



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

**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MANJARES TRADICIONALES CON PRODUCTOS NATURALES DEL MEDIO, EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”

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

**AUTOR:** BAUTISTA, F. María Teresa

**DIRECTOR:** Ing. César Pinto

**IBARRA, DICIEMBRE 2013**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación permitió determinar la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de manjares tradicionales con productos naturales del medio, en la ciudad de Otavalo provincia de Imbabura misma que contó con el aporte de la población del Otavalo y se obtuvo información valiosa para contar con datos reales que sirvieron de gran aportación a la investigación: Del capítulo del Diagnostico Situacional se obtuvo que Otavalo es una ciudad emprendedora que le gusta innovar. Se cuenta con personas trabajadoras que les gustan los retos por lo que muchos apuestan por la creación de la Empresa ya que les gusta el cambio de tendencia de gustos y preferencias. Por otro lado el Estudio de Mercado nos permitió identificar que la demanda del producto que se va a elaborar y comercializar es muy significativa; con la ficha de observación se pudo notar que la oferta es mínima por lo que es un buen punto a favor de la Empresa ya que no contara con competencia excesiva. El Estudio Técnico nos ayudó a establecer el lugar donde se va a implantar la Empresa contando con lo principal que es la infraestructura la cual se adaptara de la manera más óptima localizándose en un lugar estratégico de la ciudad de Otavalo que será un factor primordial para acceder directamente con la población, Con el estudio financiera se tiene una idea clara de lo que se quiere realizar y cuanto se quiere invertir de manera más concreta y esto dando como resultado la viabilidad de la investigación, El Estudio Organizacional nos da a conocer cómo se va a realizar la constitución de las Empresa que se va a necesitar, que obligaciones y derechos tenemos, como vamos a diseñar el producto para su comercialización Los Impactos evaluados son positivos por lo cual nos permite saber que la creación de la Empresa no causara ningún tipo de daño al entorno de la Ciudad de Otavalo.

## EXECUTIVE SUMMARY

The present work of investigation allowed to determine the feasibility of creating a company dedicated to the development and marketing of traditional delicacies natural environmental products, in the city of Otavalo province Imbabura same that received the support of population of Otavalo and obtained valuable to count with real data that served of major contribution to the research: the chapter of Situational diagnostic was obtained that Otavalo is a town entrepreneur who likes to innovate, many opt for the creation of the company because they like the change of tendency of tastes and preferences. By other side study the study of market allowed us to identify the demand for the product that developed and marketed is very significant, with the observation sheet could notice that the offer is minimal by that is a good point in favor of the Company and not to count on excessive competition. The Technical Study helped to establish the location of the Company where will implement the company counting with infrastructure which is adapted in the most optimal being located in a strategic location in the city of Otavalo that to be a major factor in accessing directly with the people , with the financial study has a clear idea of the what you want to do and how much you want to invest in a more concrete and this viability resulting from research , Organizational study lets how it goes to make the constitution of the Company that will be need , that obligations and rights that we have, as we design the product for Impacts evaluated marketing are positive which lets us know that the creation of the Company will not cause any damage to the environment of the city of Otavalo.

## AUTORÍA

Yo. **MARÍA TERESA BAUTISTA FLORES**, portadora de la cedula de Identidad N° **1003536115**, declaró bajo juramento que el presente trabajo descrito es de mi autoría **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MANJARES TRADICIONALES CON PRODUCTOS NATURALES DEL MEDIO, EN LA CIUDAD DE OTAVALO PROVINCIA DE IMBABURA”**, los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no han sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información



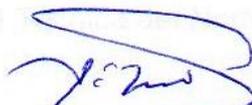
---

**María Teresa Bautista Flores**  
**100353611-5**

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de grado presentado por la egresada **María Teresa Bautista Flores**, con cedula de identidad N° **100353611-5** para optar por el Título de **INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA. CUYO TEMA ES: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MANJARES TRADICIONALES CON PRODUCTOS NATURALES DEL MEDIO, EN LA CIUDAD DE OTAVALO PROVINCIA DE IMBABURA"**. Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 5 días de Diciembre del 2013.



---

**ING. CÉSAR PINTO**  
**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**  
**CI: 100152757-9**



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

Yo, **María Teresa Bautista Flores**, con cedula de identidad N<sup>a</sup> **100353611-5**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículo 4,5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MANJARES TRADICIONALES CON PRODUCTOS NATURALES DEL MEDIO, EN LA CIUDAD DE OTAVALO PROVINCIA DE IMBABURA.”**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. 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.

Ibarra a los 5 días del mes de Diciembre del 2013

---

**María Teresa Bautista Flores**  
**1003536115**



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

**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**  
**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN**

**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 dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo en disposición la siguiente información

<b>DATOS DE CONTACTO</b>	
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD</b>	100353611-5
<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	María Teresa Bautista Flores
<b>DIRECCIÓN</b>	Otavalo
<b>EMAIL</b>	<a href="mailto:maytejc_19@hotmail.com">maytejc_19@hotmail.com</a>
<b>TELÉFONO FIJO</b>	062924383
<b>TÍTULO</b>	<b>“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MANJARES TRADICIONALES CON PRODUCTOS NATURALES DEL MEDIO, EN LA CIUDAD DE OTAVALO PROVINCIA DE IMBABURA.”</b>
<b>AUTORA:</b>	María Teresa Bautista Flores
<b>FECHA:AAAAMMDD</b>	2013- 12- 5
<b>PROGRAMA</b>	PREGRADO            POSGRADO
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA.
<b>DIRECTOR</b>	Ing. César Pinto

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **María Teresa Bautista Flores**, con CI., N° **1003536115**, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de grado, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizó 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 de apoyo a la educación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONTANCIAS

La autora manifiesta que la obra presente es original y se la desarrollo, sin violentar ningún derecho de autor de terceros, por ende los derechos patrimoniales son exclusivos del titular de esta obra, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad Técnica del Norte en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 5 días de Diciembre del 2013

EL AUTOR



---

**María Teresa Bautista Flores**  
100353611-5

ACEPTACIÓN



---

**ING. Betty Chávez**  
BIBLIOTECA

# DEDICATORIA

Dedico este trabajo con todo mi amor a DIOS que es mi fortaleza diaria, con amor y cariño a mis padres, por su apoyo permanente, por estar a mi lado en todo momento, a mis hermanos quienes son fieles compañeros de mi vida.

**Ma. Teresa B.**

# **AGRADECIMIENTO**

Gracias a DIOS por ayudarme a seguir viva y a guiarme en el camino de su misericordia por darme la fuerza suficiente para culminar con mi meta más anhelada, a mis Padres, Edwin y Anita por ser lo más hermoso de mi vida mis hermanos Mateo y Junior quienes pusieron su granito de arena ayudándome, dándome ánimos nunca dejaron que desfallezca, a mi tía Lilianita que con su apoyo a sabido guiarme.

**Ma. Teresa B**

## **PRESENTACIÓN**

El presente trabajo de grado se lo ha planteado, por la necesidad de cuidar la salud y de no perder la tradición de nuestros antepasados que con esmero y trabajo supieron innovar manjares sanos.

Sin embargo, la actualidad Ecuador cuenta con una extensa variedad de manjares tradicionales que se están perdiendo, los cuales tienen un excelente sabor y aportes nutricionales dentro de ellos encontramos el arrope de mora, dulce de leche, higos y pristiños con miel.

Por lo tanto se ha tomado aspectos importantes en el desarrollo de la investigación, para lo cual se expone una síntesis del contenido en los diversos capítulos del informe final.

También para el desarrollo de la investigación fue la realización del Diagnóstico de la situación actual de productores y comercializadores de manjares tradicionales a nivel local, definiendo aspectos positivos y negativos que podrían intervenir.

Adicionalmente se procedió a contextualizar, las bases teóricas que ayudaron a visualizar de una manera más objetiva de lo que se iba a realizar.

Además se ejecutó un Estudio de Mercado, donde se analizó la oferta y la demanda de los manjares tradicionales, se estudió los precios adecuados para ofrecerlos y como promocionarlos en el mercado.

Igualmente se realizó un Estudio Técnico el que fue de gran apoyo para establecer una ubicación óptima de la Empresa, el diseño, la distribución de la planta, la localización de estaciones de trabajo necesarias.

Así mismo se realizó un Estudio Financiero financiera en base a las inversiones, ingresos, costos, los diversos flujos y los indicadores básicos con los que determinan la viabilidad de la Empresa.

Por otra parte se elaboró un capítulo de la Estructura Organizacional, se estableció el modelo administrativo de funcionamiento de la Empresa, se implanto la visión, la misión, la figura orgánica de la Empresa

Finalmente se analizó los impactos que generará la Empresa al entorno natural en aspecto socioeconómico, empresarial, educativo y ambiental.

Terminando con la presentación se han obtenido conclusiones y recomendaciones, mismas que fundamentan la factibilidad y sustentabilidad del Trabajo de Grado.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **General**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una Empresa dedicada a la elaboración y comercialización de manjares tradicionales con productos naturales, en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.

### **Específicos**

- Efectuar un diagnóstico situacional de la ciudad de Otavalo, mediante la matriz AOOR.
- Elaborar un marco teórico que sustente el proyecto, a través de la investigación bibliográfica y documental.
- Desarrollar un Estudio de Mercado para conocer la oferta y demanda de los productos.
- Ejecutar un Estudio Técnico que permita determinar la Estructura Física, Operativa y Administrativa de la Empresa.
- Construir un análisis Económico Financiero para establecer la factibilidad del proyecto.
- Elaborar la propuesta Técnica constructiva de la Empresa.
- Determinar los principales impactos que producirá el proyecto, mediante investigación de campo.

## JUSTIFICACIÓN

Las razones por las cuales se ha escogido este tema son las siguientes:

La investigación se dio por motivo que en Otavalo no existe un lugar donde se especialicen en realizar manjares tradicionales con insumos naturales.

La elaboración de productos de manera 100% natural son escasos no son aprovechados al máximo por esta razón se quiere rescatar la buena alimentación de la población otavaleña ofreciendo productos ricos y al alcance de todos

La investigadora está relacionada con esta actividad no directamente pero si de manera indirecta, tiene conocimiento de cómo es la actividad comercial, y la elaboración de manjares tradicionales con insumos naturales producción como: arrope de mora, dulce de leche, higos y pristiños con miel manera de como brindar este producto de manera natural contribuyendo con la buena alimentación.

La investigación se la podrá realizar, ya que en la Ciudad de Otavalo no existe un lugar donde se brinde productos elaborados a base de insumos naturales, los beneficiarios serán los habitantes especialmente del sector urbano, turistas y la población de sus alrededores, además con este proyecto se creará fuentes de trabajo directas como indirectas en las diversas áreas del proyecto, ya que pretende tener una marca que lo identifique y sobre todo el lugar será donde existe mayor afluencia de población otavaleños y turistas.

La propuesta se presenta como una solución original e innovadora en nuestro medio ya que ofrece al cliente la oportunidad de compartir en un lugar eminentemente acogedor, brindándole productos sanos y con accesibilidad a toda la población sin excepción.

Con la correcta aplicación de la Administración y la Contabilidad, la empresa podrá desarrollar estrategias y técnicas que permitan estimular la demanda y con ello tener un gran volumen de ventas.

Como beneficiarios directos tendremos a los adolescentes, niños, adultos y turistas que les guste deleitarse de algo dulce y agradable, sano y nutritivo daremos el valor agregado que será la calidad que se merece el consumidor.

La Empresa será organizada y administrada por la propietaria quien tiene conocimientos sobre administración, finanzas, contabilidad, marketing, entre otros.

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
EXECUTIVE SUMMARY.....	iii
AUTORÍA .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
CERTIFICACIÓN .....	iv
DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO.....	x
PRESENTACIÓN .....	xi
JUSTIFICACIÓN .....	xiv
ÍNDICE GENERAL.....	xvi
ÍNDICE DE CUADROS .....	xxii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxv
CAPÍTULO I .....	26
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	26
Antecedentes .....	26
OBJETIVOS .....	28
General .....	28
Específicos.....	28
VARIABLES DIAGNÓSTICAS .....	28
INDICADORES QUE DEFINEN LAS VARIABLES .....	29
Producción .....	29
Comercialización .....	29
Talento Humano.....	29
Inversión y Rentabilidad .....	29
MATRIZ DIAGNÓSTICA .....	29
MECÁNICA OPERATIVA.....	31
Identificación de la Población .....	31
Cálculo de la Muestra.....	31
Información Primaria .....	32

Información Secundaria .....	32
EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	32
Resultado y Análisis de las Encuestas Dirigidas a la Población del Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura.....	32
MATRIZ AOR .....	44
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA .....	44
CAPÍTULO II .....	45
MARCO TEÓRICO .....	45
EMPRESA .....	45
Definición .....	45
Clasificación.....	45
Empresario.....	47
Visión .....	48
Misión .....	48
Estructura Organizacional.....	49
ASPECTO DEL MERCADO.....	49
Estudio de Mercado .....	49
Demanda .....	50
Oferta .....	50
Producto .....	50
Mercado.....	51
Precio.....	51
Promoción.....	51
Publicidad .....	52
Comercialización.....	52
ASPECTO TÉCNICO.....	53
Localización .....	53
Macrolocalización .....	53

Microlocalización .....	53
MANJARES TRADICIONALES .....	54
Arrope de Mora .....	54
Dulce de Leche .....	56
Higos .....	59
Pristiños con Miel .....	60
ESTUDIO TÉCNICO .....	62
Organigrama .....	62
Flujograma .....	62
CAPÍTULO III .....	63
ESTUDIO DEL MERCADO .....	63
Introducción.....	63
OBJETIVOS .....	64
General .....	64
Específicos.....	64
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO .....	64
DEMANDA .....	67
Demanda Actual.....	67
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA .....	68
Proyección de la Demanda del Arrope de Mora.....	69
Proyección de la Demanda del Dulce de Leche.....	70
Proyección de la Demanda de Higos .....	70
Proyección de la Demanda de Pristiños Con Miel.....	71
OFERTA.....	72
Oferta Actual .....	72
Proyección de la Oferta.....	72
Demanda Potencial por Manjar .....	73
PRONÓSTICO DE VENTAS POR MANJARES TRADICIONALES .....	75

Pronóstico de Venta del Arrope de Mora .....	75
Pronóstico de Venta del Dulce de Leche .....	76
Pronóstico de Venta de los Higos .....	76
Pronóstico De Venta Del Arrope De Mora .....	77
PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN .....	77
Precios .....	77
Promoción .....	78
Producto .....	78
Competencia .....	78
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	78
CAPÍTULO IV .....	80
ESTUDIO TÉCNICO .....	80
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	80
Macrolocalización .....	80
Microlocalización .....	81
UBICACIÓN DE LA EMPRESA .....	81
DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA .....	82
INSTALACIONES .....	84
FLUJOGRAMA PRODUCTIVO .....	85
Simbología del Flujograma .....	85
PROCESO PRODUCTIVO .....	86
Flujograma Productivo .....	86
PRESUPUESTO DEL PROYECTO .....	94
Inversión Fija .....	94
Inversión Diferida .....	98
Capital De Trabajo .....	98
CAPÍTULO V .....	100
ESTUDIO FINANCIERO .....	100
PROPUESTA FINANCIERA .....	100

INVERSIÓN DEL PROYECTO.....	100
CÁLCULO DEL COSTE DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO .....	101
Cálculo del Coste de Oportunidad.....	101
Tasa de Rendimiento Medio.....	101
INVERSIÓN FIJA .....	101
Infraestructura .....	102
Maquinaria y Equipo.....	102
Herramientas y Materiales para la Producción.....	103
Muebles y Enseres.....	104
Equipo de Computación .....	105
Equipo de Oficina .....	105
Resumen de Activos Fijos .....	106
INVERSIÓN DIFERIDA .....	106
Gastos de Constitución .....	106
CAPITAL DE TRABAJO.....	107
INGRESOS .....	108
Proyección de Ingresos.....	108
EGRESOS.....	109
Costos de Producción .....	109
Gastos Administrativos.....	111
Gastos Ventas.....	113
Gastos Financieros .....	114
BALANCE DE ARRANQUE .....	116
ESTADO FINANCIERO DE RESULTADO.....	117
FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN .....	117
EVALUACIÓN FINANCIERA.....	118
Valor Actual Neto (VAN).....	118
Tasa Interna De Retorno (TIR).....	119

Período De Recuperación de la Inversión (PRI) .....	120
Relación Costo-Beneficio.....	120
Punto De Equilibrio .....	121
CAPÍTULO VI.....	123
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	123
LA EMPRESA .....	123
Nombre o Razón Social .....	123
Logotipo y la Marca.....	123
Conformación Jurídica De La Empresa .....	124
Misión .....	125
Visión .....	125
Políticas .....	125
Objetivos.....	126
Valores.....	126
Principios .....	126
ESTRUCTURA ORGÁNICA .....	127
Organigrama Estructural.....	127
ESTRUCTURA FUNCIONAL.....	127
CAPITULO VII.....	133
ANÁLISIS DE IMPACTOS .....	133
IMPACTO ECONÓMICO .....	134
IMPACTO SOCIAL .....	135
IMPACTO COMERCIAL .....	136
IMPACTO AMBIENTAL .....	137
CONCLUSIONES .....	139
RECOMENDACIONES.....	141
BIBLIOGRAFÍA.....	143
LINCOGRAFÍA.....	145

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1.- Matriz de Relación Diagnóstica .....	30
Cuadro N° 2.- Compra del Producto.....	33
Cuadro N° 3.-Lugar de Compra.....	34
Cuadro N° 4.- Frecuencia de Compra .....	35
Cuadro N° 5.- Características del Producto .....	36
Cuadro N° 6.- Precio del Producto .....	37
Cuadro N° 7.- Creación de una Empresa .....	38
Cuadro N° 8.- Lugar de Compra.....	39
Cuadro N° 9.- Variedad de Productos .....	40
Cuadro N° 10.- Competencia .....	41
Cuadro N° 11.- Preferencia de Compra .....	42
Cuadro N° 12.- Guía de Observación.....	43
Cuadro N° 13.- Matriz AOOR .....	44
Cuadro N° 14.- Aporte Nutricional .....	55
Cuadro N° 15.- Población que Adquiere Manjares Tradicionales .....	67
Cuadro N° 16.- Proyección de la Demanda Total.....	69
Cuadro N° 17.- Proyección de la Demanda Del Arrope de Mora .....	70
Cuadro N° 18.-Proyección de la Demanda del Dulce de Leche .....	70
Cuadro N° 19.- Proyección de la Demanda de Higos .....	71
Cuadro N° 20.- Proyección de la Demanda de Pristiños con Miel.....	71
Cuadro N° 21.- Oferta Actual de Manjares Tradicionales.....	72
Cuadro N° 22.- Proyección de la Oferta .....	73
Cuadro N° 23.-Demanda Potencial a Satisfacer del Arrope de Mora.....	73
Cuadro N° 24.- Demanda Potencial a Satisfacer Dulce de Leche.....	74
Cuadro N° 25.- Demanda Potencial a Satisfacer de los Higos.....	74
Cuadro N° 26.- Demanda Potencial a Satisfacer de Pristiños con Miel ...	74
Cuadro N° 27.- Pronóstico de Venta del Arrope de Mora.....	75
Cuadro N° 28.- Pronóstico de Venta del Dulce de Leche.....	76
Cuadro N° 29.- Pronóstico de Ventas de los Higos.....	76
Cuadro N° 30.- Pronóstico de Venta de Pristiños con Miel .....	77
Cuadro N° 31.- Método Cualitativo por Puntos .....	81
Cuadro N° 32.- Distribución de Instalaciones .....	83

Cuadro N° 33.- Remodelación de la Infraestructura .....	94
Cuadro N° 34.- Maquinaria y Equipo .....	95
Cuadro N° 35.- Equipo de Computación.....	96
Cuadro N° 36.- Equipo de Oficina.....	96
Cuadro N° 37.- Muebles y Enseres.....	97
Cuadro N° 38.- Herramientas de Trabajo .....	97
Cuadro N° 39.- Resumen de la Inversión Fija.....	98
Cuadro N° 40.- Inversión Diferida .....	98
Cuadro N° 41.- Capital de Trabajo por Mes.....	99
Cuadro N° 42.- Capital de Trabajo.....	100
Cuadro N° 43.- Cálculo coste de Oportunidad .....	101
Cuadro N° 44.- Tasa de Rendimiento .....	101
Cuadro N° 45.- Infraestructura.....	102
Cuadro N° 46.- Maquinaria y Equipo .....	103
Cuadro N° 47.- Herramientas y Materiales para la Producción .....	104
Cuadro N° 48.- Muebles y Enseres.....	105
Cuadro N° 49.- Equipo de Computación.....	105
Cuadro N° 50.- Equipo de Oficina.....	106
Cuadro N° 51.- Resumen de Activos Fijos.....	106
Cuadro N° 52.- Gastos de Constitución .....	107
Cuadro N° 53.- Capital de Trabajo.....	108
Cuadro N° 54.- Proyección de Ingresos.....	109
Cuadro N° 55.- Materia Prima e Insumos .....	109
Cuadro N° 56.- Materia Prima e Insumos .....	110
Cuadro N° 57.- Proyección del Costo de la M.O.D. ....	110
Cuadro N° 58.- Costos Generales de Producción.....	110
Cuadro N° 59.- Resumen de los Costos de Producción .....	111
Cuadro N° 60.- Sueldo y Salario.....	111
Cuadro N° 61.- Proyección de Sueldo Básico Unificado.....	112
Cuadro N° 62.- Servicios Básicos.....	112
Cuadro N° 63.- Suministros de Oficina .....	112
Cuadro N° 64.- Suministros de Oficina .....	113

Cuadro N° 65.- Resumen de Gastos de Ventas.....	113
Cuadro N° 66.- Publicidad.....	113
Cuadro N° 67.- Resumen de Gastos de Ventas.....	114
Cuadro N° 68.- Gastos Financieros.....	114
Cuadro N° 69.- Financiamiento .....	114
Cuadro N° 70.- Depreciación.....	115
Cuadro N° 71.- Amortización.....	115
Cuadro N° 72.- Balance de Arranque Año Cero.....	116
Cuadro N° 73.- Estado de Resultados Proyectados.....	117
Cuadro N° 74.- Flujo de Caja .....	118
Cuadro N° 75.- Valor Actual Neto (VAN).....	119
Cuadro N° 76.- Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	120
Cuadro N° 77.- Período de Recuperación de la Inversión ( PRI) .....	120
Cuadro N° 78.- Cálculo de Costo-Beneficio .....	121
Cuadro N° 79.- Punto de Equilibrio .....	121
Cuadro N° 80.- Resumen de Evaluadores Financieros.....	122
Cuadro N° 81.- Matriz de Impactos .....	133
Cuadro N° 82.- Matriz de Impacto Económico .....	134
Cuadro N° 83.- Matriz de Impacto Social .....	135
Cuadro N° 84.- Matriz de Impacto Comercial.....	136
Cuadro N° 85.- Matriz de Impacto Ambiental.....	137
Cuadro N° 86.- Matriz de Impacto General .....	138

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1.-Compra del Producto .....	33
Gráfico N° 2.-- Lugar de Compra .....	34
Gráfico N° 3.- Frecuencia de Compra.....	35
Gráfico N° 4.-Características del Producto .....	36
Gráfico N° 5.- Precio del Producto.....	37
Gráfico N° 6.- Creación de una Empresa.....	38
Gráfico N° 7.-Lugar de Compra .....	39
Gráfico N° 8.- Variedad de Productos.....	40
Gráfico N° 9.- Competencia .....	41
Gráfico N° 10.-Preferencia de Compra .....	42
Gráfico N° 11.-Arrope de Mora .....	65
Gráfico N° 12.- Dulce de Leche .....	65
Gráfico N° 13.- Higos .....	66
Gráfico N° 14.- Pristiños con Miel .....	66
Gráfico N° 15.- Mapa del Ecuador .....	80
Gráfico N° 16.- Ubicación de la Empresa .....	82
Gráfico N° 17.- Diseño de Instalaciones .....	84
Gráfico N° 18.- Simbología del Flujograma.....	85
Gráfico N° 19.- Flujograma de Producción del Arrope de Mora.....	86
Gráfico N° 20.- Flujograma de Producción del Dulce de Leche.....	87
Gráfico N° 21.- Flujograma de Producción de los Higos.....	88
Gráfico N° 22.- Flujograma de Pristiños con Miel .....	89
Gráfico N° 23.- Proceso de Elaboración del Arrope de Mora.....	90
Gráfico N° 24.- Proceso de Elaboración del Dulce de Leche.....	91
Gráfico N° 25.- Proceso de Elaboración de los Higos.....	92
Gráfico N° 26.- Proceso de Elaboración de los Pristiños con Miel.....	93
Gráfico N° 27.- Logotipo y Marca.....	123
Gráfico N° 28.- Organigrama Estructural .....	127

## **CAPÍTULO I**

### **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. Antecedentes**

Imbabura es una provincia de la Sierra Norte de Ecuador, conocida como la "Provincia de los Lagos. Es la provincia más turística del Ecuador. La capital de la provincia es Ibarra.

