



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE LEGUMINOSAS Y CEREALES DE CONSUMO HUMANO EMPACADO AL VACIO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO INGENIERO COMERCIAL

AUTOR: CASTILLO, R. Mauricio F.

Director de Tesis: Eco. Miguel Salgado

Ibarra, Diciembre 2012

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación denominada “Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa comercializadora de leguminosas y cereales de consumo humano empacado al vacío en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura” ha sido metodológicamente desarrollada bajo la modalidad de proyecto productivo. Realizado el Diagnóstico Situacional se pudo determinar que leguminosas y cereales son la base de la alimentación de la provincia de Imbabura y su capital Ibarra, el consumo de estos alimentos es muy alto en la región alcanzado montos millonarios, además, existen múltiples productores y oferentes para la demanda de estos productos, el segundo capítulo denominado marco teórico muestra al lector los aspectos más relevantes que se deben considerar para realizar proyecto de esta naturaleza, el capítulo nombrado estudio de mercado recopila la información tanto histórica como actual en relación a lo que es la demanda de cereales y leguminosas en la ciudad de Ibarra, así como la oferta existente tanto a nivel provincial como nacional, en este apartado se comprueba la existencia de una intensa demanda a la cual podrá acceder el presente proyecto, continuando con el cuarto capítulo donde se solucionan todos los aspectos técnicos que deben tratar de proyecto así como los temas jurídicos; el quinto capítulo demuestra la factibilidad del proyecto utilizando indicadores financieros tales como el VAN, TIR, etc. El sexto capítulo resume los principales impactos derivados de la ejecución del proyecto y por último el séptimo capítulo proporciona las principales conclusiones y recomendaciones que se deben tener en cuenta a la hora de ejecutar el trabajo.

SUMMARY

This study entitled "Feasibility study for the creation of a small business marketer of cereals and grains vacuum packed in the city of Ibarra, Imbabura province" has been methodically developed in the form of productive project. The situational diagnosis made, determined that legumes and cereals are the staple food of the province of Imbabura and Ibarra capital, the consumption of these foods is very high in the region reached millionaire amounts, in addition, there are multiple producers and suppliers to demand for these products, the second chapter called theoretical framework shows the reader the most important aspects to consider for project of this nature. The chapter named market survey collects both historical and current information regarding what the demand for cereals and legumes in the city of Ibarra, and the existing supply both the provincial and national levels, in this section is found a strong demand to which you can access this project. Continuing with the fourth chapter which resolves all the technical aspects that should try the project as well as legal issues. The fifth chapter demonstrates the feasibility of the project using financial indicators such as NPV, IRR, etc.. The sixth chapter summarizes the main impacts of the project and finally the seventh chapter provides the conclusions findings and recommendations should be taken into account when running the job.

IBARRA, Diciembre 2012

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Mauricio Fernando Castillo Ruales, portador de cédula de ciudadanía N° 100277775-1 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional y que luego de haber consultado las referencias bibliográficas concluimos en este documento.

Mauricio Castillo

C. I 1002777751

INFORME DE DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

Una vez concluido todo el proceso investigativo del Trabajo de Grado denominada "Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa comercializadora de leguminosas y cereales de consumo humano empacado al vacío en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura" certifico que el mismo puede ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal.

En la ciudad de Ibarra, Diciembre del 2012

Firma.....

Eco. Miguel Salgado

C. I 1000790244

CESIÓN DE DERECHOS

Mauricio Castillo con cédula de Identidad N°1002777751 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos Patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículo 4,5,6 en calidad de autor del trabajo de grado denominado “Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa comercializadora de leguminosas y cereales de consumo humano empacado al vacío en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”, que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniería Comercial en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales del trabajo antes citado. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Mauricio Castillo

C.I. 1002777751

Ibarra, Diciembre 2012

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100277751		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Castillo Mauricio		
DIRECCIÓN	Atuntaqui		
EMAIL:	Mauricio_fernando_castillo@hotmail.com		
TELEFONO FIJO:	2906043		
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE LEGUMINOSAS Y CEREALES DE CONSUMO HUMANO EMPACADO AL VACIO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”		
FECHA:	Junio 2012		
PROGRAMA:	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td><td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td></tr></table> PREGRADO POSGRADO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería Comercial		
ASESOR/ DIRECTOR:	Miguel Salgado		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Mauricio Castillo, con cédula de identidad N°1002777751 en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión, en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, Diciembre 2012

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

(Firma).....

