la adecuada para que los clientes se puedan servir el producto en el mismo lugar.
- El precio al que comercializan platos derivados del chocho es de acuerdo a la porción que contiene cada plato.
- El lugar de comercialización es no cuenta con servicios básicos por lo que se puede identificar que no hay una correcta higiene en la preparación de los productos ya que están expuestos a las inclemencias del tiempo, contrayendo partículas contaminantes.
- Los desperdicios que salen de la preparación de los chochos no son puestos en un lugar adecuado ya que eso está a la vista del consumidor.

INVESTIGADOR: Gladys Yucato

VISITA AL MAGAP (Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca)

LUGAR: MAGAP SECTOR: Público	TITULO: Producción del Grano de Chocho
1.- ¿En la ciudad de Provincia de Imbabura existe producción de grano de chocho? Si en la provincia de Imbabura existe producción de grano de chocho, en los lugares de mayor producción son: San Pablo, Pimampiro	
2.- ¿La producción del grano de chocho cada qué tiempo se da? Este producto es constantemente producido en los diferentes lugares de la provincia ya que existe apoyo para los productores tanto económico como charlas para el buen mantenimiento de la planta.	
3.- ¿En donde se comercializa el grano de chocho? Generalmente los grandes productores del grano de chocho lo comercializan fuera del país y la provincia, pero los pequeños productores de grano de chocho lo comercializan a bodegas y consumidor final dentro de la provincia.	
4.- ¿Actualmente conoce usted algún producto que se prepare con el chocho? Si hay múltiples formas que en el Ecuador consume este producto, claro que el consumo es escaso ya que las personas consumen productos poco nutritivos. Entre ellos tenemos: cevichocho, ensalada, empanadas, pizza, acompañado con las cosas finas etc.	
5.- ¿Existe campañas publicitarias que alienten al consumo del chocho o de algún otro producto nutritivo de origen ecuatoriano? Si el gobierno nacional mantiene actualmente campañas de nutrición en donde se incentiva al consumo de productos nutritivos entre estos el chocho.	
INVESTIGADOR: Gladys Yucato	

ANEXO D

ANÁLISIS DEL COSTO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS

Primer Año

DIARIO

70,00 PLATOS

MATERIA PRIMA	CANTIDAD	UNIDADES	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO UNIT.	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Chocho	9	libras	252	3.024	0,45	113,40	1.360,80
Paiteña	33	unidades	924	11.088	0,08	73,92	887,04
Tomate	65	unidades	1.820	21.840	0,08	145,60	1.747,20
Limón	43	unidades	1.204	14.448	0,04	48,16	577,92
Verde	9	unidades	252	3.024	0,07	17,64	211,68
Maíz	5	libras	140	1.680	0,45	63,00	756,00
Canguil	7	libras	196	2.352	0,35	68,60	823,20
Cuero de cerdo	6	libras	168	2.016	1,90	319,20	3.830,40
TOTAL							10.194,24

Segundo Año

DIARIO

78,00 PLATOS

MATERIA PRIMA	CANT.	UNIDADES	CANTIDAD MEN	CANTIDAD ANUAL	COSTO UNIT	COSTO MEN.	COSTO ANUAL
Chocho	10,0	libras	281	3.370	0,47	131,41	1.576,97
Paiteña	36,8	unidades	1.030	12.355	0,08	85,66	1.027,95
Tomate	72,4	unidades	2.028	24.336	0,08	168,73	2.024,76
Limón	47,9	unidades	1.342	16.099	0,04	55,81	669,73
Verde	10,0	unidades	281	3.370	0,07	20,44	245,31
Maíz	5,6	libras	156	1.872	0,47	73,01	876,10
Canguil	7,8	libras	218	2.621	0,36	79,50	953,97
Cuero de cerdo	6,7	libras	187	2.246	1,98	369,91	4.438,89