La provincia de Imbabura, también es popular por sus contrastes poblacionales es así que la población está marcada por diferentes factores demográficos, además siempre ha sido núcleo de artesanías, cultura y gastronomía.

Según el último ordenamiento territorial, la provincia de Imbabura pertenece a la zona 1, compuesta por las provincias del Carchi, Imbabura Sucumbíos y Esmeraldas.

El Cantón Otavalo se encuentra ubicada al norte del Ecuador y al sur oriente de la provincia de Imbabura a 110 km de Quito con 2530 mts. sobre el nivel del mar goza de un clima templado a una temperatura de 14 grados centígrados. En la actualidad es la ciudad turísticamente más importante de la provincia, es también asentamiento de una próspera comunidad indígena cuya característica principal es su gran iniciativa y sentido de comercio que la ha llevado a conquistar mercados fuera del país.

Su cabecera cantonal tiene 2 parroquias como es San Luis y El Jordán. Las parroquias rurales de Otavalo son nueve: Eugenio Espejo, González Suárez,

San Juan de Ilumán, Miguel Egas Cabezas (Peguche), San Pedro de Pataquí, San José de Quichinche, San Pablo de Lago, San Rafael, Selva Alegre (San Miguel de Pamplona). Según el último censo Otavalo cuenta con una población de 104.874 habitantes.

En esta ciudad se prepara muchos platos típicos tradicionales que forman parte de la gastronomía típica del sector tales como: tortillas de papa, empanadas de morocho, chica de jora, cuyes, hornado, fritada, entre otros.

Sin embargo en los últimos años se están perdiendo o dejando de producir ciertos manjares que son típicos de la identidad otavaleña tales como: arrope de mora; dulce de leche, higos, pristiños con miel; entonces la idea es rescatar estos valores de identidad de costumbres ancestrales formando una empresa que se dedique a producir los mismos con productos del medio, libres de contaminación y aptos para el consumo humano que sin duda alguna será el atractivo para turistas nacionales y extranjeros.

Además el mercado local será el mayor centro de venta, ya que se ha podido identificar las exigencias del cliente, los productos son hechos con ingredientes saludables, para deleitar el paladar de la población Otavaleña.

Por lo tanto se trata de recuperar la tradición de los manjares que en la actualidad se están perdiendo por esta razón la idea de esta investigación para rescatar la tradición de nuestros antepasados que con gran dedicación y amor lo sabían hacer para deleitar a su familia y amigos.

Pero por múltiples ocupaciones las futuras generaciones han perdido el interés de aprender a hacerlos para prepararlo en casa, por esta razón muchos Otavaleños están de acuerdo con la creación de esta Empresa que sin duda alguna será un atractivo a ojo de muchos.

## **1.2. OBJETIVOS**

### **1.2.1. General**

Realizar un diagnóstico externo del sector comercial de la ciudad de Otavalo, que permita identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación de las Empresa de elaboración y comercialización de manjares tradicionales.

### **1.2.2. Específicos**

- Analizar sistemas de producción utilizados para la elaboración de manjares tradicionales en la ciudad de Otavalo.
- Identificar formas de comercialización que utilizan los productores.
- Determinar la calidad del talento humano que labora en el sector.
- Conocer la inversión y rentabilidad de este tipo de negocio.

## **1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

- Producción
- Comercialización
- Talento Humano
- Inversión y rentabilidad

## **1.4. INDICADORES QUE DEFINEN LAS VARIABLES**

### **1.4.1. Producción**

- Materia Prima
- Mano de Obra
- Volumen de Producción
- Productividad

### **1.4.2. Comercialización**

- Demanda
- Competencia
- Tipo de Mercado
- Precio

### **1.4.3. Talento Humano**

- Nivel Educativo
- Experiencia Laboral
- Capacitación

### **1.4.4. Inversión y Rentabilidad**

- Tipo de Inversión
- Nivel de rentabilidad
- Fuentes de financiamiento

## **1.5.MATRIZ DIAGNÓSTICA**

A continuación se efectúa la matriz diagnóstica.

**Cuadro N° 1.- Matriz de Relación Diagnóstica**

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>FUENTE</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>PÚBLICO META</b>
Analizar sistemas de producción utilizados para la elaboración de manjares tradicionales en la ciudad de Otavalo	Producción	Materia Prima Mano de Obra Volumen de Producción Productividad	Primaria Secundaria	Encuesta, Observación, Revistas, Periódicos, Libros, Recetarios	Productores
Identificar formas de comercialización que utilizan los productores.	Comercialización	Inversión Costos Utilidad Financiación	Primaria Secundaria	Encuesta, Observación, Revistas, Periódicos, Libros, Recetarios	Consumidor
Determinar la calidad del talento humano que labora en el sector.	Talento Humano	Tecnología Calidad Presentación	Primaria Secundaria	Encuesta, Observación, Revistas, Periódicos, Libros, Recetarios	Productores
Conocer la inversión y rentabilidad de este tipo de negocio.	Inversión y rentabilidad	Materia Prima Mano de Obra Calidad	Primaria, Secundaria	Encuesta, Observación, Revistas, Periódicos, Libros, Recetarios	Productores.

## 1.6. MECÁNICA OPERATIVA

### 1.6.1. Identificación de la Población

La población identificada para la investigación será:

Los Habitantes del Cantón Otavalo, según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) realizado en el 2010, cuenta con 104.874 habitantes es uno de los cantones con más habitantes de la Provincia de Imbabura.

### 1.6.2. Cálculo de la Muestra

La Población a investigarse será la población del Cantón Otavalo, para lo cual se deberá sacar una muestra porque la población total es muy grande, para establecer el número de encuestas que se amerita realizar una muestra para este proyecto.

$$n = \frac{k^2 PQN}{e^2(N-1) + k^2 PQ}$$

**n**= Muestra

**K<sup>2</sup>**= Nivel de Confianza

**PQ**= Desviación Estándar

**N**= Tamaño de la Muestra

**e<sup>2</sup>**= Error permitido

$$n = \frac{1,96^2(0,50)(0,50)(104.874)}{0,05^2(104.874 - 1) + 1,96^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = 383$$

### **1.6.3. Información Primaria**

Para la recolección de la información necesaria para nuestro estudio se han tomado en cuenta los siguientes instrumentos.

#### **a) Encuesta**

Las encuestas realizadas a los habitantes del Cantón Otavalo, nos dará una visión más real del panorama de la investigación, lo que nos permitirá determinar si el proyecto será factible

#### **b) Guía de observación**

Se observó el movimiento de los vendedores ambulantes quienes son los competidores.

### **1.6.4. Información Secundaria**

Para recopilar esta información se obtendrá de libros, revistas, internet, periódicos, tesis.

## **1.7.EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

### **1.7.1. Resultado y Análisis de las Encuestas Dirigidas a la Población del Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura.**

En las encuestas que se realizó se obtuvo una gran acogida por lo que se obtuvo datos reales, los cuales ayudarán a la investigación y obtener resultados positivos para establecer la oferta y la demanda del producto que se va a elaborar y proceder a estudiar si el proyecto a realizar es factible.

**1.- ¿Ha comprado Manjares Tradicionales elaborados con productos naturales del medio?**

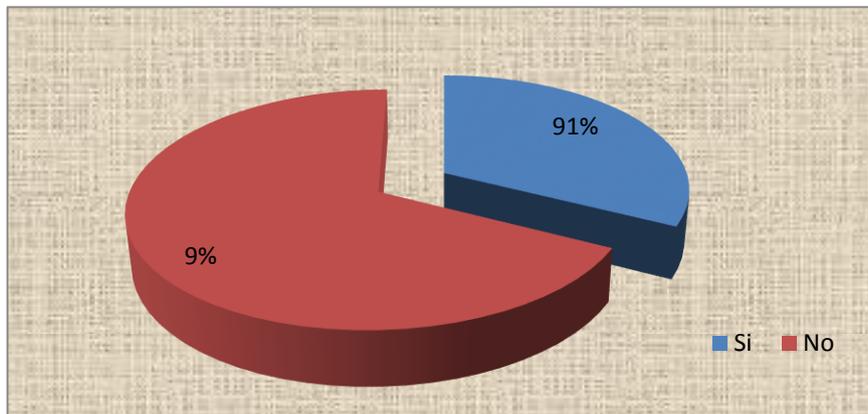
**Cuadro N° 2.- Compra del Producto**

<b>OPCIONES</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	350	91
No	33	9
<b>TOTALES</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Fuente: Población del Cantón Otavalo

Elaborado por: La Autora

**Gráfico N° 1.-Compra del Producto**



Fuente: Población del Cantón Otavalo

Elaborado por: La Autora

**ANÁLISIS:**

Según las encuestas realizadas a la población del cantón Otavalo la mayoría de la población compra Manjares Tradicionales lo cual es bueno para la realización de la Empresa porque se denota que existen posibles clientes.

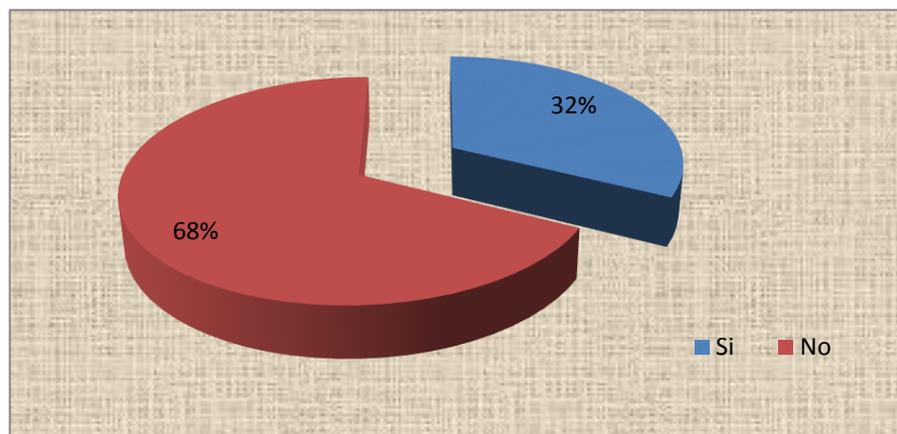
2.- ¿Existe un lugar en el que pueda adquirir Manjares Tradicionales elaborados con productos naturales del medio?

**Cuadro N° 3.-Lugar de Compra**

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	51	13
No	332	87
<b>TOTALES</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Fuente: Población del Cantón Otavalo  
Elaborado por: La Autora

**Gráfico N° 2.-- Lugar de Compra**



Fuente: Población del Cantón Otavalo  
Elaborado por: La Autora

### **ANÁLISIS:**

La mayoría de los encuestados dieron a conocer que no existe un lugar fijo donde se pueda acceder a estos Manjares Tradicionales, por lo que su consumo no es frecuente, existen personas que venden estos manjares pero son de manera ambulante y de vez en cuando por lo que no tienen una costumbre de compra.

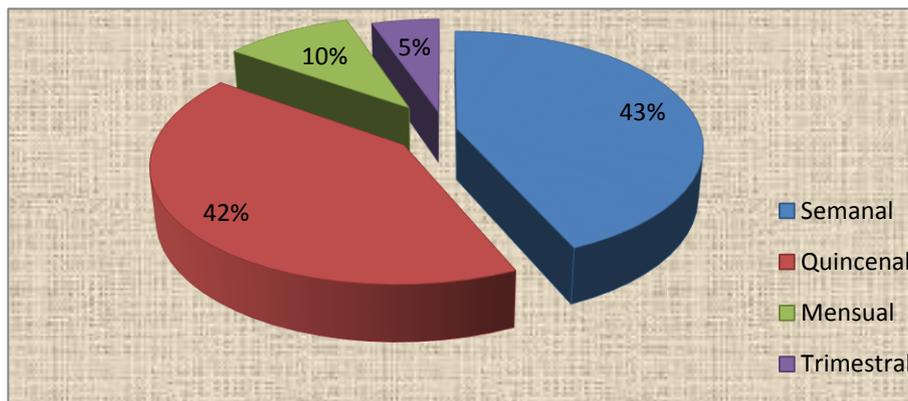
**3.- ¿Con que frecuencia adquiere Manjares Tradicionales elaborados con productos naturales del medio?**

**Cuadro N° 4.- Frecuencia de Compra**

<b>OPCIONES</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Semanal	166	43
Quincenal	159	42
Mensual	38	10
Trimestral	20	5
<b>TOTALES</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Fuente: Población del Cantón Otavalo  
Elaborado por: La Autora

**Gráfico N° 3.- Frecuencia de Compra**



Fuente: Población del Cantón Otavalo  
Elaborado por: La Autora

**ANÁLISIS:**

La frecuencia de compra de estos manjares en su mayoría es semanal o quincenalmente porque no existe un lugar fijo donde adquirirlos por lo que algunas personas lo compran a personas que venden de puerta en puerta y rara vez por lo que sí están de acuerdo en que exista un lugar donde puedan adquirirlos.

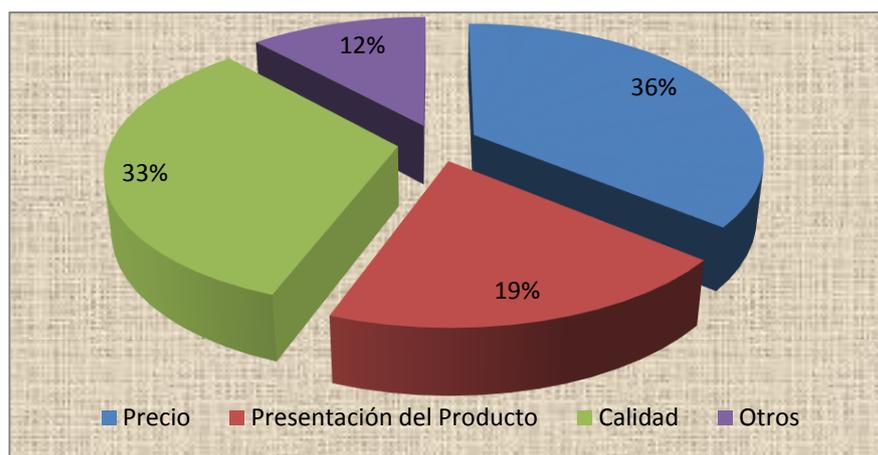
#### 4.- ¿Qué toma en cuenta al momento de comprar Manjares Tradicionales elaborados con productos naturales del medio?

**Cuadro N° 5.- Características del Producto**

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Precio	138	36
Presentación del Producto	75	20
Calidad	125	33
Otros	45	12
<b>TOTALES</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Fuente: Población del Cantón Otavalo  
Elaborado por: La Autora

**Gráfico N° 4.-Características del Producto**



Fuente: Población del Cantón Otavalo  
Elaborado por: La Autora

#### **ANÁLISIS:**

Las personas encuestadas al momento de comprar lo que más toman en cuenta de manera equitativa son el precio y calidad porque es un producto que se va a consumir, por lo tanto deben ser hechos con insumos de alta calidad.

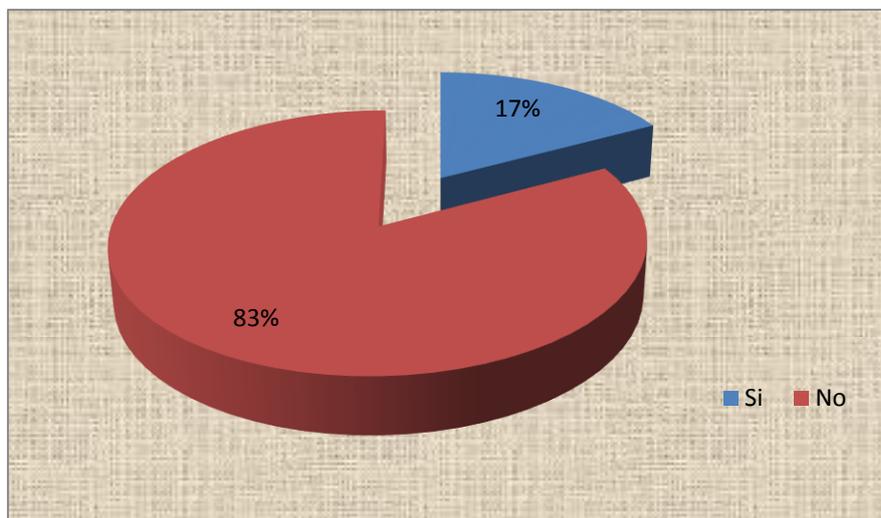
5.- ¿Cree usted que el precio que paga por Manjares Tradicionales elaborados con productos naturales del medio está a su alcance?

**Cuadro N° 6.- Precio del Producto**

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	66	17
NO	317	83
<b>TOTALES</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Fuente: Población del Cantón Otavalo  
Elaborado por: La Autora

**Gráfico N° 5.- Precio del Producto**



Fuente: Población del Cantón Otavalo  
Elaborado por: La Autora

### **ANÁLISIS:**

La mayoría de la población del cantón Otavalo nos supo manifestar que si está de acuerdo con los precios establecidos; pero que la calidad que ofrecen los actuales vendedores no son muy aceptables por lo que compran es por ayudar más no porque están gustosos de deleitarse de estos Manjares Tradicionales.

6.- ¿Está usted de acuerdo en la creación de una Empresa de Manjares Tradicionales elaborados con productos naturales del medio?

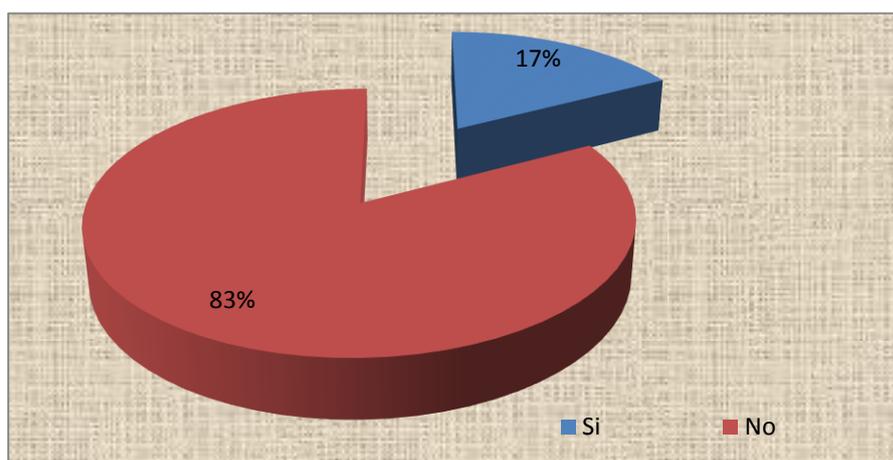
**Cuadro N° 7.- Creación de una Empresa**

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	310	81
No	73	19
<b>TOTALES</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Fuente: Población del Cantón Otavalo

Elaborado por: La Autora

**Gráfico N° 6.- Creación de una Empresa**



Fuente: Población del Cantón Otavalo

Elaborado por: La Autora

### **ANÁLISIS:**

Según la opinión de los encuestados dijeron que estarían muy contentos, con que exista un lugar donde ir a degustar de una amplia variedad de Manjares Tradicionales a un precio accesible y con un alto estándar de calidad para que de esta manera tenga una excelente acogida en el mercado y se poseione en el mercado.

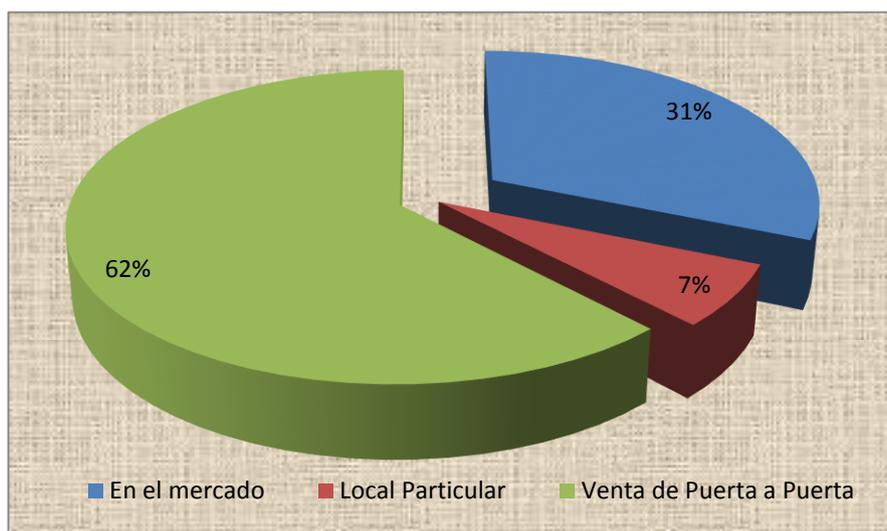
7.- ¿En qué lugar compra usted los Manjares Tradicionales elaborados con productos naturales del medio?

**Cuadro N° 8.- Lugar de Compra**

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
En el mercado	120	31
Local Particular	25	7
Venta de Puerta a Puerta	238	62
<b>TOTALES</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Fuente: Población del Cantón Otavalo  
Elaborado por: La Autora

**Gráfico N° 7.-Lugar de Compra**



Fuente: Población del Cantón Otavalo  
Elaborado por: La Autora

### **ANÁLISIS:**

La mayoría de la población encuestada mostró que compran ciertos manjares tradicionales a las personas que van a vender de puerta a puerta por muchos motivos, por gustos, por ayuda por colaboración.

8.- ¿Cree usted que los Manjares Tradicionales elaborados con productos naturales del medio que se ofrece en el mercado son variados?

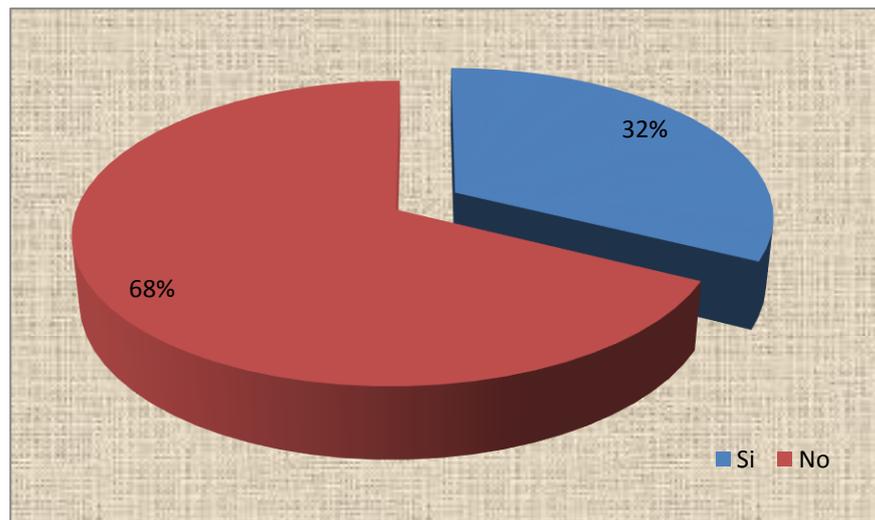
**Cuadro N° 9.- Variedad de Productos**

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	163	43
No	220	57
<b>TOTALES</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Fuente: Población del Cantón Otavalo

Elaborado por: La Autora

**Gráfico N° 8.- Variedad de Productos**



Fuente: Población del Cantón Otavalo

Elaborado por: La Autora

**ANÁLISIS:**

Los encastados nos dan a notar que los productos que se ofrecen en la actualidad no tienen una variedad porque los vendedores solo se limitan a un solo manjar, más no a ofrecer variedad para satisfacer los antojos de la población del Cantón Otavalo.

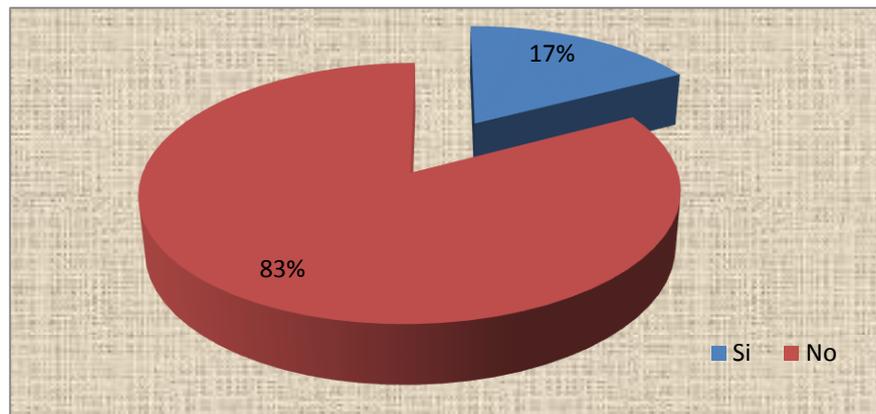
**9.- ¿Cree usted que existe competencia para los Manjares Tradicionales elaborados con productos naturales del medio?**

**Cuadro N° 10.- Competencia**

<b>OPCIONES</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	124	32
No	259	68
<b>TOTALES</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Fuente: Población del Cantón Otavalo  
Elaborado por: La Autora

**Gráfico N° 9.- Competencia**



Fuente: Población del Cantón Otavalo  
Elaborado por: La Autora

**ANÁLISIS:**

Según los encuestados no existe competencia para la producción y comercialización de Manjares Tradicionales, ya que los vendedores de puerta a puerta no cumplen todas las expectativas de venta y no lo hacen de manera diaria; sino cada un cierto lapso de tiempo por lo que no existe competencia para los Manjares Tradicionales y lo que se quiere, es retomar nuestras tradiciones no perderlas sino que fortalecerlas.

**10.- ¿Qué Manjares Tradicionales elaborados con productos naturales del medio son de su preferencia?**

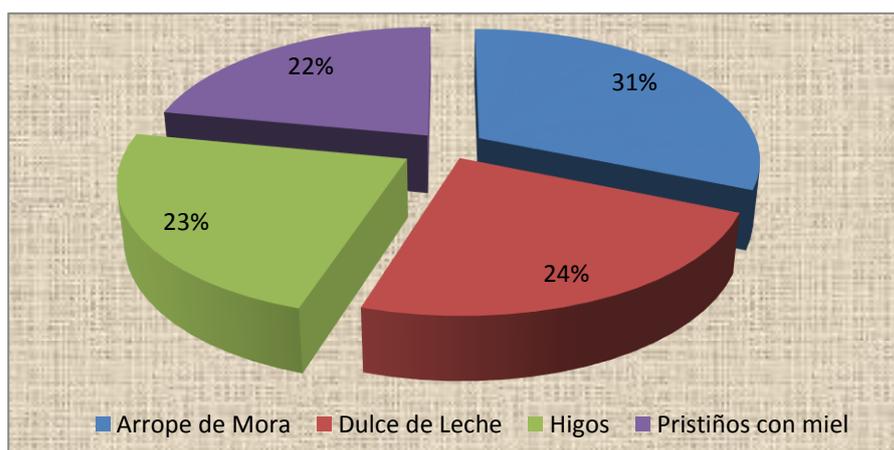
**Cuadro N° 11.- Preferencia de Compra**

<b>OPCIONES</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Arrope de Mora	120	31
Dulce de Leche	91	24
Higos	89	23
Pristiños con miel	83	22
<b>TOTALES</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Fuente: Población del Cantón Otavalo

Elaborado por: La Autora

**Gráfico N° 10.-Preferencia de Compra**



Fuente: Población del Cantón Otavalo

Elaborado por: La Autora

**ANÁLISIS:**

Se aprecia que el arrope de mora tendrá mayor reconocimiento por lo cual será considerado como el producto estrella seguido de los siguientes productos, como el dulce de leche, higos y los pristiños con miel los cuales que por estar casi desapareciendo no los toman mucho en consideración pero de igual manera tendrán acogida.

## 1.7.2 GUÍA DE OBSERVACIÓN

**Cuadro N° 12.- Guía de Observación**

<b>GUÍA DE OBSERVACIÓN</b>	
<b>LUGAR Y FECHA</b>	<b>OBSERVADORA</b>
Otavalo, 24 de Mayo del 2013	Teresa Bautista
<p><b>CASO OBSERVADO:</b></p> <p>En el mercado de los ponchos venden todos los días humitas con café y quimbolitos, los mismos que no están considerados en los Manjares Tradicionales, motivo de esta investigación.</p> <p>Existen personas que venden de puerta a puerta ciertos manjares pero no son permanentes estas personas lo hace una vez cada quince días y no brindan variedad ni calidad al consumidor.</p> <p>En la observación se verificó, que los vendedores de puerta a puerta no tienen los productos que ofrecen en un ambiente muy adecuado por lo que muchos consumidores no lo compran; aunque sus producto sean agradables al paladar de ciertos consumidores; también se observó que los precios eran un tanto elevados para el producto que ofrecen; pero en este caso solo higos se puede decir, porque los otros productos que se va a ofrecer en esta Empresa de Manjares Tradicionales elaborados con insumos naturales no lo ofrecen en otro punto del Cantón Otavalo ya que se están perdiendo la tradición de consumirlos.</p>	

## 1.8. MATRIZ AORR

**Cuadro N° 13.- Matriz AORR**

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Tecnología propia.</li><li>• Costumbres y Tradiciones.</li><li>• Comercialización del producto.</li><li>• Producto Innovadores</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aumento de Precios.</li><li>• Préstamos a altas tasas de interés.</li><li>• Competencia Desleal</li><li>• Bienes Sustitutos</li><li>• Poco interés del producto</li></ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Nuevos nichos de Mercado.</li><li>• Preferencias de insumos naturales del medio.</li><li>• Acuerdos con entidades estatales y privadas para la comercialización.</li><li>• Crecimiento del producto a nivel nacional</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aumento de competidores.</li><li>• Inestabilidad Económica.</li><li>• Escasez de la Materia Prima</li><li>• Tendencias Nutricionales</li></ul>

## 1.9. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Mediante la matriz AORR se ha diagnosticado que en la ciudad de Otavalo, no existe una Empresa dedicada a la elaboración y comercialización de manjares tradicionales, simplemente las personas que elaboran los manjares son a manera de ventas ambulantes, de manera incierta, no existe un lugar preestablecido donde se pueda adquirir manjares tradicionales.

Además no existe variedad de los productos, existen otros sustitutos, pero no son considerados manjares tradicionales, estos se están perdiendo por el mismo motivo que no existe personas que los elaboren de manera habitual y que cuenten con un control de calidad adecuado para su consumo.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. EMPRESA

##### 2.1.1. Definición

Una empresa es una organización dedicada a actividades con fines económicos o comerciales, para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los demandantes.

*(ZAPATA Pedro, 2011, pág. 2) “Es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al Estado y a la sociedad en general”.*

La Empresa es un conjunto de personas que trabajan con un mismo propósito ya sea por fines de lucro o la atención de una necesidad social participando en la superación de un país.

##### 2.1.2 Clasificación

*(GARCÍA Cristóbal y CASANUEVA Julio, pág. 10), manifiesta que las empresas se pueden clasificar de la siguiente manera:*

#### Sectores Económicos

- **Extractivas:** Dedicadas a explotar recursos naturales.

- **Servicios:** Entregar sus servicios o la prestación de estos a la comunidad.
- **Comercial:** Desarrolla la venta de los productos terminados en la fábrica.
- **Agropecuaria:** Explotación del campo y sus recursos.
- **Industrial:** Transforma la materia prima en un producto terminado.

### **El origen de su capital.**

- **Público:** Su capital proviene del Estado o Gobierno.
- **Privado:** Son aquellas en que el capital proviene de particulares.
- **Economía Mixta:** El capital proviene una parte del estado y la otra de particulares.

### **Su Tamaño**

- **Grande:** Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de trabajadores excede a 100 personas.
- **Mediana:** Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.
- **Pequeña:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.
- **Micro:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número

de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados).

- **Famiempresa:** Es un nuevo tipo de explotación en donde la familia es el, motor del negocio convirtiéndose en una unidad productiva.

### **El número de propietarios**

- **Individuales:** Su dueño es la empresa, por lo general es él solo quien tiene el peso del negocio.
- **Unipersonales:** Se conforma con la presencia de una sola Persona Natural o Jurídica, que destina parte de sus activos para la realización de una o varias actividades mercantiles.
- **Sociedades:** Todas para su constitución exigen la participación como dueño de más de una persona lo que indica que mínimo son dos (2) por lo general corresponden al régimen común.

Mediante el conocimiento de la clasificación de la Empresa sabremos que para la creación de una empresa es indispensable saber qué clase de empresa se va a crear para tener una clara seguridad de que papel se ha desempeñar como empresa sus derecho su y obligaciones.

### **2.1.3. Empresario**

Persona natural o jurídica, titular de una unidad de producción que asume un riesgo en la realización de una actividad económica, comercial para desarrollo de un producto o forma de hacer algo innovador para satisfacer una necesidad o deseo existente en la sociedad, a cambio de una utilidad o beneficio

(GIL ESTALLO María de los Ángeles, 2007, pág. 38).  
*Afirma: “El Empresario es aquella persona que cuida la supervivencia de la Empresa, es decir, que se encarga de las relaciones con su entorno y que para el directivo la empresa es un mecanismo que se debe mantener en funcionamiento. Se encarga por tanto del funcionamiento interno de la Empresa”.*

El empresario es un protagonista de la vida económica, que con su esfuerzo, disciplina y dedicación logra mantener vigente su empresa, de hacerla competitiva, de vencer las adversidades, de aprender y desaprender día a día, de conquistar éxitos y de superar fracasos.

#### **2.1.4. Visión**

La visión nos dice como se quiere ver la organización en el futuro.

(FRIEND, Graham, 2008, pág. 4). *Dice: “En la visión se redacta lo que la empresa intenta alcanzar en el futuro utilizando todos sus recursos mediante un trabajo eficaz”.*

La cita manifiesta que toda la Empresa trabaja en conjunto para alcanzar a cumplir la visión, trabajando en equipo por un mismo fin

#### **2.1.5. Misión**

Se basa en tener contento al cliente para que de esta manera la Empresa cumpla los objetivos propuestos.

(FRANCÉS Antonio, 2006, pág. 40). *Afirma: “La Empresa se define por su producto, para ello busca identificar necesidades de atender del cliente que son más permanentes y más importantes”.*

Además de esta manera alcanzar y lograr un puesto reconocido en el mercado con el producto a ofrecer y apoyar al sector productivo innovando productos nuevos al mercado

### **2.1.6. Estructura Organizacional**

La estructura organizacional ayuda tener más claro el panorama de cómo se va a direccionar a la Empresa.

*(GALAN Z.José, 2006, págs. 18-19).dice: “Es el conjunto de relaciones explícitas por la dirección, en consecuencia son relaciones conscientemente deliberadas. Es decir la estructura real dela organización resuelta de la combinación de los aspectos formales e informales siendo posible, en la práctica, la separación de los mismos, salvo con los propósitos analíticos”.*

Es una herramienta que actúa directamente en la Empresa, para que el personal tenga un comportamiento adecuado y ordenado.

## **2.2. ASPECTO DEL MERCADO**

### **2.2.1. Estudio de Mercado**

El análisis de la información que fue recolectada en la encuesta y en la observación directa que se realizó a los posibles consumidores.

*(KOTLER, Philip, 2008, pág. 127).afirma “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”.*

Con esto ayudara a la Empresa a establecer las estrategias para enfrentar a la competencia

### **2.2.2. Demanda**

La demanda es lo más importante dentro de esta investigación, ya que representa al consumidor.

(NUÑEZ, Z. Rafael , 2007, pág. 27). *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”.*

De esto dependerá para que la Empresa se ponga en marcha porque depende del consumidor, que el producto sea aceptado en el mercado.

### **2.2.3. Oferta**

La oferta es el mecanismo para poder llegar al consumidor ofreciendo productos de calidad para que constituya competencia en el mercado.

(JÁCOME, Walter, 2005, pág. 101). *Manifiesta: “Es el conjunto de proveedores que existen en el mercado de un producto o servicio y este constituye competencia para el proyecto”.*

Permite dar a conocer el producto que se está ofreciendo considerando las preferencias que se debe dar al cliente para que compre el producto.

### **2.2.4. Producto**

El producto es lo que se va a exponer al consumidor con todas sus características, para que de esta manera el cliente lo acepte.

(KOMIYA S. Raúl, 2004, pág. 127). *Afirma: “Bien manufacturado que posee características físicas y subjetivas, mismas que son manipuladas para aumentar el atractivo del producto ante el cliente, quien lo adquiere para satisfacer una necesidad”.*

El producto es aquel que cumple con la satisfacción de una necesidad, un gusto que ayuda al consumidor a satisfacerla y de esta manera la Empresa se poseione en el mercado.

### **2.2.5. Mercado**

El mercado es el principal objetivo al que se está enfocado, donde se encuentra a los consumidores que van a necesitar adquirir el producto.

(KOTLER, Philip, 2008, pág. 9). *Dice: Es el conjunto de compradores actuales y potenciales de un producto o servicio”.*

Principalmente el mercado es el lugar donde el producto va hacer presentado, porque allí es donde se encuentran tanto ofertantes como demandantes de diversas clases de producto.

### **2.2.6. Precio**

Es la expresión monetaria al momento de existir un producto, mismo que se va a vender y se va a comprar.

(FISHER Laura, ESPEJO,Jorge, 2004, pág. 65).  
*Manifiesta: “El precio es la cantidad de dinero que se necesita para adquirir en intercambio la combinación de un producto y los servicios que lo acompañan”.*

El precio es el valor, expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en un mercado.

### **2.2.7. Promoción**

La promoción es una estrategia importante en la cual ventas debe tomar muy en cuenta la calidad, su contenido impactando al consumidor, el cual no deberá comprar este producto.

(MONTAÑO, S. Francisco, 2005, pág. 126). *Manifiesta: “Son programas, actividades o eventos, que tienen por finalidad, ayudar a vender, estimulando una respuesta rápida de compra, en el lugar de la venta, mediante una diversidad de medios de comunicación e incentivos a corto plazo”.*

### **2.2.8. Publicidad**

La publicidad está basada en cómo se va a dar a conocer el producto por medio de distintos medios como cuñas radiales, trípticos.

(KOMIYA S. Raúl, 2004, pág. 128). *Afirma: “Es un anuncio pegado que aparece en un medio, es cual está diseñado para llegar a una gran parte de la población”.*

El propósito es que el consumidor conozca acerca del producto y motivarlos para que se decidan a comprarlo.

### **2.2.9. Comercialización**

(CHARLES W. Lamb, 2006, pág. 342). *Manifiesta: “Es la decisión de llevar un producto al mercado, ya que incide varias tareas como el embarque del producto o los puntos de distribución, capacitación de los vendedores y anuncios de nuevos productos a los negocios y a los consumidores potenciales”.*

Si bien se dice que un trabajo de investigación va a estar enfocada a la producción y comercialización de un producto o varios productos siempre estarán juntos ya que la producción juega un papel primordial en la que los clientes tomaran la decisión de consumirlo o no, al igual que algunos elementos sumamente importante que deben acoplarse para que exista un resultado favorable.

## **2.3. ASPECTO TÉCNICO**

### **2.3.1. Localización**

Es el lugar idóneo donde se va a efectuar el proyecto visualizando todas las condiciones que exista en el lugar localizado.

(BACA Urbina Gabriel, 2006, pág. 107). *Menciona: “La localización óptima del proyecto consiste en identificar y analizar las características del entorno que favorezcan en forma positiva a la implantación del proyecto, para lograr la máxima utilidad al mínimo costo”*

Se debe tomar muy en cuenta todos los aspectos geográficos para que el lugar escogido sea el más acertado, para que la Empresa tenga un futuro prometedor.

### **2.3.2. Macrolocalización**

La Macrolocalización es muy importante porque depende de la decisión que se tome, para el éxito o fracaso de la Empresa.

(JÁCOME, Walter, 2005, pág. 133). *Afirma: “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”.*

### **2.3.3. Microlocalización**

(FLORES U. Juan, 2007, pág. 50). *Menciona: “Es el proceso de elegir la zona y dentro de esta el sitio preciso en donde se debe estudiar varias alternativas posible,*

*que una vez evaluadas, permitan la escogencia de aquella que integralmente incluya la gran mayoría de factores, considerados como los más relevantes e importantes”.*

Se debe tomar muy en cuenta un sin número de características para la localización de la Empresa como: transporte, energía eléctrica, combustible, condición de vías, Clima, Comunicaciones, entre otros.

## **2.4. MANJARES TRADICIONALES**

Son alimentos exquisitos elaborados con insumos naturales que son una tradición ancestral como son: las harinas desde su concepción, la panela, la leche, el queso tierno que es apreciado para el paladar de la población ecuatoriana y extranjera los cuales valoran mucho estas tradiciones porque se deleitan y satisfacen un gusto delicioso, degustar de estos manjares tradicionales es como llevarse al paladar parte del corazón del Ecuador por su invaluable diversidad y riqueza multicultural.

### **2.4.1. Arrope de Mora**

Es un delicioso manjar ecuatoriano elaborado con jugo de mora hasta convertirla en un exquisito jarabe. Este delicioso manjar apetecido por propios y extraños es un manjar muy tradicional apetecido por los más pequeños de la familia es utilizado para hacer sandwiches, adornos de tortas, rellenos.

**Cuadro N° 14.- Aporte Nutricional**

<b>NUTRIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>
Energía (Kcal)	250
Proteína (g)	0.10
Grasa total (g)	0
Colesterol (mg)	-
Glúcidos (g)	64.50
Fibra (g)	0.60
Calcio (mg)	13
Hierro (mg)	3.50
Yodo	-
Vitamina A	0
Vitamina C	4
Vitamina D	-
Vitamina E	0
Vitamina B12	-

### **Origen de la Tradición**

*<http://www.touribarra.gob.ec/> dice: En archivos de la Curia Metropolitana de Quito, se encontraron datos del año de 1765 acerca de la elaboración del ARROPE DE MORA, dulce tradicional de Ibarra, en donde se relata que con ocasión de la fiesta de San Luis Gonzaga, santo jesuita que se celebraba el 21 de junio, las monjas de la Concepción de Ibarra preparaban exclusivamente para los sacerdotes de La Compañía de Jesús un jarabe que llamaban “arope de San Luis” a base de azúcar blanca, limón, jugo de mora y canela. Con los datos obtenidos se puede determinar que las monjas de la Concepción fueron las que iniciaron esta receta tradicional que hasta nuestros días se mantiene.*

### **Calidad y Presentación del Producto**

El producto es elaborado con ingredientes selectos, proceso que se ha transmitido de generación en generación. El arope es embotellado en recipientes de 750 cm<sup>3</sup> y 250cm<sup>3</sup>. Esta golosina tradicional es un dulce elaborado a base de mora y frutilla.