QUINTO
AÑO

DIARIO

103,00 PLATOS

1,04

MATERIA PRIMA	CANTIDAD	UNIDADES	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Chocho	13,2	libras	371	4.450	0,53	195,20	2.342,43
Paiteña	48,6	unidades	1.360	16.315	0,09	127,24	1.526,92
Tomate	95,6	unidades	2.678	32.136	0,09	250,63	3.007,57
Limón	63,3	unidades	1.772	21.259	0,05	82,90	994,81
Verde	13,2	unidades	371	4.450	0,08	30,36	364,38
Maíz	7,4	libras	206	2.472	0,53	108,45	1.301,35
Canguil	10,3	libras	288	3.461	0,41	118,09	1.417,03
Cuero de cerdo	8,8	libras	247	2.966	2,22	549,46	6.593,51
TOTAL							17.547,99

INSUMOS

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	CANTIDAD MENSUAL	UNIDAD	CANTIDAD ANUAL	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Culantro			12,00	2,50	30,00
Aliño			12,00	3,50	42,00
Mostaza	12,00	Frasco	144,00	1,80	259,20
Sal	8,00	Fundas	96,00	0,87	83,52
Aceite	15,00	Frascos	180,00	1,75	315,00
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					729,72

ANEXO E

ROL DE PAGOS

SUELDO BÁSICO 264
APORTE
PATRONAL 12,15%

N° EMPLEADOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO IV SUELDO	DÉCIMO III SUELDO	APORTE PATRONAL 12,15%	FONDO RESERVA	TOTAL
1	Administrador - cajero	300	3600	264	300	437,4	300	4901,4

ANEXO F

TENDENCIA DE LA INFLACIÓN

No.	AÑOS	INFLACIÓN	$IC = \frac{Aa}{Ap} - 1$
1	2006	2,87	0
2	2007	3,32	0,16
3	2008	8,83	1,66
4	2009	4,31	-0,51
5	2010	3,33	-0,23
	2011	4,23	0,27

Fuente: Banco Central

Elaborado por: La autora.



ANEXO G

PROFORMAS ANEXO G1



DE: PRADO MONTENEGRO DORIS FLORALBA
RUC: 0400778593001

Ibarra a, 11 de Junio del 2011

SR:
Yucato Gladys
C.I. #1003147053

De nuestra consideración:

Por medio de la presente, **Almacén ELECSON**, distribuidor de las mejores marcas más reconocidas en electrodomésticos del mercado y en atención a la invitación realizada por usted, tenemos el agrado de ofertarle el siguiente artefacto:

Cant.	Detalle	V. Unitario	V. Total
01	REFRIGERADORA MARCA: INNOVA MODELO: Everest 1800 NF	\$ 748.21	\$ 748.21
01	COCINA INDUSTRIAL ASERO INOX 3Q	\$ 190.00	\$ 190.00
01	CONGELADOR PANORAMICO MARCA: ECASA MODELO: GLACIAL	880.00	880.00
01	TV LCD MARCA: GL MODELO: 42PJ350	876.00	876.00
01	MINICOMPRNTE MARCA: SONY MODELO: EX6	240.00	240.00
01	SILLAS GIRATORIAS DE OFICINA	70.00	140.00
SUB TOTAL			\$2,744.83
IVA 12%			\$329.38
TOTAL			\$3,074.21

Condiciones Generales:

- Forma de Pago: Contado
- Validez de la oferta: 30 Días

Sin otro particular, quedamos a la espera de sus gratas órdenes

Atentamente,

**SRA. DORIS PRADO
GERENTE PROPIETARIA**

Ibarra: Sánchez y Cifuentes 12-80 y Av. Pérez Guerrero (Diagonal al Mercado Amazonas)
Telf.: (06) 2959992
San Gabriel.: Calle Sucre 0383 y Bolívar (Parque principal) Telf.: (06) 2290166 Carchi - Ecuador

ANEXO G2

MEGA STANK

Sánchez y Cifuentes y Miguel Oviedo 9-27
RUC 1002745128

TEL: 062645381,093117238, 093631212,

SOLICITUD DE COTIZACIONES – PROFORMAS

CANT.	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Self service 3 bandejas	1000.00	1000.00
1	Vitrina (1.50cm x 1m x 20cm) con caja	350.00	350.00
		Subtotal	1350.00
		I.V.A. 12 %	162.00
		TOTAL USD	1512.00

Byron W. Caguasango B.