## **Ingredientes**

¼ litro de jugo de Mora,

½ libra Azúcar,

2 a 3 gotitas de Ácido Cítrico o Jugo de limón,

¼ litro de Agua

## **Forma de Preparación**

En los actuales días, esta tradición se ha mantenido gracias a la perseverancia de algunas personas quienes conservan la receta ancestral. Su preparación se hace de la siguiente manera: a fuego alto se coloca en una olla agua y azúcar hasta obtener un jarabe azucarado.

Este se mezcla constantemente con una cuchara de palo y poco a poco se coloca el ácido cítrico o el jugo de limón, se continúa mezclando y se lo deja cocinar a fuego alto.

A parte se extrae el jugo puro de mora con el agua, se cuece, se agrega al jarabe azucarado y se mezcla.

Posterior a ello se retira del fuego y se deja enfriar, se retira la “cachaza” que es una especie de espuma que se forma en la superficie. Finalmente se procede a embotellar el arrope.

### **2.4.2. Dulce de Leche**

El dulce de leche es ampliamente utilizado en pasteles, tortas, helados y todo tipo de postres, y además puede consumirse solo. Pero, ¿cuál es la historia del dulce de leche? Tanto argentinos como uruguayos dicen que el dulce de leche ha nacido en su tierra. Pero esta delicia también está muy extendida en Hispanoamérica y es conocida con distintos nombres según la región.

## **Aporte Nutricional**

*<http://www.touribarra.gob.ec/>. Manifiesta: Dulce de leche tradicional, se prepara a base de leche, azúcar, bicarbonato de sodio y esencia de vainilla para intensificar su sabor, como todos los dulces aporta principalmente hidratos de carbono, y proteínas de muy buena calidad que están presentes en la leche, también aporta colesterol, grasas y minerales como calcio, se lo debe consumir con moderación y no es muy recomendable para personas obesas, con sobrepeso, o trastornos lipídicos, como triglicéridos y colesterol alto. Posee unas 60 calorías en una porción equivalente a una cucharada sopera.*

## **Origen de la Tradición**

*<http://www.touribarra.gob.ec/>. Dice: Aún hay discusiones y debates en torno a su origen. Algunas voces cuentan que fue por el año 1829 cuando nació este manjar. Ese año en Cañuelas, provincia de Buenos Aires, en la estancia de Juan Manuel de Rosas, caudillo federal, hubo una reunión. Rosas se reuniría con el unitario Juan Lavalle, de tendencia política contraria, su enemigo político. Lavalle llegó antes a la reunión, se recostó en la cama y, por el cansancio, cayó rendido.*

*Mientras tanto, una de las criadas preparaba en el fuego una receta típica de la época: leche con azúcar, llamada "lechada", para hacer mate de leche para el patrón. Cuando fue a servirle el mate al patrón se encontró que en su cama estaba el enemigo. Entonces le fue a avisar a los guardias, dejando la leche en el fuego.*

*Cuando Rosas llegó y pidió su mate con leche, la criada recordó que la leche con azúcar seguía hirviendo, y cuando fue a buscarla notó que tenía otra consistencia, oscura y espesa. Dicen que Rosas la probaron y le encantó su sabor.*

*Otras voces nos dicen que el dulce de leche nació en Uruguay. Cuentan que fue de manos de los esclavos llegados a esas tierras, que producían el dulce de leche que luego se extendería a otras familias.*

### **Variedad de Dulce de Leche**

Las variedades que encontramos actualmente son:

- El tradicional, elaborado a fuego bajo o moderado, con azúcar refinada blanca y leche.
- El repostero, al que se le agregan sustancias espesantes para una mayor consistencia.
- El diet, que se elabora con leche descremada e hidratos de carbono con menos calorías.

### **Ingredientes**

4 Tazas de leche entera,

1 y ¼ taza de azúcar,

1 cucharadita de esencia de vainilla

¼ cucharadita de bicarbonato de sodio

### **Forma de Preparación**

Coloca todos los ingredientes en una cacerola y revuelve bien para disolver el azúcar completamente. Poner la cacerola a fuego medio y deja hervir.

Reduce el fuego a muy bajo y cocina a fuego lento, revolviendo frecuentemente, hasta que se espese, aproximadamente de una hora a una hora y media.

Transfiere a un frasco de vidrio esterilizado y cuando esté a temperatura ambiente, refrigera. Se conserva en buen estado hasta 2 semanas.

### **2.4.3. Higos**

La Higuera es una planta, que pertenece a la familia de las *Moráceas*. Necesita de un clima cálido. Los higos y las brevas son los frutos de la Higuera (*Ficus carica L.*). Las brevas son la primera cosecha del mismo árbol, siendo los higos la 2ª cosecha.

#### **Aporte Nutricional**

*<http://www.nutricion.pro/12-06-2007/>. Manifiesta: Tanto frescos como secos los higos son una importante fuente natural de energía, los mismos no contienen grasas ni colesterol, ni sodio, en cambio se encuentra en ellos abundantes fibras muy necesarias entre otras cosas para disminuir problemas de origen cardíacos, gracias a su alto contenido de polifenoles.*

#### **Origen de la tradición**

Conocida la planta hace muchos años se han creado maneras de cómo utilizarla se lo utiliza como medicina y como alimento.

#### **Ingredientes**

Para 20 higos

20 Higos, maduros pero firmes, lavados,

1 pizca de bicarbonato,

1 ¾ libra de panela o piloncillo,

Canela, clavo de olor opcional y si amerita agua

*Para acompañar* – Quesillo o queso fresco

### **Forma de Preparación**

Haga una incisión o corte en forma de cruz en la parte superior – la parte angosta –de cada higo.

Ponga los higos en un recipiente y cúbralos con agua, déjelos remojar durante un día entero.

Cierna los higos y póngalos en una olla, cúbralos con agua, aproximadamente 8 tazas de agua.

Añada la pizca de bicarbonato y haga hervir el agua con los higos, cocínelos durante 15 a 20 minutos o hasta que estén suaves.

Deje los higos en el agua en el que se cocinaron durante otro día entero.

Al día siguiente cierna el agua y escurra cada higo –con delicadeza – hasta sacarle la mayor cantidad de agua.

Ponga la panela o piloncillo y las especias en una olla de buen tamaño, agregue 6 tazas de agua y cocínela a fuego lento hasta que la panela este completamente disuelta y se empiece a convertir en miel.

Añada los higos y siga cocinando a fuego lento hasta que la miel este espesa, aproximadamente unas 2 a 3 horas.

Sirva los higos – calientes o fríos – acompañados con rodajas o tajadas de quesillo o queso.

#### **2.4.4. Pristiños con Miel**

Éste es el postre Navideño más popular en Ecuador. Se le puede encontrar en todos los hogares, especialmente en los que les gusta aún el aroma familiar donde cada uno de los integrantes de la familia aporta a su

elaboración y disfrutan saborearlos en especial la noche de navidad, pero para que no solo, se lo haga esa noche, la Empresa de Manjares Tradicionales ofrecerá a sus consumidores el producto para que no olviden esta tradición y así los pristiños no falten en su mesa.

### **Aporte Nutricional**

*<http://www.nestle.com.ec/.manifiesta>: Su aporte nutricional es muy nutritivo, pero se debe consumir con moderación ya que contiene: Energía (kcal) = 247.28, Carbohidratos (g) = 42.85, Proteínas (g) = 6.16, Grasas (g) = 5.08.*

### **Origen De La Tradición**

Como es costumbre cada navidad consumir manjares en navidad nació esta rosquillas fritas que se las rocía miel y son muy deliciosas

### **Ingredientes**

1 libra de Harina de Trigo,

1 cucharadita Polvo de Hornear,

6 Huevos,

1 libra de Mantequilla,

½ taza de Agua,

½ cucharadita de Anís,

1 pedazo de Canela,

10 gotas de Jugo de Limón,

½ cucharadita de Sal,

½ cucharadita de Azúcar

Aceite para freír

Para la miel: agua, panela

### **Forma De Preparación**

#### **Para la Masa**

Hacer hervir la taza de agua con anís, el pedazo de canela, cucharadita de limón, la sal y el azúcar; sacar del fuego y dejar que se enfríe.

Cernir la harina con la harina en polvo de hornear y mezclar con la mantequilla y los huevos. Poner poco a poco el agua de anís y amasar para formar un amasa suave y elástica; dejar en reposo durante quince minutos y después con el bolillo hasta dejarla delgada, cortar y freír en aceite, muy caliente hasta dorarlos.

#### **Para la Miel**

Poner al fuego el agua restante, con la raspadura, canela y el resto del jugo, cernir, y poner sobre los pristiños en el momento de servir.

## **2.5. ESTUDIO TÉCNICO**

### **2.5.1. Organigrama**

Mediante el organigrama se estructurará de una manera clara, como estará funcionando la Empresa

(ANDRADE, Simón, 1998) *"Expresión gráfica o esquemática de la estructura organizativa de una empresa, o de cualquier entidad productiva, comercial, administrativa, políticas.*

### **2.5.2. Flujograma**

Los flujogramas ayudarán por medio de gráficas y símbolos la elaboración de los Manjares Tradicionales.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DEL MERCADO**

#### **3.1. Introducción**

El Estudio de Mercado permitirá conocer el comportamiento de los manjares que se van a poner a disposición de los clientes del cantón Otavalo, estableciendo la cantidad, precio y características del producto, tomando en cuenta competencia y comercialización del mismo todo esto ayudará a que exista un efectivo posicionamiento del producto en el mercado.

Otavalo es una de los principales cantones turísticos del norte del país; cuenta con visitantes diariamente por lo que es muy bueno para que los productos que se van a ofrecer sean de buen ver, tengan una gran acogida y los productos tomen una concepción fortalecida y más aún tomen en cuenta, que somos un cantón que no pierde su historia y tradición. .

Se pretende recuperar la tradición que en la actualidad se está perdiendo y no existe ningún lugar donde adquirir productos tradicionales hechos con insumos naturales del medio; por esta razón se ha tomado la iniciativa de rescatar lo que nos han enseñado nuestros antepasados trayéndolos al presente para que las futuras generaciones conozcan de la gastronomía y de esta manera no la pierdan y no las dejen perderse.

Con el Estudio de mercado conoceremos de manera más concreta cómo será el comportamiento de la demanda y la oferta del mercado al cual se va incluir la Empresa de Manjares Tradicionales.

## **3.2. OBJETIVOS**

### **3.2.1. General**

Realizar el estudio de mercado para identificar la oferta y demanda de los manjares tradicionales.

### **3.2.2. Específicos**

- Definir el mercado al cual se va a dirigir el producto.
- Analizar el comportamiento de la demanda actual, potencial y proyectada.
- Establecer la oferta actual, potencial y proyectada.
- Determinar la demanda insatisfecha.
- Identificar las estrategias de mercado.
- Analizar la competencia del producto.
- Establecer canales de comercialización del producto

## **3.3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

Los manjares a elaborar y comercializar son productos tradicionales que con el pasar del tiempo se han ido perdiendo, porque las nuevas generaciones no le han puesto mucha atención a estos manjares de exquisito sabor, lo cual el propósito de esta investigación es el recate de esta tradición, para esto ofreceremos un producto de máxima calidad y al alcance del bolsillo de toda la población tanto del cantón Otavalo como del norte del país y porque no llegar a cada rincón del Ecuador para que sepan que existe un lugar donde todavía se acuerda de manjares tradicionales elaborados con insumos naturales como:

- Arrope de mora
- Dulce de Leche
- Higos
- Pristiños con miel

### Gráfico N° 11.-Arrope de Mora



Fuente: Bibliográfica  
Elaborado por: La Autora

**Arrope de Mora.-** Es un delicioso manjar tradicional que está elaborado con jugo de mora hasta convertirlo en un exquisito jarabe.

### Gráfico N° 12.- Dulce de Leche



Fuente: Bibliográfica  
Elaborado por: La Autora

**Dulce de Leche.-** También conocido como manjar, manjar blanco, arequipe o cajeta es un dulce tradicional, que hoy en día es el industrializado y el que se va a ofrecer en este Empresa es el tradicional hecho de una manera artesanal con insumos naturales.

### Gráfico N° 13.- Higos



Fuente: Bibliográfica  
Elaborado por: La Autora

**Higos.-** El fruto es blando, de gusto dulce, su interior de color encarnado y blanco, alojándose aquí las semillas. Aparece cubierto exteriormente por una piel verdosa, negra o morada, según las diversas variedades. Este al prepararse se convierte en un dulce exquisito que se sirve frío y en poca cantidad debido a la dulzura del mismo. Como dicen, de lo bueno, poco; ya que es un manjar muy dulce.

### Gráfico N° 14.- Pristiños con Miel



Fuente: Bibliográfica  
Elaborado por: La Autora

**Pristiños con miel.-** Es un manjar tradicional navideño que solo se lo hace en esa época lo que se quiere es hacerlo de una forma más accesible para que se tenga mayor accesibilidad y no solamente en navidad.

### Mercado Meta

Un vez obtenido resultados de las encuestas se ha obtenido que la población de Otavalo si está de acuerdo que exista una Empresa de manjares tradicionales ya que nuestra población meta son los 104.874

habitantes del cantón Otavalo. El mercado potencial serán los 22.438 habitantes que les encantaría abastecerse de este producto.

### **Segmento De Mercado**

Nuestro mercado estará segmentado por aceptación de cada uno de los manjares a ofrecer.

### **3.4.DEMANDA**

#### **3.4.1. Demanda Actual**

Con las encuestas que se realizaron anteriormente a la población del cantón Otavalo, se pudo notar que con la pregunta 1 y 3 se obtuvo que esté de acuerdo en la creación de la una Empresa de Manjares Tradicionales para lo cual se ha podido obtener los siguientes datos:

**Cuadro N° 15.- Población que Adquiere Manjares Tradicionales**

<b>POBLACIÓN TOTAL</b>	<b>POBLACIÓN DISPUESTA A COMPRAR MANJARES TRADICIONALES (PREGUNTA 1)</b>	<b>FRECUENCIA DE COMPRA DE LOS MANJARES TRADICIONALES (PREGUNTA 3)</b>
22.432	91%	43%
	20.418	8.780

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

Con los resultados obtenidos se evidencia que la población del cantón Otavalo está dispuesta a adquirir manjares tradicionales y a la ser frecuentes en la compra, porque se ha indagado muy profundamente la necesidad de adquirir manjares tradicionales; ya sea por gusto, para eventos, para reuniones con amigos, disfrutar de un momento acogedor con la pareja, etc. Esto nos garantiza que la empresa tendrá una alta posibilidad de desarrollarse en el mercado.

### 3.5.PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Como no existen datos estadísticos para proporcionarnos de información acerca de la investigación que se realiza se ha tomado en cuenta el método de crecimiento exponencial, para obtener resultados más objetivos. Se ha tomado en cuenta la tasa de crecimiento poblacional para el cantón Otavalo el cual es de 1.98% información obtenido desde la página del INEC, tomando el censo del 2010. Se aplicará la siguiente formula:

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

**En donde:**

$P_p$ = Población Futura

$P_b$ = Población Inicial

$i$ = Tasa de Crecimiento Anual

$n$ = Año Proyectado

**Cálculo:**

- **Año 1:**

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

$$P_p = 8780 (1+0.0198)^1$$

$$P_p = 8.954$$

- **Año 2:**

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

$$P_p = 8.954 (1+0.0198)^2$$

$$P_p = 9.312$$

- **Año 3:**

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

$$Pp= 9.312 (1+0.0198)^3$$

$$Pp= 9.876$$

- **Año 4:**

$$Pp= Pb (1+i)^n$$

$$Pp= 9.876 (1+0.0198)^4$$

$$Pp= 10.682$$

- **Año 5:**

$$Pp= Pb (1+i)^n$$

$$Pp= 10.682 (1+0.0198)^5$$

$$Pp= 11.782$$

**Cuadro N° 16.- Proyección de la Demanda Total**

<b>AÑO</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>DEMANDA MENSUAL</b>	<b>DEMANDA ANUAL</b>
1	8,954	35,815	429,784
2	9,312	37,248	446,972
3	9,876	39,504	474,051
4	10,682	42,727	512,726
5	11,782	47,128	565,536

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** La Autora

### **3.5.1. Proyección de la Demanda del Arrope de Mora**

Tomando en cuenta las respuestas de las encuestas realizadas se mantuvo un porcentaje diversificado en las opciones que se emitieron.

**Cuadro N° 17.- Proyección de la Demanda Del Arrope de Mora**

<b>DEMANDA ANUAL</b>	<b>DEMANDA DE ARROPE DE MORA 31%</b>
429,784	133,233
446,972	138,561
474,051	146,956
512,726	158,945
565,536	175,316

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

El arrope de mora es muy tradicional en el cantón Otavalo por lo que se obtuvo un mayor porcentaje de su aceptación ya que es muy natural y lo utilizan para las loncheras de sus hijos y acompañarlos en postres.

### **3.5.2. Proyección de la Demanda del Dulce de Leche**

El dulce de leche es un manjar delicioso aceptado por grandes como pequeños tiene un sabor peculiar que le hace tradicional y atractivo al paladar de los consumidores.

**Cuadro N° 18.-Proyección de la Demanda del Dulce de Leche**

<b>DEMANDA ANUAL</b>	<b>DEMANDA DEL DULCE DE LECHE 24%</b>
429,784	103,148
446,972	107,273
474,051	113,772
512,726	123,054
565,536	135,729

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

### **3.5.3. Proyección de la Demanda de Higos**

Se ha proyectado una demanda muy positiva para la compra de higos debido a la respuesta de los encuestados

**Cuadro N° 19.- Proyección de la Demanda de Higos**

<b>DEMANDA ANUAL</b>	<b>DEMANDA DE HIGOS 23%</b>
429,784	98,850
446,972	102,804
474,051	109,032
512,726	117,927
565,536	130,073

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

Según resultados obtenidos los posibles consumidores han manifestado que les gustaría que el producto se ofreciera de manera más seguida y accesible a todo momento.

#### **3.5.4. Proyección de la Demanda de Pristiños Con Miel**

Este manjar es muy tradición en navidad, pero lo que se quiere es que sea un manjar tradicional al cual se pueda acceder de manera continua y saborearlo.

**Cuadro N° 20.- Proyección de la Demanda de Pristiños con Miel**

<b>DEMANDA ANUAL</b>	<b>DEMANDA DE PRISTIÑOS CON MIEL 22%</b>
429,784	94,552
446,972	98,334
474,051	104,291
512,726	112,800
565,536	124,418

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

A pesar de que es un manjar navideño, los consumidores lo quieren tener de manera accesible para no perder la tradición de degustarlos en un día común de la semana.

### 3.6. OFERTA

#### 3.6.1. Oferta Actual

Al momento de efectuar la ficha de observación se pudo cuantificar los productores por cada uno de los productos a ofrecer.

**Cuadro N° 21.- Oferta Actual de Manjares Tradicionales**

PRODUCTO	PRODUCTORES DE MANJARES	FRECUENCIA DE COMPRA	VENTAS PROMEDIO MENSUAL	OFERTA ANUAL DE MANJARES
Arrope de Mora	5	38	345	65,550
Dulce de Leche		39	330	15,444
Higos		32	450	16,560
Pristiños con Miel		38	340	14,212

Fuente: Ficha de Observación  
Elaborado por: La Autora

#### 3.6.2. Proyección de la Oferta

Como no existen datos estadísticos para proporcionarnos de información acerca de la investigación que se realiza se ha tomado en cuenta el método de crecimiento exponencial, para obtener resultados más objetivos. Se ha tomado en cuenta la tasa de crecimiento poblacional para el cantón Otavalo el cual es de 1.98% información obtenido desde la página del INEC, tomando el censo del 2010. Se aplicará la siguiente fórmula:

$$Of = Op (1+i)^n$$

**En donde:**

Of= Población Futura

Op= Población Inicial

i= Tasa de Crecimiento Anual

n= Año Proyectado

**Cuadro N° 22.- Proyección de la Oferta**

<b>PRODUCTO</b>	<b>Oferta 2013</b>				
<b>Arrope de Mora</b>	66,848	69,521	73,733	79,749	87,963
<b>Dulce de Leche</b>	65,624	68,249	72,383	78,289	86,352
<b>Higos</b>	73,426	76,362	80,988	87,596	96,618
<b>Pristiños con Miel</b>	65,879	68,514	72,665	78,593	86688
<b>TOTAL</b>	<b>271,777</b>	<b>285,121</b>	<b>299,120</b>	<b>313,807</b>	<b>329,215</b>

Fuente: Ficha de Observación

Elaborado por: La Autora

### **3.7. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER**

#### **3.7.1. Demanda Potencial por Manjar**

Para la demanda proyectada por manjar se hace una comparación entre la demanda y la oferta para así determinar si los manjares a ofrecer tienen oportunidad en el mercado.

**Cuadro N° 23.-Demanda Potencial a Satisfacer del Arrope de Mora**

<b>Producto</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Potencial a Satisfacer</b>
<b>2013</b>	133,233	66,848	66,385
<b>2014</b>	138,561	69,521	69,040
<b>2015</b>	146,956	73,733	73,223
<b>2016</b>	158,945	79,749	79,197
<b>2017</b>	175,316	87,963	87,354
<b>TOTAL</b>	<b>753,011</b>	<b>377,813</b>	<b>375,198</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

**Cuadro N° 24.- Demanda Potencial a Satisfacer Dulce de Leche**

<b>Producto</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Potencial a Satisfacer</b>
<b>2013</b>	103,148	65,624	37,524
<b>2014</b>	107,273	68,249	39,025
<b>2015</b>	113,772	72,383	41,389
<b>2016</b>	123,054	78,289	44,766
<b>2017</b>	135,729	86,352	49,376
<b>TOTAL</b>	<b>582,977</b>	<b>370,897</b>	<b>212,080</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

**Cuadro N° 25.- Demanda Potencial a Satisfacer de los Higos**

<b>Producto</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Potencial a Satisfacer</b>
<b>2013</b>	98,850	73,426	25,425
<b>2014</b>	102,804	76,362	26,442
<b>2015</b>	109,032	80,988	28,043
<b>2016</b>	117,927	87,596	30,331
<b>2017</b>	130,073	96,618	33,455
<b>TOTAL</b>	<b>558,686</b>	<b>414,990</b>	<b>143,696</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

**Cuadro N° 26.- Demanda Potencial a Satisfacer de Pristiños con Miel**

<b>Producto</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Potencial a Satisfacer</b>
<b>2013</b>	94,552	65,879	28,673
<b>2014</b>	98,334	68,514	29,820
<b>2015</b>	104,291	72,665	31,627
<b>2016</b>	112,800	78,593	34,207
<b>2017</b>	124,418	86,688	37,730
<b>TOTAL</b>	<b>534,395</b>	<b>372,338</b>	<b>162,057</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

## 1.8. PRONÓSTICO DE VENTAS POR MANJARES TRADICIONALES

Mediante observación directa a vendedores ambulantes que venden productos similares comercializan los manjares tradicionales se pudo determinar que los precios no son estandarizados, porque son ventas ocasionales, por lo cual sus precios sufren variaciones dependiendo del nivel de ventas que realice.

El precio para cada uno de los manjares se establece tomando en cuenta el análisis de costos y la información que se tomó a través de la observación directa.

Para pronosticar las ventas se ha tomado como base la demanda potencial a satisfacer en el año 2013, los cuales la Empresa proyecta satisfacer el 15% del valor potencial en el primer año, con un crecimiento del 5% en los años siguientes.

### 3.8.1. Pronóstico de Venta del Arrope de Mora

**Cuadro N° 27.- Pronóstico de Venta del Arrope de Mora**

<b>AÑOS</b>	<b>PLAN DE VENTAS \$</b>
2013	9,958
2014	10,456
2015	12,024
2016	13,828
2017	15,902

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

### 3.8.2. Pronóstico de Venta del Dulce de Leche

**Cuadro N° 28.- Pronóstico de Venta del Dulce de Leche**

<b>AÑOS</b>	<b>PLAN DE VENTAS \$</b>
2013	5,629
2014	5,910
2015	6,797
2016	7,816
2017	8,988

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

### 3.8.3. Pronóstico de Venta de los Higos

**Cuadro N° 29.- Pronóstico de Ventas de los Higos**

<b>AÑOS</b>	<b>PLAN DE VENTAS \$</b>
2013	3,814
2014	4,004
2015	4,605
2016	5,296
2017	6,090

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

### 3.8.4. Pronóstico De Venta Del Arrope De Mora

**Cuadro N° 30.- Pronóstico de Venta de Pristiños con Miel**

<b>AÑOS</b>	<b>PLAN DE VENTAS \$</b>
2013	4,473
2014	4,697
2015	5,401
2016	6,211
2017	7,143

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

## 3.9. PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

### 3.9.1. Precios

Este punto es esencial ya que depende de este para que la Empresa salga adelante, porque dependerá de los clientes para determinar ingresos futuros.

Se debe tomar en cuenta la elasticidad de la demanda, el tipo de producto, la existencia de productos sustitutos y tipo de mercado al cual vamos dirigidos depende de esto para fijar el precio para estimar los ingresos esperados.

Gradualmente se tomará en cuenta los costos y la rentabilidad, ya que son parte primordial para la ejecución del producto como son: el costo total que es el que se compone de costos fijo y variables, costo fijo que sin importar cuantos productos se vendan siempre se incurrirá en ellos (arriendos, sueldo, seguros.) y costo variable dependen del número de unidades se vendan.

### **3.9.2. Promoción**

Se debe tener claro cómo se va a dar a conocer la existencia de la Empresa se debe ganar el mercado, a pesar de que no existe empresas de este tipo se tendrá que pensar en algo novedoso eficaz para que las ventas sean excepcionales.

Recurriremos a la publicidad en anuncios de televisión, radio, revistas periódico, marketing directo a través correo, teléfono, internet, visitas personalizadas a clientes, a manera que vaya creciendo la Empresa y ya este posicionándose en el mercado.

### **3.9.3. Producto**

Los manjares que se van a ofrecer serán de calidad y a precios accesibles para que tengan una gran acogida en el mercado y así se den a conocer y se vaya convirtiendo en un lugar donde todos quieren ir a degustar de manjares tradicionales rescatando valores ancestrales

### **3.9.4. Competencia**

En el cantón Otavalo no existe competencia de manjares tradicionales por lo que tenemos la obligación de ofrecer lo mejor a nuestros futuros clientes los cuales serán la razón de ser de la Empresa a formarse y de posesionarla en el mercado.

## **3.10. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO**

- Al concluir con el estudio de mercado se ha visto que la Empresa que se va a construir va a tener muy buena acogida, porque tanto su oferta y su demanda son muy positivas
- La elaboración y comercialización de manjares tradicionales en la ciudad de Otavalo será una Empresa innovadora que creará

fuentes de trabajo y será un excelente motor de producción a la economía de la ciudad

- Actualmente no existe ningún tipo de Empresa que se dedique a esta tradición por lo que a la población de la ciudad de Otavalo les agrada la ideas de que se cree la empresa de manjares tradicionales.

## CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO

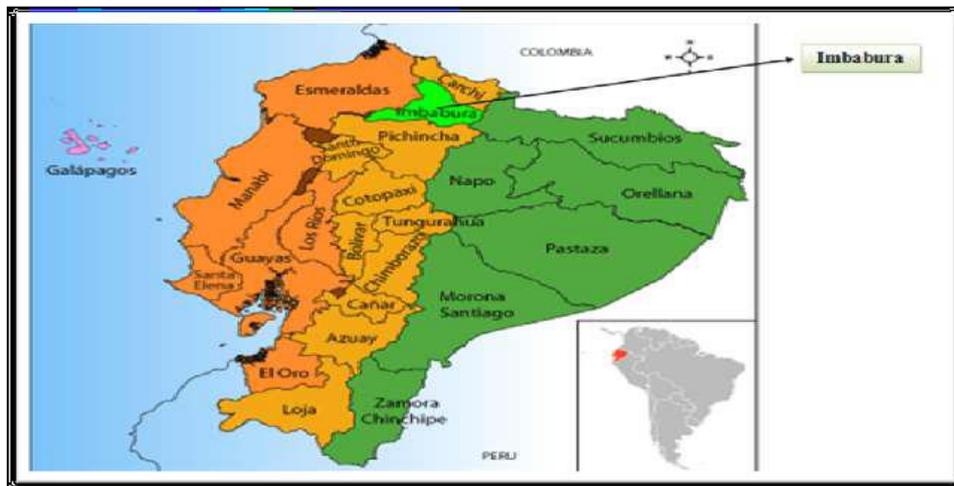
### 4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

#### 4.1.1. Macrolocalización

Las instalaciones de la Empresa de elaboración y comercialización de los manjares tradicionales elaborados con insumos naturales del medio estará en:

**País:** Ecuador  
**Provincia:** Imbabura  
**Cantón:** Otavalo

Gráfico N° 15.- Mapa del Ecuador



Fuente: INEC  
Elaborado por: La Autora

#### 4.1.2. Microlocalización

Para realizar el análisis de la Microlocalización, se necesita realizar un estudio de factores más importantes que influyen en la ubicación del proyecto. De la siguiente manera:

**Cuadro N° 31.- Método Cualitativo por Puntos**

FACTORES	PESO	Sector Norte		Sector Centro		Sector Sur	
		Punto	Pond.	Punto	Pond.	Punto	Pond.
Ubicación Estratégica	0.30	8	2.40	10	3.00	6	1.80
Mano de Obra	0.15	8	1.20	8	1.20	8	1.20
Materia Prima	0.15	8	1.20	9	1.35	8	1.20
Infraestructura	0.20	7	1.40	8	1.60	7	1.40
Competencia	0.10	6	0.60	8	0.80	8	0.80
Cercanía lugar Turístico	0.10	7	0.70	10	1.00	7	0.70
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>7.50</b>		<b>8.95</b>		<b>7.10</b>

Fuente: Bibliográfica  
Elaborado por: La Autora

Una vez realizado el análisis de la Macrolocalización, se ha tomado la decisión de ubicar a la Empresa en:

**Provincia:** Imbabura

**Cantón:** Otavalo

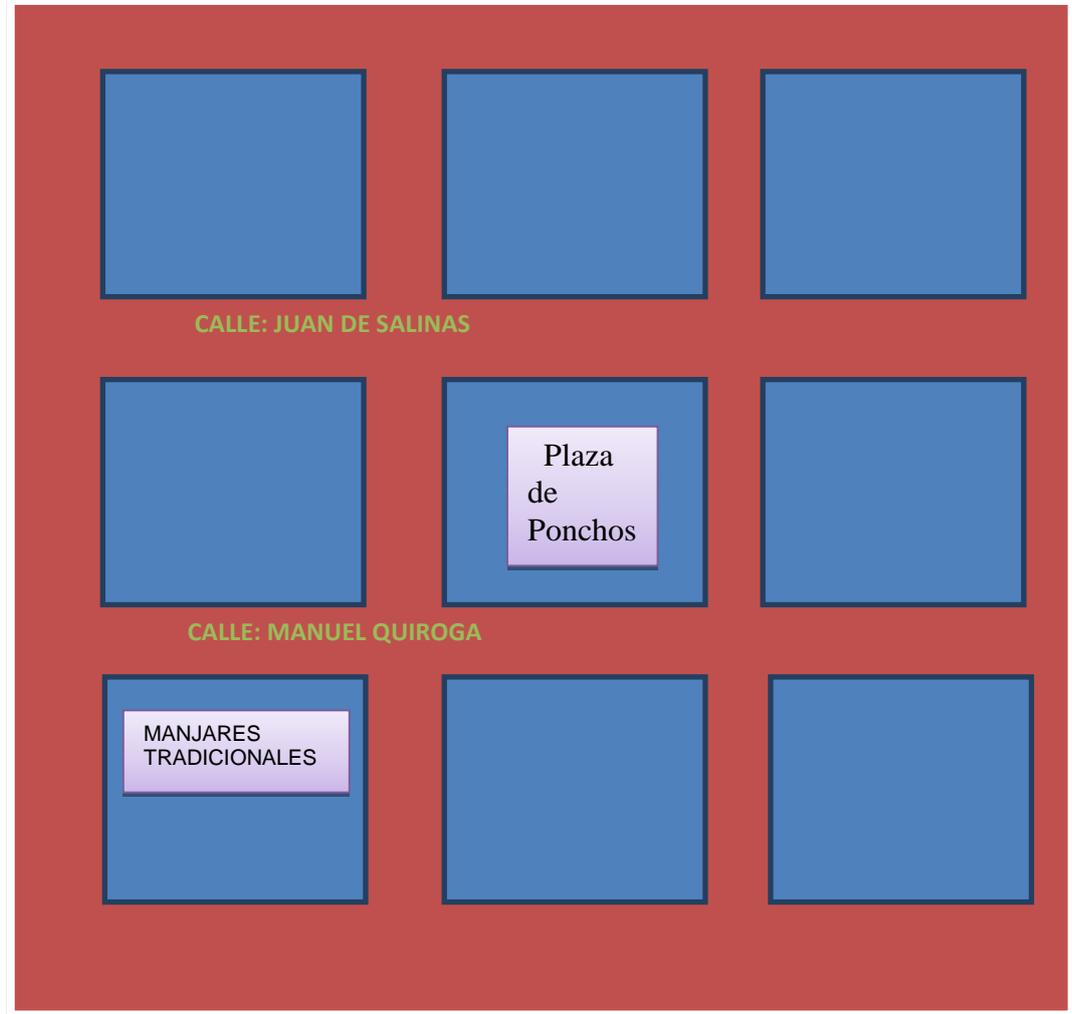
**Dirección:** Quiroga y Bolívar a una cuadra de la Plaza de Ponchos

#### 4.2. UBICACIÓN DE LA EMPRESA

La ubicación de la Empresa será en la calle Quiroga y Bolívar 4-02 por ser un lugar muy comercial se encuentra a una cuadra de la Plaza de

Ponchos, lugar muy turístico de la provincia de Imbabura, lo cual nos ayudará a que sea conocida en el mercado.

**Gráfico N° 16.- Ubicación de la Empresa**



Elaborado por: La Autora

#### **4.3.DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA**

La distribución de la planta contará con un espacio de 8 metros por 15 de largo lo cual será remodelado y será distribuida de una manera muy cómoda para cada área de trabajo la Empresa contará con área de producción, área de comercialización, y área administrativa.

**Cuadro N° 32.- Distribución de Instalaciones**

<b>N°</b>	<b>DEPENDENCIAS</b>	<b>m<sup>2</sup></b> <b>LARGO POR ANCHO</b>
1	ADMINISTRACIÓN	3.5 x 3.5
2	VENTAS	3 x 3.40
3	COMERCIALIZACIÓN	5 x 3
4	PRODUCCIÓN	4 x 6
5	BODEGA	4 x 4
6	BAÑOS	4 x 4

Elaborado por: La Autora

#### 4.4. INSTALACIONES

Gráfico N° 17.- Diseño de Instalaciones



Elaborado por: La Autora

## 4.5. FLUJOGRAMA PRODUCTIVO

### 4.5.1. Simbología del Flujoograma

Proceso productivo de los manjares tradicionales

**Gráfico N° 18.- Simbología del Flujoograma**

<b>Símbolo</b>	<b>Tarea</b>	<b>Significado</b>
	Inicio o fin	Se utiliza para dar inicio y finalización de las actividades del proceso productivo.
	Operación	Se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos, o la combinación de cualquiera de los tres.
	Transporte	Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora.
	Demora	Se presentan generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente. En otras ocasiones el propio proceso exige una demora.
	Almacenamiento	Tanto de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.
	Inspección	Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto.
	Decisión	Es tomar la decisión de continuar con el proceso o regresar a una etapa anterior.

Fuente:(BACA Urbina Gabriel, 2006, pág. 103)

Elaborado por: La Autora

## 4.6. PROCESO PRODUCTIVO

### 4.6.1. Flujograma Productivo

Gráfico N° 19.- Flujograma de Producción del Arrope de Mora

SÍMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO MIN
	Recepción de Materia Prima	3
	Lavar la mora y retira el tallo	4
	Licuar la mora con un poco de agua	3
	Cernir en un colador hasta que no exista ningún grumo	5
	En una olla se coloca el jugo con azúcar hasta obtener un jarabe azucarado	10
	Mezclar con una cuchara de palo y colocar poco a poco el jugo de limón	15
	Retirar del fuego y se deja enfriar	5
	Retirar espuma que se forma en la superficie	3
	Embotellar	3
		<b>50 MINUTOS</b>

Elaborado por: La Autora

**Gráfico N° 20.- Flujograma de Producción del Dulce de Leche**

SIMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO MIN
	Recepción de Materia Prima	3
	Colocar los ingredientes en un recipiente	2
	Mezclar de manera uniforme	5
	Colocarlo a fuego lento	5
	Mezclarlo y subir el fuego a medio	15
	Revolver constantemente	45
	Esperar que espese	5
	Retirar espuma que se forma en la superficie	3
	Embotellar	3
		<b>86 MINUTOS</b>

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 21.- Flujograma de Producción de los Higos

SÍMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO HORA Y MINUTOS
	Recepción de Materia Prima	3min
	Lavar los Higos y hacer una incisión en forma de cruz en la parte superior angosta y ponerlos en agua	24h
	Cernirlos y volver a ponerlos con agua	40min
	Cocinarlos, cernirlos y exprimirlos	12h
	En un recipiente colocar las especies, la panela y el agua	15min
	Dejar hervir hasta que la panela se disuelva	15min
	Incorporar los higos y dejarlos cocinar	3h
	Colocarlos en la tarrina	15min
		1 día, 5 horas con 28 min

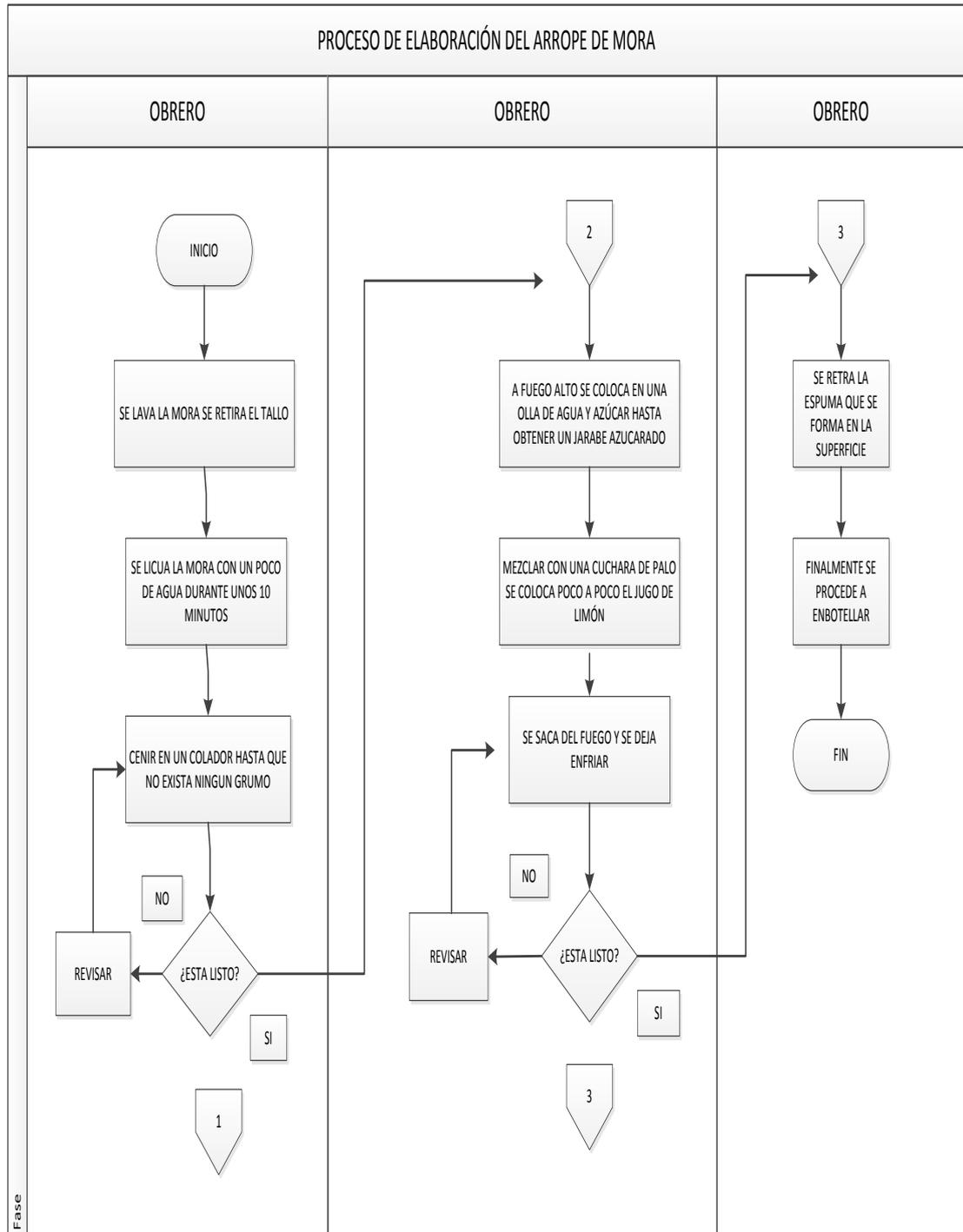
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 22.- Flujograma de Pristiños con Miel

SÍMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO MIN
	Recepción de Materia Prima	3
	Hervir la taza de agua con anís, canela, el limón, la sal y el azúcar	10
	Cernir el harina con el polvo de hornear y mezclar con la mantequilla y los huevos	15
	Colocar poco a poco el agua de anís y amasar hasta que este suave y elástica	20
	Dejar reposar	15
	Amasar hasta dejarla delgada cortarla en rectángulos picarlos y unir sus bordes	20
	Freír en abundante aceite hasta que estén dorados	10
	Posteriormente poner a fuego lento el agua con la panela, la canela y un poco de limón dejar hervir hasta obtener la miel	25
	Colocarlos en la tarrina	10
		<b>128 MINUTOS</b>