FIRMA AUTORIZADA

MEGASTANK IBARRA
RAUL BOLANOS
RUC: 1002742128001
SANCHEZ Y MIGUEL OVIEDO 9-27

FIRMA AUTORIZADA

RECIBI CONFORME

ANEXO G3

ANEXO G5



MI VAJILLA

PAREDES VALLEJO LUIS HIGUIDIO

Dir.: Av. Pérez Guerrero 6-22 y Bolívar Telf.: 2 951 201
Ibarra - Ecuador

PROFORMA

Nº 01591

RUC. 1000356798001

Señor (a): Rico Chocha

RUC.: _____

Fecha: _____

Dirección: _____

Telf.: _____

CANT.	DETALLE	P. UNIT.	V. TOTAL
1	hazor ideal # 26		1.10
1	ladacora casaca # 22		0.65
1	carocera sumesa # 50		46.50
1	cangulero		26.00
1	rallador Umas		3.50
3	table de picar madera		3.30
2	table de plastico	3.90	7.80
3	spositors rey redondo		8.00
1	licuadora Oster		80.00
1	selo de pared grande		6.00
2	esumidos de arroz rey	1.20	2.40
1	cuclillo # 6 redondo		1.80
1	cuclillo # 7 redondo		2.10
1	cuclillo # 6 puntero		1.40
1	parte instalado # 10		6.00
1	achota umas		3.00
3	bandeja rey snack	3.00	9.00
		Subtotal \$	
		12 % IVA	
		% IVA	
		TOTAL	208.55

ENTREGUE CONFORME

RECIBI CONFORME

Prografic Offset Telf.: 2 954794 Ibarra



MI VAJILLA

PAREDES VALLEJO LUIS HIGUIDIO

Dir.: Av. Pérez Guerrero 6-22 y Bolívar Telf.: 2 951 201
Ibarra - Ecuador

PROFORMA

Nº 101590

RUC. 1000356798001

Señor (a):

Rico Pineda

RUC.:

Fecha:

Dirección:

Telf.:

CANT.	DETALLE	P. UNIT.	V. TOTAL
3	doi de ceviche mediano	8.00	24.00
3	doi de ceviche de cristal	6.60	19.80
16	salsas rojas	0.55	8.80
16	salsas blancas	0.55	8.80
16	salsas amarillas	0.55	8.80
16	salsas verdes	0.65	10.40
16	apenas verdes	1.40	22.40
1	placeros #40 caldero Industrial		69.00
1	olla de presión 10 lts Unico		53.00
1	pala # 50		39.00
16	canas de portacubiertos	0.80	12.80
16	espiradoras de limón	1.50	24.00
1	juerga de olla recortada Unico 26/30		49.60
3	basurero rey	4.85	14.55
1	basurero chico en orafuerte		6.50
1	cuchara con hueso #10		200
1	cuchara sin hueso #10.		200
		Subtotal \$	
		12 % IVA	
		% IVA	
		TOTAL	375.45

[Signature]

ENTREGUE CONFORME

RECIBI CONFORME

Prografic Offset Telf.: 2 954794 Ibarra

ANEXO G6



PARA: GLADYS YUCATO
Dirección: IBARRA
RUC: 00000000
Fecha: 11 de junio de 2011

PROFORMA
 válida 8 días

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Combo Case Atx SW-8107 Mainboard Intel Foxconn G41MXF Procesador Intel Dual Core 2,8GHZ Memoria DDR2 2GB/800 Disco 500 Gb 7200 rpm Teclado ps/2 multimedia Mouse Scroll Ps/2 Optico Lector de Tarjetas de memorias Tarjeta de sonido incorporado Tarjeta de red 10/100 bt incorporado Dvd Rwriter LG 20x	517.86	517.86
1.00	Monitor 18.5" LCD PANTALLA LIQUIDA Impresora Multifunción Canon MP250 Regulador de Voltaje 1200VA Parlantes, Cobertores, pad mouse	133.93	133.93
		SUBTOTAL	651.79
		12%Iva	78.21
		TOTAL	730.00

IVAN TIGSI
 EJECUTIVO DE VENTAS
 084 058 083 / 06 2 608 193
www.hardtechnology.com.ec