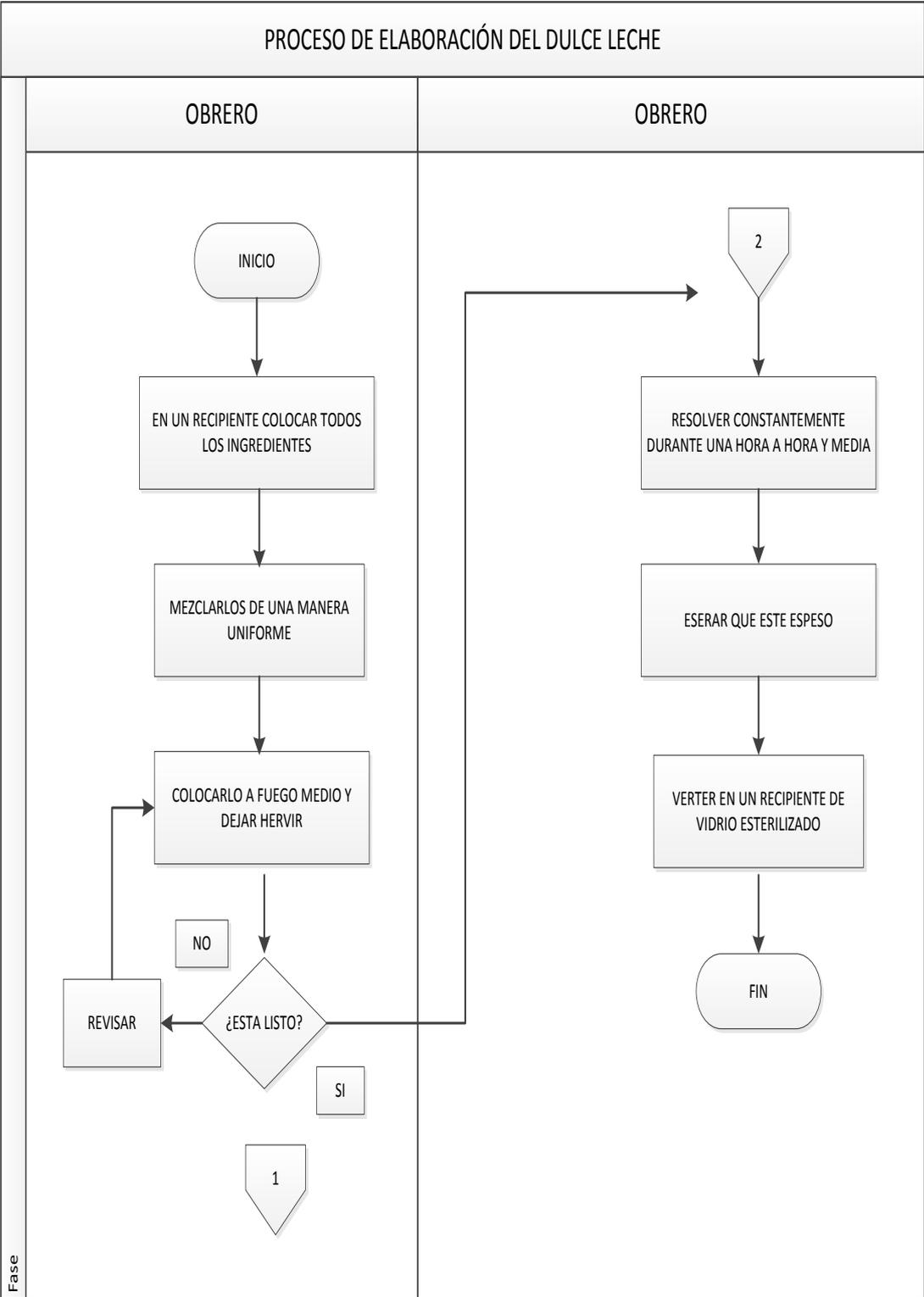
Elaborado por: La Autora

**Gráfico N° 23.- Proceso de Elaboración del Arrope de Mora**



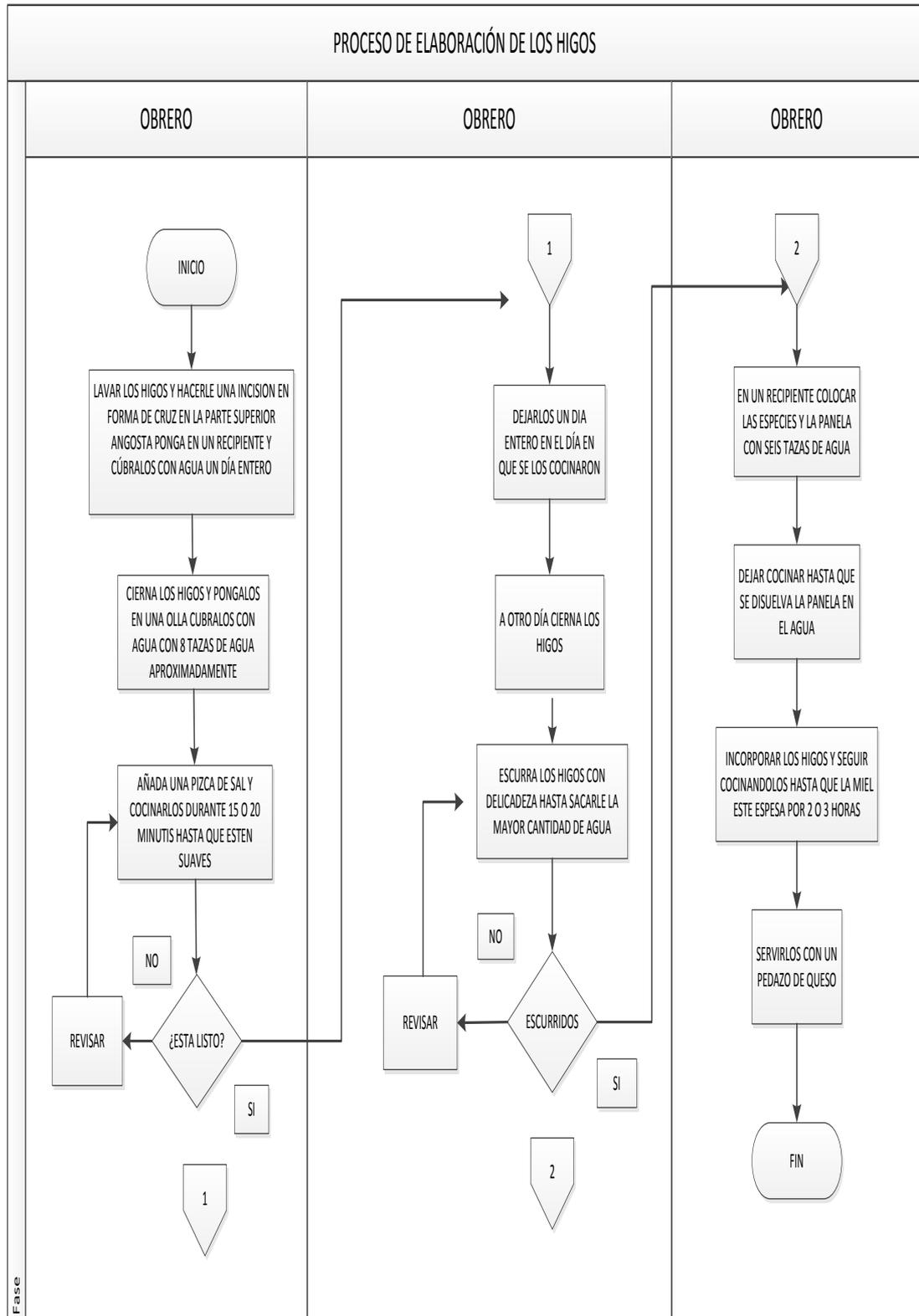
Elaborado por: La Autora

**Gráfico N° 24.- Proceso de Elaboración del Dulce de Leche**



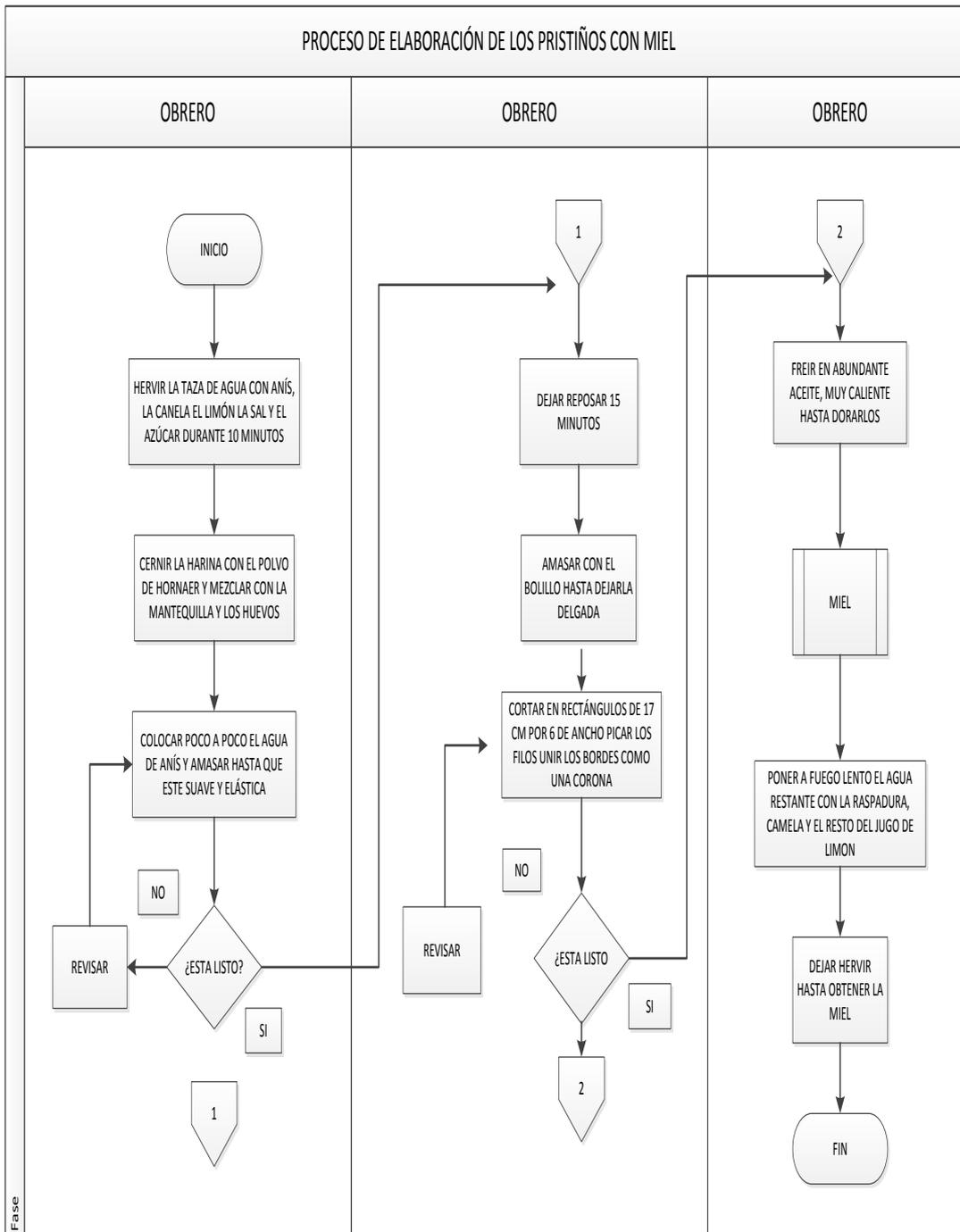
Elaborado por: La Autora

**Gráfico N° 25.- Proceso de Elaboración de los Higos**



Elaborado por: La Autora

**Gráfico N° 26.- Proceso de Elaboración de los Pristiños con Miel**



Elaborado por: La Autora

## 4.7. PRESUPUESTO DEL PROYECTO

### 4.7.1. Inversión Fija

#### Remodelación de la Infraestructura

Para empezar con el funcionamiento de la Empresa contaremos una infraestructura propia la cual se le hará modificaciones según se estime conveniente.

**Cuadro N° 33.- Remodelación de la Infraestructura**

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO \$	PRECIO TOTAL \$
Baldosa Oficinas	m <sup>2</sup>	117	15.00	1,755.00
Paredes Gymsum	m <sup>2</sup>	40	25.00	1,000.00
Cielo Falso	m <sup>2</sup>	120	15.00	1,800.00
Ventana de Aluminio	m <sup>2</sup>	4	18.00	72.00
Mamparas 2x5	m <sup>2</sup>	10	30.00	300.00
Puertas		3	30.00	90.00
<b>TOTAL</b>	m <sup>2</sup>	291	133.00	5,017.00

Fuente: SCC Bosna

Elaborado por: La Autora

#### Maquinaria y Equipo

La Empresa contará con algunas maquinarias y equipos los cuales ayudarán a que se lleve a cabo la elaboración de los Manjares Tradicionales.

### Cuadro N° 34.- Maquinaria y Equipo

DESCRIPCIÓN	CANT	PRECIO UNITARIO \$	PRECIO TOTAL \$
Cocina Industrial (3 quemadores)	1	45.00	45.00
Olla grande	1	20.00	20.00
Ollas pequeñas	4	20.00	80.00
Paila grande de aluminio	2	45.00	90.00
Mini refrigeradora	1	600.00	600.00
Freidora	1	250.00	250.00
Microondas	1	300.00	300.00
Extractor	1	240.00	240.00
Televisor	1	800.00	800.00
Cafetera	1	300.00	300.00
<b>TOTAL</b>			1,890.00

Fuente: Almacenes del Cantón Otavalo  
Elaborado por: La Autora

### Equipo de Computación

Se ha visto la necesidad de comprar algunos equipos de computación que se utilizara para que los empleados mantengan todos los registros actualizados y que se los realicen con mayor rapidez.

### Cuadro N° 35.- Equipo de Computación

DESCRIPCIÓN	CANT	PRECIO UNITARIO \$	PRECIO TOTAL \$
Mini portátil	2	650.00	1,300.00
Impresora Epson	1	160.00	160.00
<b>TOTALES</b>			1,460.00

Fuente: Zona Tecnológica (Quito)  
Elaborado por: La Autora

### Equipo de Oficina

Se necesitarán estos equipos para que la empresa marche de una manera adecuada las cuales ayudarán a la comercialización de Los Manjares.

### Cuadro N° 36.- Equipo de Oficina

DESCRIPCIÓN	CANT	PRECIO UNITARIO \$	PRECIO TOTAL \$
Sumadora	2	45.00	90.00
Caja registradora	1	300	300.00
Fax	1	200	200.00
Teléfono Inalámbrico	1	80	80.00
			670.00

Fuente: Zona Tecnológica (Quito)  
Elaborado por: La Autora

### Muebles y Enseres

Serán para la adecuación de las oficinas y para la sección de ventas las cuales serán acondicionadas de una manera acogedora para que tanto empleados como posibles clientes se sientan satisfechos de contar con un ambiente comfortable.

**Cuadro N° 37.- Muebles y Enseres**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO \$</b>	<b>PRECIO TOTAL \$</b>
Escritorios en L tipo secretaria	2	150.00	300.00
Sillas Giratorias	2	90.00	180.00
Exhibidores	5	40.00	200.00
Mesas	3	150.00	450.00
Sillas	12	18.00	216.00
<b>TOTAL</b>			<b>1,346.00</b>

Fuente: Mecánica Terán  
Elaborado por: La Autora

### **Herramientas de Trabajo**

Son implementos que se van a utilizar para la preparación de los Manjares Tradicionales.

**Cuadro N° 38.- Herramientas de Trabajo**

<b>HERRAMIENTAS DE COCINA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL \$</b>
Platos	36	0.33	11.88
Tazones	4	5.00	20.00
Cucharón	2	2.50	5.00
Colador	3	0.80	2.40
Cuchara de Palo	3	1.00	3.00
Cucharas pequeñas	36	0.30	10.80
<b>TOTAL</b>			<b>53.08</b>

Fuente: PICCA  
Elaborado por: La Autora

## Resumen de la Inversión

Como se han especificado lo que se va utilizar para que se lleve a cabo la creación de la Empresa de Manjares Tradicional con insumos naturales del medio.

**Cuadro N° 39.- Resumen de la Inversión Fija**

<b>DETALLE</b>	<b>PRECIO \$</b>
Infraestructura	5,017.00
Maquinaria y Equipo	1,890.00
Muebles y Enseres	1,346.00
Equipo de Computación	1,460.00
Equipo de Oficina	670.00
Herramienta de Producción	53.08
Imprevistos 3%	311.49
<b>TOTAL</b>	<b>10,747.57</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

### 4.7.2. Inversión Diferida

Estas inversiones diferidas están constituidas por gastos e inversiones necesarias para la conformación, implementación y estudio de factibilidad de la empresa.

**Cuadro N° 40.- Inversión Diferida**

<b>DETALLE</b>	<b>PRECIO \$</b>
Estudio de Factibilidad	500.00
Tramites de Constitución	800.00
Paquete Informático (Tini) licencia	500.00
<b>Total</b>	<b>1,800.00</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

### 4.7.3. Capital De Trabajo

El capital de Trabajo está calculado para un mes de funcionamiento lo cual podría variar cada año ya que, por disposiciones de Gobierno pueden desfazar lo que se proyectó ya sea por incremento porcentual de

sueldos por alza de precios en la materia prima que se utiliza para la elaboración de los Manjares Tradicionales.

Como se desea empezar una operación comercial se deberá tomar en cuenta cada detalle.

**Cuadro N° 41.- Capital de Trabajo**

DETALLE	VALOR PARCIAL \$	VALOR TOTAL \$
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		2,133.17
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>		
Materia Prima	1,775.49	
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>		
Obreros	318.00	
<b>COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN</b>		
Empaque	34.68	
Consumo de Gas	5.00	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		866.60
Sueldos Administrativo	750.00	
Suministro de Oficina	35.60	
Servicios Básicos	61.00	
Mantenimiento de Computación	20.00	
<b>GASTOS VENTAS</b>		17.58
Publicidad	17.58	
<b>TOTAL por 1 mes</b>		<b>3017.35</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autor

## CAPÍTULO V

### ESTUDIO FINANCIERO

#### 5.1. PROPUESTA FINANCIERA

Una vez obtenida información necesaria a través del estudio de mercado en el cual determinamos la oferta y demanda de los Manjares Tradicionales; mientras que con el estudio técnico se obtuvo la descripción de cómo va a funcionar la Empresa, con el estudio financiero se proyectará para cinco años.

Se contará con los siguientes parámetros:

#### 5.2. INVERSIÓN DEL PROYECTO

La inversión para la puesta en marcha de la Empresa está estructurada de la siguiente manera:

**Cuadro N° 42.- Capital de Trabajo**

DETALLE	VALOR TOTAL	%
<b>Inversión Fija</b>	10747.57	69.05
<b>Inversión Diferida</b>	1800.00	11.56
<b>Inversión Capital De Trabajo</b>	3017.35	19.39
<b>TOTAL</b>	15564.92	100.00

Fuente: Estudio Técnico-Financiero

Elaborado por: La Autora

### 5.3. CÁLCULO DEL COSTE DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

#### 5.3.1. Cálculo del Coste de Oportunidad

**Cuadro N° 43.- Cálculo coste de Oportunidad**

DETALLE	VALOR \$	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	5,000.00	32,12	4,60	147,77
Capital Financiado	10,564.92	67,88	11,20	760,22
<b>TOTAL</b>	<b>15,564.92</b>	<b>100%</b>	<b>15,80</b>	<b>907,98</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora

#### 5.3.2. Tasa de Rendimiento Medio

La tasa de rendimiento medio, también dicha tasa real del proyecto, da una visión clara de cuanto teóricamente generará el proyecto, con datos tomados a la fecha que se realizó el cálculo.

**Cuadro N° 44.- Tasa de Rendimiento Medio**

<b>COSTO OPORTUNIDAD</b>	9,08%
(inflación)	3,82%
TRM	$((1+ck)(1+if))-1$
TRM	0,13
TRM	13,25

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora

### 5.4. INVERSIÓN FIJA

Para los activos fijos de la Empresa se contará con un sin número de bienes necesarios para el desarrollo de las actividades, mismas que se detallan a continuación.

### 5.4.1. Infraestructura

La infraestructura constará de dos áreas como: la administrativa y la operativa mismas que estarán distribuidos de la siguiente manera:

**Cuadro N° 45.- Infraestructura**

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO \$</b>	<b>PRECIO TOTAL \$</b>
Baldosa Oficinas	m <sup>2</sup>	117	15,00	1755,00
Paredes Gymsum	m <sup>2</sup>	40	25,00	1000,00
Cielo Falso	m <sup>2</sup>	120	15,00	1800,00
Ventana de Aluminio	m <sup>2</sup>	4	18,00	72,00
Mamparas 2x5	m <sup>2</sup>	10	30,00	300,00
Puertas		3	30,00	90,00
<b>TOTAL</b>	m <sup>2</sup>	291		5017,00

Fuente: SCC. Bosna  
Elaborado por: La Autora

### 5.4.2. Maquinaria y Equipo

Para la especificación de la maquinaria y equipo que se va a tomar en cuenta, se ha buscado los mejores precios y la calidad de lo que se va adquirir

### Cuadro N° 46.- Maquinaria y Equipo

DESCRIPCIÓN	CANT	PRECIO UNITARIO \$	PRECIO TOTAL \$
Cocina Industrial (3 quemadores)	1	45,00	45,00
Olla grande	1	20,00	20,00
Ollas pequeñas	4	20,00	80,00
Paila grande de aluminio	2	45,00	90,00
Mini refrigeradora	1	600,00	600,00
Freidora	1	250,00	250,00
Microondas	1	300,00	300,00
Extractor	1	240,00	240,00
Televisor	1	800,00	800,00
Cafetera	1	300,00	300,00
<b>TOTAL</b>			<b>1,890.00</b>

Fuente: Almacenes del Cantón Otavalo  
Elaborado por: La Autora

#### 5.4.3. Herramientas y Materiales para la Producción

Primeramente se realizó un listado de las herramientas que se van a utilizar para después adquirir lo más estrictamente necesario como se describe a continuación.

#### Cuadro N° 47.- Herramientas y Materiales para la Producción

HERRAMIENTAS DE COCINA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO \$	PRECIO TOTAL \$
Platos	36	0,33	11,88
Tazones	4	5,00	20,00
Cucharón	2	2,50	5,00
Colador	3	0,80	2,40
Cuchara de Palo	3	1,00	3,00
Cucharas pequeñas	36	0,30	10,80
<b>TOTAL</b>			<b>53,08</b>

Fuente: PICCA

Elaborado por: La Autora

#### 5.4.4. Muebles y Enseres

Los muebles y enseres que se especifican serán los que se vieron adecuados a las instalaciones de La Empresa para una presentación excelente y comodidad de los empleados.

### Cuadro N° 48.- Muebles y Enseres

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO \$	PRECIO TOTAL \$
Escritorios en L tipo secretaria	2	150,00	300,00
Sillas Giratorias	2	90,00	180,00
Exhibidores	5	40,00	200,00
Mesas	3	150,00	450,00
Sillas	12	18,00	216,00
<b>TOTAL</b>			<b>1346,00</b>

Fuente: Mecánica Terán  
Elaborado por: La Autora

#### 5.4.5. Equipo de Computación

El equipo de computación es esencial por lo tanto debe contar con tecnología actualizada y eficaz, ya que en ella se guardarán archivos importantes de la Empresa

### Cuadro N° 49.- Equipo de Computación

EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANT	PRECIO UNITARIO \$	PRECIO TOTAL \$
Portátil	2	950,00	1900,00
Impresora	1	160,00	160,00
<b>TOTALES</b>			<b>2060,00</b>

Fuente: Zona Tecnológica (Quito)  
Elaborado por: La Autora

#### 5.4.6. Equipo de Oficina

El equipo de oficina son cosas básicas que es necesita estrictamente en la oficina, mínimas pero necesarias y se han detallado de la siguiente manera:

### Cuadro N° 50.- Equipo de Oficina

DESCRIPCIÓN	CANT	PRECIO UNITARIO \$	PRECIO TOTAL \$
Sumadora	2	45,00	90,00
Caja Registradora	1	300	300,00
Fax	1	200	200,00
Teléfono Inalámbrico	1	80	80,00
			670,00

Fuente: Zona Tecnológica (Quito)

Elaborado por: La Autora

### 5.4.7. Resumen de Activos Fijos

#### Cuadro N° 51.- Resumen de Activos Fijos

DETALLE	PRECIO \$
Infraestructura	5017,00
Maquinaria y Equipo	1890,00
Muebles y Enseres	1346,00
Equipo de Computación	2060,00
Equipo de Oficina	670,00
Herramienta de Producción	53,08
Imprevistos 3%	329,49
<b>TOTAL</b>	<b>11365,57</b>

Fuente: Zona Tecnológica (Quito)

Elaborado por: La Autora

### 5.5. INVERSIÓN DIFERIDA

#### 5.5.1. Gastos de Constitución

La inversión diferida son los gastos del estudio de factibilidad, de constitución, licencia del paquete informático.

### Cuadro N° 52.- Gastos de Constitución

DETALLE	PRECIO \$
Estudio de Factibilidad	500.00
Tramites de Constitución	800.00
Paquete Informático (Tini), licencia	500.00
<b>Total</b>	<b>1,800.00</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

#### 5.6. CAPITAL DE TRABAJO

Para el capital de trabajo se consideró lo que se va a utilizar para la producción de un mes de los manjares tradicionales.

El capital de trabajo resulta útil para establecer el equilibrio de cada organización empresarial. Se trata de una herramienta fundamental a la hora de realizar el análisis, ya que evidencia un vínculo muy estrecho con las operaciones diarias que se concretan en ella

Por consiguiente se ha detallado de manera clara todos los elementos básicos que se requiere para constituir el capital de trabajo.

**Cuadro N° 53.- Capital de Trabajo**

DETALLE	VALOR PARCIAL \$	VALOR TOTAL \$
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		2,133.17
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>		
Materia Prima	1,775.49	
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>		
Obreros	318.00	
<b>COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN</b>		
Empaque	34.68	
Consumo de Gas	5.00	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		866.60
Sueldos Administrativo	750.00	
Suministro de Oficina	35.60	
Servicios Básicos	61.00	
Mantenimiento de Computación	20.00	
<b>GASTOS VENTAS</b>		17.58
Publicidad	17.58	
<b>TOTAL por 1 mes</b>		<b>3,017.35</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

## **5.7. INGRESOS**

Los ingresos serán los que le den vida a la Empresa, para obtener el dato real de ingresos se realizó previamente el Estudio de Mercado el mismo que nos reflejó que el producto tendrá acogida por lo que tendremos mucha demanda.

### **5.7.1. Proyección de Ingresos**

Para la proyección de ingresos se consideró que en el primer año de operaciones se captará el 15% de la demanda potencial a satisfacer con un crecimiento del 5% cada año, por otro lado el precio se estableció haciendo un estudio a la competencia y colocándose en un punto

promedio mismo, que será incrementado cada año el 4% de acuerdo a la inflación

**Cuadro N° 54.- Proyección de Ingresos**

<b>PROYECCIÓN DE INGRESOS ARROPE DE MORA</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Botella de 1/4 de litro	9,957.77	10,455.66	12,024.01	13,827.61	15,901.75
Precio por unidad \$	1.43	1.49	1.55	1.61	1.67
<b>INGRESOS PROYECTADOS</b>	<b>8,048.90</b>	<b>8,789.40</b>	<b>10,512.13</b>	<b>12,572.50</b>	<b>15,036.71</b>
<b>PROYECCIÓN DE INGRESOS DE DULCE DE LECHE</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Frasco de 1/4 de litro	5,628.60	5,910.03	6,796.54	7,816.02	8,988.42
Precio por unidad \$	0.90	0.94	0.97	1.01	1.05
<b>INGRESOS PROYECTADOS</b>	<b>5,629.50</b>	<b>5,910.97</b>	<b>6,797.51</b>	<b>7,817.03</b>	<b>8,989.48</b>
<b>PROYECCIÓN DE INGRESOS DE LOS HIGOS</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Tarrina con 8 higos	3,813.71	4,004.39	4,605.05	5,295.81	8,988.42
Precio por Tarrina \$	1.00	1.04	1.08	1.12	1.17
<b>INGRESOS PROYECTADOS</b>	<b>3,813.71</b>	<b>4,164.57</b>	<b>4,980.82</b>	<b>5,957.07</b>	<b>10,515.18</b>
<b>PROYECCIÓN DE INGRESOS DE LOS PRISTIÑOS CON MIEL</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Tarrina con 4 pristiños	3,813.71	4,004.39	4,605.05	5,295.81	6,090.18
Precio por Tarrina \$	1.00	1.04	1.08	1.12	1.17
<b>INGRESOS PROYECTADOS</b>	<b>3,813.71</b>	<b>4,164.57</b>	<b>4,980.82</b>	<b>5,957.07</b>	<b>7,124.65</b>
<b>TOTALES</b>	<b>21,305.82</b>	<b>23,029.51</b>	<b>27,271.29</b>	<b>32,303.67</b>	<b>41,666.03</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

## 5.8. EGRESOS

### 5.8.1. Costos de Producción

#### Materia Prima e Insumos

**Cuadro N° 55.- Materia Prima e Insumos**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Materia Prima e Insumos \$	723.48	751.12	779.81	809.60	840.52
<b>TOTALES</b>	<b>723.48</b>	<b>751.12</b>	<b>779.81</b>	<b>809.60</b>	<b>840.52</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

## Mano de Obra Directa

**Cuadro N° 56.- Materia Prima e Insumos**

DETALLE	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
OBRERO	318.00	3,816.00	4,193.78	4,608.97	5,065.26	5,566.72
<b>ANUAL</b>	<b>318.00</b>	<b>3,816.00</b>	<b>4,193.78</b>	<b>4,608.97</b>	<b>5,065.26</b>	<b>5,566.72</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**Cuadro N° 57.- Proyección del Costo de la M.O.D.**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	3,816.00	4,193.78	4,608.97	5,065.26	5,566.72
Aporte Patronal	463.64	509.54	559.99	615.43	676.36
Fondos de Reserva		349.34	383.93	421.94	463.71
Décimo Tercero	318.00	349.48	384.08	422.10	463.89
Décimo Cuarto	318.00	349.48	384.08	422.10	463.89
Vacaciones	178.32	210.53	231.37	254.28	279.45
<b>TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA</b>	<b>4,915.64</b>	<b>5,751.63</b>	<b>6,321.05</b>	<b>6,946.83</b>	<b>7,634.57</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

## Costos Generales de Producción

Los costos generales de producción están conformados por etiquetas y envases los cuales serán utilizados para la comercialización del Producto para que sea más innovador y atractivo para los consumidores.

**Cuadro N° 58.- Costos Generales de Producción**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Empaque	27.66	29.04	33.40	38.41	51.12
Gas	5.00	5.19	5.39	5.60	5.81
<b>TOTAL</b>	<b>27.66</b>	<b>29.04</b>	<b>33.40</b>	<b>38.41</b>	<b>51.12</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

## Resumende los costos de Producción

**Cuadro N° 59.- Resumen de los Costos de Producción**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Materia Prima Directa	465.88	504.00	597.25	707.96	962.24
Mano de Obra Directa	4,915.64	4,193.78	4,608.97	5,065.26	5,566.72
Costos Generales de Producción	27.66	29.04	33.40	38.41	51.12
<b>TOTAL</b>	<b>5,666.78</b>	<b>4,973.94</b>	<b>5,422.17</b>	<b>5,913.26</b>	<b>6,458.36</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### 5.8.2. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos crecerán a en tendencia de la inflación la misma que varía y se deberá tomar muy en cuenta.

### Sueldos y Salarios

**Cuadro N° 60.- Sueldo y Salario**

<b>DETALLE</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Gerente	380.00	4,560.00	5,011.44	5,507.57	6,052.82	6,652.05
Contadora	325.00	3,900.00	4,286.10	4,710.42	5,176.76	5,689.25
<b>TOTAL</b>	<b>705.00</b>	<b>8,460.00</b>	<b>9,297.54</b>	<b>10,218.00</b>	<b>11,229.58</b>	<b>12,341.31</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**Cuadro N° 61.- Proyección de Sueldo Básico Unificado**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Salario Básico Unificado	8,460.00	9,297.54	10,218.00	11,229.58	12,341.31
Aporte Patronal	1,027.89	1,129.65	1,241.49	1,364.39	1,499.47
Fondos de Reserva		774.49	851.16	935.42	1,028.03
Décimo Tercero	318.00	349.48	384.08	422.10	463.89
Décimo Cuarto	318.00	349.48	384.08	422.10	463.89
Vacaciones	395.33	466.74	512.94	563.72	619.53
<b>TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA</b>	<b>10,123.89</b>	<b>11,900.64</b>	<b>13,078.80</b>	<b>14,373.61</b>	<b>15,796.59</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

### Servicios Básicos

**Cuadro N° 62.- Servicios Básicos**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Agua	180.00	186.88	194.01	201.43	209.12
Luz	96.00	99.67	103.47	107.43	111.53
Teléfono	240.00	249.17	258.69	268.57	278.83
<b>TOTAL</b>	<b>516.00</b>	<b>535.71</b>	<b>556.18</b>	<b>577.42</b>	<b>599.48</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

### Suministro de Oficina

**Cuadro N° 63.- Suministros de Oficina**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Suministro de Oficina	309.60	321.43	333.71	346.45	359.69
<b>TOTAL</b>	<b>309.60</b>	<b>321.43</b>	<b>333.71</b>	<b>346.45</b>	<b>359.69</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

## Mantenimiento de Computación

**Cuadro N° 64.- Suministros de Oficina**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento de Computación	180.00	186.88	194.01	201.43	209.12
<b>TOTAL</b>	<b>180.00</b>	<b>186.88</b>	<b>194.01</b>	<b>201.43</b>	<b>209.12</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

## Resumen de Gastos Administrativos

**Cuadro N° 65.- Resumen de Gastos Administrativos**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y Salarios	10,123.89	11,900.64	13,078.80	14,373.61	15,796.59
Servicios Básicos	516.00	535.71	556.18	577.42	599.48
Suministro de Oficina	309.60	321.43	333.71	346.45	359.69
Mantenimiento de Computación	180.00	186.88	194.01	201.43	209.12
<b>TOTAL</b>	<b>11,129.49</b>	<b>12,944.65</b>	<b>14,162.70</b>	<b>15,498.91</b>	<b>16,964.88</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

### 5.8.3. Gastos Ventas

Los gastos de ventas son básicamente los que ayudan a conocer al producto.

## Publicidad

**Cuadro N° 66.- Publicidad**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cuñas Radiales	86.00	89.29	92.70	96.24	99.91
Trípticos	25.00	25.96	26.95	27.98	29.04
<b>TOTAL</b>	<b>111.00</b>	<b>115.24</b>	<b>119.64</b>	<b>124.21</b>	<b>128.96</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

## Resumen de Gastos Ventas

**Cuadro N° 67.- Resumen de Gastos de Ventas**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	25.00	25.96	26.95	27.98	29.04
<b>TOTAL</b>	<b>25.00</b>	<b>25.96</b>	<b>26.95</b>	<b>27.98</b>	<b>29.04</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

## 5.8.4. Gastos Financieros

**Cuadro N° 68.- Gastos Financieros**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Financieros	1,252.49	1,001.99	751.49	500.99	250.50
<b>TOTAL</b>	<b>1,252.49</b>	<b>1,001.99</b>	<b>751.49</b>	<b>500.99</b>	<b>250.50</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**Monto:** 1,1182.92

**Interés:** 11.30%

**Años:** 5 pagos anuales

**Cuadro N° 69.- Financiamiento**

Nº ABONO	CUOTA ANUAL	INTERES	ABONO	SALDO
0				11,182.92
1	3489.07	1252.49	2236.58	8,946
2	3238.57	1001.99	2236.58	6,709.75
3	2988.07	751.49	2236.58	4,473.17
4	2737.58	500.99	2236.58	2,236.58
5	2487.08	250.50	2236.58	0.00

Fuente: Banco del Fomento

Elaborado por: La Autora

### 5.8.5. Depreciación y Amortización

**Cuadro N° 70.- Depreciación**

<b>ACTIVO FIJO DEPRECIABLE</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>% POR LEY</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Muebles y Enseres	1,346.00	0.10	134.60	134.60	134.60	134.60	134.60
Equipo de Computación	2,060.00	0.33	679.80	679.80	679.80		
Maquinaria y Equipo	1,890.00	0.10	189.00	189.00	189.00	189.00	189.00
Equipo de Oficina	670.00	0.10	67.00	67.00	67.00	67.00	67.00
Herramienta de Trabajo	53.08	0.10	5.31	5.31	5.31	5.31	5.31
<b>TOTAL</b>	<b>6,019.08</b>		<b>1,075.71</b>	<b>1,075.71</b>	<b>1,075.71</b>	<b>395.91</b>	<b>395.91</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

**Cuadro N° 71.- Amortización**

<b>AMORTIZACIÓN</b>	<b>VALOR INICIAL</b>	<b>AMORTIZACIÓN ANUAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Infraestructura	1800.00	20%	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

## 5.9. BALANCE DE ARRANQUE

Cuadro N° 72.- Balance de Arranque Año Cero

<b><u>ACTIVOS:</u></b>		<b><u>PASIVOS:</u></b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES:</b>		<b>3,017.35</b>	Préstamo Bancario 11,182.92
Efectivo	3,017.35		
<b>PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO:</b>		<b>11,365.57</b>	<b><u>CAPITAL:</u></b>
			Inversión Propia 5,000.00
Infraestructura	5,017.00		
Equipo de Computación	2,060.00		
Equipo de Oficina	670.00		
Maquinaria Y Equipo	1,890.00		
Muebles y Enseres	1,346.00		
Herramienta de Trabajo	53.08		
Otros	329.49		
<b>ACTIVOS DIFERIDO</b>		<b>1,800.00</b>	
Inversión Diferida			
Estudio de Factibilidad	500.00		
Trámites de Constitución	800.00		
Paquete Informático	500.00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>16,182.92</b>	<b>TOTAL PAS + PAT. 16,182.92</b>

Elaborado por: La Autora

## 5.10. ESTADO FINANCIERO DE RESULTADO

Con el Estado de pérdidas y ganancias podremos saber la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto.

**Cuadro N° 73.- Estado de Resultados Proyectados**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	<b>21,305.82</b>	<b>23,029.00</b>	<b>27,271.29</b>	<b>32,303.67</b>	<b>41,666.03</b>
(-) Costo de Producción	5,666.78	4,973.94	5,422.17	5,913.26	6,458.36
<b>=UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>15,639.04</b>	<b>18,055.06</b>	<b>21,849.12</b>	<b>26,390.41</b>	<b>35,207.67</b>
(-)GASTOS					
Gastos de Administrativos	11,129.49	12,944.65	14,162.70	15,498.91	16,964.88
Gastos de Ventas	25.00	25.96	26.95	27.98	29.04
<b>=UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>4,484.55</b>	<b>5,084.45</b>	<b>7,659.47</b>	<b>10,863.53</b>	<b>18,213.75</b>
(-)Gastos Financieros intereses	1,252.49	1,001.99	751.49	500.99	250.50
<b>=UTILIDAD NETA ENANTES DEL 15% PART. TRABAJADORES</b>	<b>3,232.06</b>	<b>4,082.46</b>	<b>6,907.98</b>	<b>10,362.54</b>	<b>17,963.25</b>
(-) 15% Participación Trabajadores	484.81	612.37	1,036.20	1,554.38	2,694.49
<b>=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>2,747.25</b>	<b>3,470.09</b>	<b>5,871.79</b>	<b>8,808.16</b>	<b>15,268.76</b>
(-) 22% Impuesto a la Renta	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>=UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>2,747.25</b>	<b>3,470.09</b>	<b>5,871.79</b>	<b>8,808.16</b>	<b>15,268.76</b>

Elaborado por: La Autora

## 5.11. FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN

Este flujo de caja es un resumen de los ingreso y gastos que el proyecto va a tener recopilando datos que se obtuvieron en los estudios que se realizaron de la misma manera que se utilizara la inversión con la que se va a contar para tener una clara visión del efectivo que se va a mover dentro de la Empresa de Manjares Tradicionales.

**Cuadro N° 74.- Flujo de Caja**

<b>DETALLE</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>						
Inversión Inicial	(16,182.92)					
<b>(=) Utilidad Neta</b>		<b>2,747.25</b>	<b>5,084.45</b>	<b>7,659.47</b>	<b>10,863.53</b>	<b>1,8213.75</b>
Depreciación		1,075.71	1,075.71	1,075.71	395.91	395.91
Amortización		360.00	360.00	360.00	360.00	360.00
Valor de Rescate						2,000.13
<b>(=)TOTAL INGRESOS</b>		<b>4,182.96</b>	<b>6,520.16</b>	<b>9,095.18</b>	<b>11,619.44</b>	<b>20,969.79</b>
<b>EGRESOS</b>						
Pago al Principal		3,280.94	3,045.39	2,809.83	2,574.28	2,338.72
Otros Gastos						
<b>(=)TOTAL EGRESOS</b>		<b>902.02</b>	<b>3,045.39</b>	<b>2,809.83</b>	<b>2,574.28</b>	<b>2,338.72</b>
<b>(=)FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO</b>	(16,182.92)	3,280.94	3,474.77	6,285.35	9,045.16	18,631.06

Elaborado por: La Autora

## **5.12. EVALUACIÓN FINANCIERA**

Al realizar esta evaluación financiera nos permitiremos saber cuál es la alternativa más adecuada para la inversión, con los criterios de evaluación que se procederá a realizar se determinará si el proyecto es viable para su aplicación.

### **5.12.1. Valor Actual Neto (VAN)**

Es la ganancia extraordinaria que genera el proyecto a lo largo de su vida cuando el VAN es negativo de la inversión no es recomendable.

**Cuadro N° 75.- Valor Actual Neto (VAN)**

<b>AÑO</b>	<b>FLUJOS</b>	<b>ENTRADAS ACTUALIZADAS</b>
0	<16,182.92>	<16,182.92>
1	3,280.94	2,897.34
2	3,474.77	2,709.75
3	6,285.35	4,328.46
4	9,045.16	5,500.74
5	18,631.06	10,005.61
<b>VAN</b>	<b>24,534.00</b>	<b>VALOR ACTUAL NETO</b>

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: La Autora

En este caso el proyecto nos ha dado un resultado positivo la cual nos da a ver que es factible financieramente

#### **5.12.2. Tasa Interna De Retorno (TIR)**

Se define como la tasa de descuento que hace al valor actual neto sea cero; es decir que los ingresos en efectivo, será exactamente igual a la inversión inicial neta realizada.

Si la TIR es mayor o igual al costo de oportunidad del capital o TRM.

El TIR mayor que el costo de oportunidad garantiza que el proyecto rinde más que la inversión alternativa.

**Cuadro N° 76.- Tasa Interna de Retorno (TIR)**

<b>AÑO</b>	<b>FLUJOS</b>	<b>ENTRADAS ACTUALIZADAS</b>
0	<16,182.92>	<16,182.92>
1	3,280.94>	2,897.34
2	3,474.77	2,709.75
3	6,285.35	4,328.46
4	9,045.16	5,500.74
5	18,631.06	10,005.61
<b>TIR</b>	<b>29%</b>	<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: La Autora

### 5.12.3. Período De Recuperación de la Inversión (PRI)

**Cuadro N° 77.- Período de Recuperación de la Inversión ( PRI)**

Inversión	16,182.92
Años del Proyecto	5
flujos de caja	40,717.29

$$\text{FÓRMULA} = \frac{\text{Inversión} * (\text{Número de años})}{\text{Flujos de Caja}}$$

$$R = \frac{80,914.60}{40717.29}$$

$$R = 1.99$$

La recuperación de la inversión con valores corrientes será en un tiempo de 1.99 año.

### 5.12.4. Relación Costo-Beneficio

Para que la propuesta sea aceptada la relación costo beneficio deberá darnos mayor a 1

**Cuadro N° 78.- Cálculo de Costo-Beneficio**

<b>AÑOS</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>TASA DE REDESCUENTO</b>	<b>EGRESOS</b>	<b>TASA REDESCUENTO</b>
		0.13		0.13
1	21,305.82	18,814.79	190.97	18,073.76
2	23,029.00	20,336.50	3,045.39	18,946.54
3	27,271.29	24,082.79	2,809.83	20,363.31
4	32,303.67	28,526.80	2,574.28	21,941.13
5	41,666.03	36,794.53	2,338.72	23,702.78
<b>TOTAL</b>		<b>128,555.55</b>		<b>103,027.65</b>

$$B/C = \frac{\text{Sumatoria de ingresos}}{\text{Sumatoria Egresos}}$$

$$B/C = \frac{128,555.55}{103,027.65}$$

$$B/C = 1.29$$

El resultado del análisis de este indicador se determina que por cada dólar que se está invirtiendo para que el proyecto se desarrolló de manera eficiente, tendrá una rentabilidad de 1.29 dólares, es decir que por cada dólar de gasto se generará 0.29 ctvs. De ingresos.

#### 5.12.5. Punto De Equilibrio

**Cuadro N° 79.- Punto de Equilibrio**

$PE = \frac{\text{Gastos Fijos (Inversión del Proyecto)}}{\text{Margen de Contribución}}$
---

$$PE = \frac{10747.57}{4.33}$$

$$PE = 2,482.11 \text{ UNIDADES}$$

El punto de Equilibrio indica que la Empresa necesita vender 2,482.11 unidades, para comenzar a recuperar los activos fijos y costos fijos.

### 5.13. RESÚMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA

**Cuadro N° 80.- Resumen de Evaluadores Financieros**

<b>EVALUADOR</b>	<b>RESULTADO</b>	<b>ANÁLISIS</b>
VAN	24,534	ACEPTABLE
TIR	29%	ACEPTABLE
C/B	1.25	ACEPTABLE
PRI	1.99	ADECUADO
<b>EVALUACIÓN FINAL</b>		<b>FACTIBLE POTENCIALMENTE</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora

## CAPÍTULO VI ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

### 6.1. LA EMPRESA

#### 6.1.1. Nombre o Razón Social

La Empresa que se va a crear esta basa básicamente en el rescate de la tradición de nuestros antepasados y su nombre tendrá mucho valor para que lo reconozcan de una manera rápida

#### Gráfico N° 27.- Logotipo y Marca



#### 6.1.2. Logotipo y la Marca

El Logotipo que se presenta para la Empresa dedicada a la elaboración y comercialización de Manjares Tradicionales del medio en la ciudad de Otavalo es un gráfico que identifica a la Empresa y la actividad que realiza, se ha tomado un chef para que represente la especialidad que se tiene al realizar estos Manjares.

**Marca:** Su nombre lo identifica muy claramente, “**Los Manjares Tradicionales**” la tradición se recuperara notablemente con su nombre porque se sabrá que es un producto que nuestros antepasados lo hacían y por ende lo aceptarán.

**Eslogan:** ¡Lo de ayer a tu paladar! Este marcará su idealización de la Empresa.

### **6.1.3. Conformación Jurídica De La Empresa**

La Empresa será de una persona natural por lo que no es necesario registrarse en la superintendencia de compañías lo indispensable será estar con papeles en regla con el SRI y el GAD de Otavalo, para que no exista ningún inconveniente para esto será necesario que se cumpla con ciertos requisitos indispensables:

- Apertura del RUC
- Permiso del Municipio
- Permiso de Funcionamiento de la Salud

### **Requisitos para obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC)**

- a) Cédula del representante legal
- b) Copia del certificado de votación
- c) Recibo del pago de agua, luz o teléfono

### **Requisitos para obtener la Patente Municipal por primera vez**

- a) Cédula del representante legal
- b) Nombre (Apellido y Nombres) del dueño del predio donde funciona la actividad económica
- c) Copia del RUC
- d) Declaración juramentada de inicio de actividades
- e) Escritura de Compra-venta

- f) Copia de la Cedula de identidad del representante legal
- g) Inspección

#### **6.1.4. Misión**

“Ser la empresa de Manjares Tradicionales líder, rescatando tradiciones y entregando a nuestros clientes un producto de calidad que satisfaga sus expectativa, manteniendo un alto estándar de calidad y eficiencia a través del mejoramiento continuo”.

#### **6.1.5. Visión**

**“Los Manjares Tradicionales”** se proyecta como una Empresa líder e innovadora en la elaboración y comercialización de manjares tradicionales a nivel local y Nacional, nuestra meta es rescatar valores ancestrales, asegurando la confianza y la calidad de los productos.

#### **6.1.6. Políticas**

- Realizar de manera puntual el pago de los impuestos
- Mantener de una forma diaria el Flujo de Caja de la Empresa, para que de esta manera se tenga un control permanente de ingresos y egresos
- Ofrecer manjares de calidad que cumplan con las exigencias de los clientes.
- Mantener un ambiente armonioso en el trabajo.
- Procurar que los Objetivos se cumplan
- Capacitar constantemente al personal de la Empresa
- Realizar permanentemente anuncios publicitarios de la Empresa
- Obtener una rentabilidad adecuada, para satisfacer a los accionistas.
- Escuchar sugerencias de los clientes.
- Trabajar en equipo

### **6.1.7. Objetivos**

- Elaborar Manjares de calidad utilizando toda la materia prima, insumos y herramientas que ayuden a obtener un producto de excelente sabor de alto nivel nutricional.
- Mantener un nivel de calidad estandarizado
- Comercializar el producto de una manera eficaz
- Establecer en el mercado como una Empresa líder en Manjares Tradicionales.

### **6.1.8. Valores**

- a) Respeto.- Mantener cordialidad con los clientes y con los empleados de la Empresa
- b) Honestidad.- Ser sinceros con lo que se está haciendo dentro de la Empresa.
- c) Puntualidad.- Cumplir con horarios establecidos en la Empresa, y la entrega de los productos
- d) Compromiso.- Mantener seriedad en la Empresa y con sus clientes satisfaciendo las necesidades y los compromisos que se adquirieran.
- e) Compañerismo.- Fomentar la amistad entre empleados y empleador.
- f) Responsabilidad.- Adquirir compromisos y cumplirlos
- g) Calidad Humana.- Ser muy amables con clientes y proveedores.

### **6.1.9. Principios**

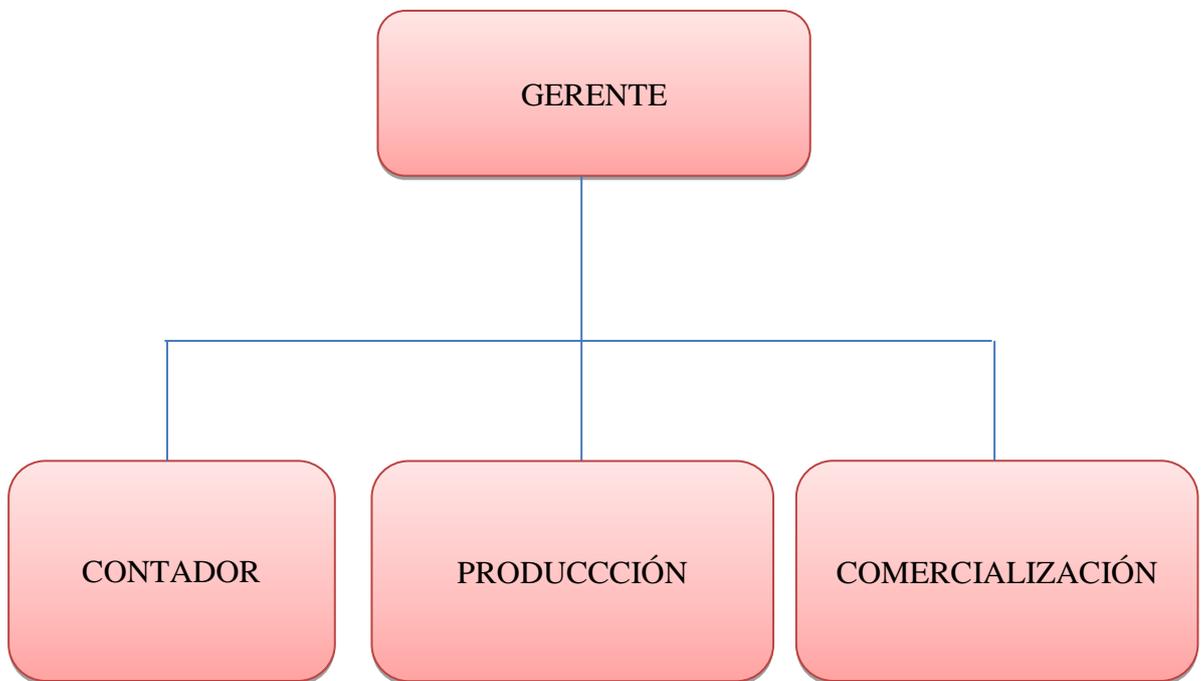
- a) Capacitación continua.- Mantener actualizados a los empleados en lo que quiere que ver con la Empresa
- b) Aumentar las Ventas.- Cierta vez dar ofertas para que los clientes adquieran más el producto.

- c) Mejoramiento Continuo.- Aplicar los conocimientos adquiridos en las capacitaciones que se darán en la empresa.
- d) Productividad del Trabajo en Equipo.- Mantener la unidad entre compañeros de trabajo y de esta manera producir mejor.

## 6.2. ESTRUCTURA ORGÁNICA

### 6.2.1. Organigrama Estructural

Gráfico N° 28.- Organigrama Estructural



## 6.3. ESTRUCTURA FUNCIONAL

**CARGO: GERENTE**

**PERFIL**

- Conocimiento del área específica.

- Visión de futuro.
- Teoría de las capacidades
- Trabajar en equipo para análisis de escenarios.
- Toma de decisiones bajo su única responsabilidad
- Conocimiento del personal bajo su mando.
- Preocupación de los problemas del personal.
- Preocupación de los problemas del entorno.
- Capacidad de evaluación permanente para la toma de decisiones e innovaciones.
- Es creativo e innovador, sabe cómo se motiva y utiliza el resultado creativo de su gente.

## **REQUISITOS**

- Debe tener título en administración de Empresas, Contador o afines.
- Facilidad de relacionarse con los productores y comerciantes
- Edad de entre 25 a 45 años
- Tiempo Completo
- Conocer de paquetes informáticos
- Tener experiencia por lo menos 1 año en ese tipo de trabajo
- Poseer alto grado de negociación y emprendimiento.

## **FUNCIONES:**

- Contratar todas las áreas de trabajo
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo, objetivos anuales y entregar las proyecciones.
- Coordinar con las diferentes áreas para asegurar que los registros se están llevando correctamente.

- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes y sus empleados.
- Establecer lineamientos a los empleados para el correcto funcionamiento de las operaciones
- Verificar el óptimo funcionamiento de las operaciones
- Busca nuevas alternativas para mejorar los procesos.
- Control del funcionamiento de todos los departamentos.

### **CARGO: CONTADOR(A)**

#### **PERFIL**

- Responsabilidad
- Capacidad de análisis
- Criterios y Ética profesional
- Capacidad de Trabajar a presión
- Creatividad

#### **REQUISITOS**

- Instrucción título profesional CPA
- Experiencia dos años en labores afines.

## **FUNCIONES:**

- Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecido para Fondos de Empleados.
- Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios.
- Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la Empresa que exijan los entes de control y mensualmente
- Preparar y presentar las declaraciones tributarias
- Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.
- Asesorar a la Gerencia y a la Junta Directiva en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno.
- Llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información tanto internas como externas.
- Presentar los informes que requiera la Junta Directiva, el Gerente, el SRI, el GAD, en temas de su competencia.
- Asesorar a los asociados en materia crediticia, cuando sea requerido

## **CARGO: JEFE DEPRODUCCIÓN**

### **PERFIL**

Ningún perfil específico

### **REQUISITOS**

- Ser mayor de edad
- Instrucción Secundaria
- Tener buenas relaciones y cordialidad
- Disponibilidad de tiempo completo

### **FUNCIONES:**

- Dirigir y controlar las actividades de los procesos de la Planta, la disponibilidad y utilización de recursos necesarios para el cumplimiento de los programas de producción y mantenimiento.
- Controlar y verificar el cumplimiento de normas, especificaciones y procedimientos para garantizar los requerimientos de nuestros clientes.
- Detectar las fallas técnicas reales o potenciales que se puedan presentar en el desarrollo de la producción y de mantenimiento; informando oportunamente su ocurrencia para acometer acciones que aseguren el cumplimiento de los parámetros del proceso y requisitos de calidad de los productos.
- Coordinar el suministro oportuno de los recursos necesarios para garantizar el normal desarrollo de los procesos de producción y mantenimiento.
- Ejecutar acciones de mejoramiento, preventivas y correctivas para evitar no conformidades en el producto, proceso y/o sistema de Gestión Integral
- Administrar y controlar la mano de obra y sus novedades para asegurar su mayor eficiencia en el proceso de producción y mantenimiento industrial.

- Controlar el manejo y uso racional de los repuestos, identificando causas potenciales de generación de desperdicios y daños para acometer acciones preventivas.
- Coordinar la programación y hacer seguimiento de la producción, la disponibilidad de equipos para la ejecución de los programas de mantenimiento preventivo y correctivo.

## CAPITULO VII

### ANÁLISIS DE IMPACTOS

Para saber qué tipo de reacción provoca los impactos tanto económico, social comercial y ambiental; se permitirá hacer el estudio de Impactos esto nos permitirá evaluar si son positivos o negativos.

Para evaluar el nivel de impacto genera; el proyecto se aplicará una matriz la misma que nos dará a conocer que niveles de impacto la Empresa puede ejercer.

**Cuadro N° 81.- Matriz de Impactos**

(-3)	(-2)	(-3)	0	1	2	3
IMPACTO	IMPACTO	IMPACTO		IMPACTO	IMPACTO	IMPACTO
ALTO	MEDIO	BAJO	NO HAY IMPACTO	BAJO	MEDIO	ALTO
+	NEGATIVO			+	POSITIVO	+

**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** La Autora

## 7.1. IMPACTO ECONÓMICO

**Cuadro N° 82.- Matriz de Impacto Económico**

<b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Oferta de Empleo							X
Fuentes de Empleo						X	
Creación de Microempresa						X	
<b>TOTAL</b>						4	3

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora

**Nivel de Impacto=Sumatoria Total = 7/3**

**NI = 2,33= 3**

### **ANÁLISIS:**

El impacto económico va a ser positivo ya que se abrirán fuentes de empleo conforme la empresa va creciendo, de esta manera se activará aún más la economía en el sector al igual que será un apoyo al desarrollo económico de la ciudad, de la provincia del norte del país.

## 7.2. IMPACTO SOCIAL

**Cuadro N° 83.- Matriz de Impacto Social**

<b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Satisfacción de Necesidades							X
Estabilidad de Económica					X		
Generar empleo					X		
<b>TOTAL</b>					1		3

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

**Nivel de Impacto=Sumatoria Total = 4/3**

**NI = 1.33**

### **ANÁLISIS:**

El impacto Social que genera es muy viable porque satisface las necesidades que tienen los pobladores del cantón Otavalo por satisfacer un gusto que no se ha habían dado en mucho tiempo otorgando un servicio de calidad ayudando al desarrollando la economía del sector donde va estar instalada la Empresa sus alrededores y la ciudad en sí.

### 7.3. IMPACTO COMERCIAL

**Cuadro N° 84.- Matriz de Impacto Comercial**

<b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Servicio y Atención al Cliente							X
Atención Personalizada						X	
Creación de Calidad del producto Microempresa						X	
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>3</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora

**Nivel de Impacto=Sumatoria Total = 7/3**  
**NI = 2,33= 3**

#### **ANÁLISIS:**

Con el desarrollo de la Empresa de Manjares se generara un impacto alto y positivo en lo comercial, porque brindara un productos y atención de calidad a sus clientes, lo que permite cuidar la imagen de la organización además se ofrece una atención personalizada.

## 7.4. IMPACTO AMBIENTAL

**Cuadro N° 85.- Matriz de Impacto Ambiental**

<b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Contaminación del Medio Ambiente			X				
Producción Natural			X				
Tratamiento de desechos			X				
<b>TOTAL</b>			<b>-3</b>				

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora

**Nivel de Impacto=Sumatoria Total = -3/3**

**NI = -1**

### **ANÁLISIS:**

El impacto tiene un nivel negativo, porque toma en cuenta todos los medios de prevención para no causar contaminación en el medio ambiente, evitando así efectos secundarios dentro y fuera de la Empresa

**Cuadro N° 86.- Matriz de Impacto General**

<b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Económico							X
Social							X
Comercial							X
Ambiental			X				
<b>TOTAL</b>							<b>8</b>

Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: La Autora

**Nivel de Impacto=Sumatoria Total = 8/4**  
**NI = 2**

**ANÁLISIS:**

En el análisis general que se realizó a los diferentes impactos se ha obtenido que la creación de la generara aspectos positivos tanto en el sector de su ubicación, mejorando la economía y brindando servicios de calidad a sus clientes, como también aplicando procesos adecuados para la realización de los productos que destinan al mercado.

## CONCLUSIONES

De la investigación efectuada de la investigación para la creación de la empresa dedicada a la elaboración y comercialización de manjares tradicionales con productos naturales del medio, en la ciudad de Otavalo provincia de Imbabura se concluye lo siguiente:

- En el diagnóstico se identificó la situación actual de la población de la ciudad de Otavalo, por lo cual ayudó a establecer que existe una demanda creciente que favorecen a la producción de manjares tradicionales.
- En el marco teórico se supo conocer conceptos básicos de cada una de las características que se necesitarán para el desarrollo de la Investigación.
- Del estudio de mercado, se obtuvo que la aceptación del producto será de manera positiva, lo cual se ve la posibilidad de abrirse puertas en el Mercado.
- Del estudio técnico se obtiene que la ciudad de Otavalo es un lugar estratégico para la implantación del proyecto ya que garantiza una rápida distribución del producto porque el sector en el que se va encontrar ubicada es un sector turístico.
- De acuerdo al estudio financiero que se desarrolló, la inversión justifica la puesta en marcha del proyecto, ya que al aplicar los evaluadores financieros nos dieron a notar que la creación de la empresa es factible.
- El estudio organizacional estará constituido por un solo dueño que será una persona natural quien será responsable y el representante legal para cualquier trámite necesario.

- Finalmente los impactos que genera el proyecto, son positivos proporcionan cambios en el sector lo cual ayudará al desarrollo del mismo siendo una Empresa líder en el mercado de manjares tradicionales.

## RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se deben aplicar son:

- De acuerdo a los resultados obtenidos, se hace necesaria la creación de la Empresa de elaboración de Manjares Tradicionales con el fin de cubrir las exigencias del mercado.
- Se deben aprovechar al máximo las oportunidades económicas, sociales y de mercado con las que cuenta el proyecto, porque la respuesta positiva de la población investigada del Cantón Otavalo es muy importante en lo que se refiere a la elaboración y comercialización.
- Captar la demanda identificada y seguir aumentando el porcentaje de utilidad y ventas.
- Lograr convenios con escuelas, instituciones públicas y privada para que el producto tenga una mayor acogida en el mercado.
- Efectuar un control de calidad del producto previo a su venta y comercialización.
- Mantener un control permanente de la situación financiera de la Empresa para que no se tenga problemas en un futuro.
- Mantener un control permanente de la oferta y demanda a la que se está dirigiendo para que no sea un producto que caiga en la rutina, sino que sufra modificaciones y sean aceptadas por los clientes.
- Llevar un control de la situación financiera de la microempresa para la toma de decisiones adecuadas y poder evitar pérdidas mayores en caso de existir.

- Cumplir con todos los Impactos establecidos para que así la Empresa constituya un apoyo mas no un infractor.

## BIBLIOGRAFÍA

- ANDRADE, Simón. (1998). *Diccionario de Economía*. Perú: 2ª Ed. Editorial y Librería Lucero.
- Ángeles, GIL ESTALLO María de los. (2007). *Cómo crear y hacer funcionar una Empresa*. ESIC EDITORIAL.
- BACA,Urbina Gabriel. (2006). *Evaluación de Proyectos*. México: Quinta Edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANAEDITORES, S.A.DE C.V. .
- CHARLES W. Lamb. (2006). *Marketing*. México: Octava Edición Thompson.
- Cristóbal, GARCÍA Julio y CASANUEVA;. (s.f.). *Prácticas de la Gestión Empresarial*.
- FISHER, Laura y ESPEJO, Jorge. (2004). *Mercadotecnia*. México: TerceraEdición, Mc Graw Hill.
- FLORES U. Juan. (2007). *Proyectos de Inversión para las PYMES Creación de Empresas*. Colombia: Primera Edición, Editorial Ecoe Ediciones Ltda.
- FRANCÉS Antonio. (2006). *Estrategias y Planes para la Empresa*. México: Primera Edición, Person Educación.
- FRIEND, Graham. (2008). *Plan de Negocios*.
- GALAN Z.José. (2006).
- JÁCOME, Walter. (2005). *Bases Teóricas y Prácticas para el diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión*. Ibarra-Ecuador: CUDIC Editorial Universitaria.
- KOMIYA S. Raúl. (2004). *Principios de Marketing*. Perú: Primera Edición, Editora Palomino.
- KOTLER, Philip. (2008). *Principios de Marketing*. México: Doceava Edición, Prentice Hall.
- *Ministerio de Turismo*. (s.f.). Recuperado el 25 de Agosto de 2013, de <http://www.turismo.gob.ec/la-gastronomia-ecuatoriana-al-alcance-de-todos/>

- *MONOGRAFÍAS.COM*. (2009 de Septiembre de 2009). Recuperado el Miércoles de 22 de 2013, de [www.monografias.com](http://www.monografias.com)
- MONTAÑO, S. Francisco. (2005). *Mercadotecnia, investigación y Análisis para el éxito*. México: Primera Edición, Editorial TRILLAS, S.A. de C.V.
- NUÑEZ, Z. Rafael . (2007). *Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión*. México: Primera Edición , Editorial Trillas.
- *SCRIBD*. (02 de Abril de 2010). Recuperado el 22 de 05 de 2013, de [www.scribd.com](http://www.scribd.com)
- ZAPATA Pedro. (2011). *Contabilidad General*. Editorial Mc Graw Hill.

## LINCOGRAFÍA

- <http://www.turismo.gob.ec/>
- <http://www.touribarra.gob.ec/>
- <http://www.okdietas.com/>
- <http://www.nutricion.pro/>
- <http://www.nestle.com.ec/>

# **ANEXOS**



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

**INTRUMENTO N° 1**

**FICHA DE OBSERVACIÓN**

**I.- INFRAESTRUCTURA**

- |             |                          |         |                          |
|-------------|--------------------------|---------|--------------------------|
| Cemento     | <input type="checkbox"/> | Teja    | <input type="checkbox"/> |
| Caña guadua | <input type="checkbox"/> | Eternit | <input type="checkbox"/> |
| Malla       | <input type="checkbox"/> | Madera  | <input type="checkbox"/> |

**II.-SERVICIOS BÁSICOS**

- |                | <b>SI</b>                | <b>NO</b>                |
|----------------|--------------------------|--------------------------|
| Agua potable   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Luz Eléctrica  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Alcantarillado | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Telefónico     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**III. TECNOLOGÍA**

- |                       | <b>SI</b>                | <b>NO</b>                |
|-----------------------|--------------------------|--------------------------|
| Maquinaria            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Herramientas Manuales | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| CUALES.....           |                          |                          |

**IV. TIPO DE PRODUCCIÓN O DE SERVICIO**

- |  | <b>SI</b> | <b>NO</b> |
|--|-----------|-----------|
|--|-----------|-----------|

Manual

Maquinaria

Manual y maquinaria



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

**INTRUMENTO N° 2**

**GUIA DE ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN**  
**OTAVALO**

**1. ¿Ha tenido oportunidad de comprar manjares tradicionales?**

- Si
- No

**2. ¿Existe un lugar en el que pueda adquirir manjares tradicionales?**

- Si
- No

**3. ¿Con que frecuencia se provee de estos manjares tradicionales?**

- Semanal
- Quincenal
- Mensual
- Trimestral

**4. ¿Qué toma en cuenta al momento de comprar manjares tradicionales elaborados con productos naturales del medio?:**

- Precio

- Presentación del producto
- Calidad
- Otros

**5. La calidad que ofrecen es**

- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Mala
- Regular

**6. La atención que recibe es**

- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Regular

**7. ¿Los precios son accesibles?**

- Si
- No

**8 ¿Dónde compra ud?**

- En el mercado
- Local Particular

**9. ¿Cree ud que los manjares tradicionales que se ofrece son variados?**

- Si
- No

**10. ¿Cree que existe mucha competencia?**

- Si
- No

**11.¿cree que deria extenderse los dias de venta de los productos?**

- Si
- No
- 

**12. ¿Cómo califica los manjares tradicionales hechos a base de productos naturales del medio?**

- Alta
- Media
- Baja

**13. ¿Que manjares adquiere con mayor frecuencia ?**

- Humitas
- Tortillas de Tiesto
- Tamales
- Avillas
- Todas las anteriores

**14.¿Compra estos manjares tradicionales en un solo lugar?**

- Si
- No

**15. Compra para negocio:**

- Si
- No

**16. ¿Por qué consume estos manjares?**

- Tradicion
- Gustos
- Sabor
- Todas las anteriores

**17. ¿Cree usted que es necesario la existencia de un local donde se venda solo estos manjares tradicionales ?**

- Si
- No

**18. ¿En su familia consumen manjares tradicionales?**

- Mucho
- Poco
- Nada

**19. ¿Cumplen sus expectativas los manjares tradicionales?**

- Si
- No

**20. ¿Encuentra manjares tradicionales frescos al momento de comprarlos?**

- Si
- No



## ELABORACIÓN DEL ARROPE DE MORA



## ELABORACIÓN DEL DULCE DE LECHE



## ELABORACIÓN DE LOS HIGOS



## ELABORACIÓN DE LOS PRISTIÑOS