Nombres: Mauricio Castillo

C. I 1002777751

JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo

Universitario.....

DEDICATORIA

Con mucho respeto a mis padres y hermanos dedico el fruto de mi esfuerzo ya que por medio de ellos recibí el apoyo tanto económico como moral.

Guardo para ellos los más sinceros recuerdos y un profundo reconocimiento por todas sus bondades para conmigo

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica del Norte, en especial a los catedráticos de la Escuela de Administración de Empresas quienes depositaron su sabiduría para nuestra formación profesional.

Al Economista Miguel Salgado, quién con su conocimiento ha sabido guiar con su asesoría permanente y sus acertadas sugerencias durante el desarrollo y conclusión del presente trabajo.

PRESENTACIÓN

El Tema de Investigación presentado en este Informe: Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa comercializadora de leguminosas y cereales de consumo humano empacado al vacío en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, está estructurado, de acuerdo con las especificaciones dispuestas por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte, por capítulos.

El Informe Final describe el proceso cumplido que inicia en el Capítulo I con el marco contextual del problema, las generalidades, objetivos y justificación.

El Segundo Capítulo corresponde al Marco Teórico que permite aclarar y presentar el contenido científico del problema en investigación.

El Tercer Capítulo describe el estudio comercial realizado describiendo la situación actual del mercado.

En el Cuarto Capítulo se hace el estudio técnico, es decir, se describe la forma técnica como operará la futura empresa para alcanzar sus objetivos de producción y ventas.

El Quinto Capítulo realiza un estudio financiero y de esa forma se avala la inversión requerida para lograr el cumplimiento de los objetivos financieros propuestos.

El sexto capítulo describe la organización interna de la empresa así como los requisitos legales para su conformación.

El séptimo capítulo muestra los principales impactos derivados de la ejecución del proyecto.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
SUMMARY.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iv
INFORME DE DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
CESIÓN DE DERECHOS.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
CONSTANCIAS.....	ix
DEDICATORIA.....	x
AGRADECIMIENTO.....	xi
PRESENTACIÓN.....	xii
ÍNDICE GENERAL.....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xviii
ANTECEDENTES.....	21
JUSTIFICACIÓN.....	22
OBJETIVOS.....	23
CAPITULO I.....	25
DIAGNOSTICO SITUACIONAL.....	25
1. ANTECEDENTES DEL DIAGNOSTICO.....	25
1.2. OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS.....	26
1.2.1. GENERAL.....	26
1.2.2. ESPECÍFICOS.....	26
1.2.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS.....	26

1.2.4. INDICADORES DIAGNÓSTICO	27
1.2.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	28
1.3. MECÁNICA OPERATIVA.....	29
1.3.1. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	29
1.3.2. MUESTRA.....	29
1.4. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	30
1.5. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	30
1.6 MATRIZ AOR	47
1.7 IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMA DIAGNÓSTICO.....	50
CAPÍTULO II	51
MARCO TEÓRICO.....	51
2.0. CEREALES	51
2.1. COMPOSICIÓN DE LOS CEREALES	51
2.1.1. UTILIZACIÓN EN LA ALIMENTACIÓN HUMANA	52
2.1.2. PRODUCCIÓN DE CEREALES EN ECUADOR	53
2.2. LEGUMINOSAS	53
2.2.1. PRINCIPALES LEGUMBRES PARA CONSUMO HUMANO	54
2.2.2. IMPORTANCIA DE LAS LEGUMINOSAS.....	55
2.2.3. PRINCIPALES LEGUMBRES SEMBRADAS EN ECUADOR	56
2.3. ENVASE AL VACIO	56
2.3.1. ENVASES, MEZCLA DE GASES Y TÉCNICAS DE EMPACADO	56
2.3.2. EFECTOS FAVORABLES EN LOS ALIMENTOS	59
2.3.3. FACTORES DE ÉXITO	61
2.4. LA EMPRESA	61
2.4.1 CLASIFICACIÓN.....	62
2.5. ESTUDIO DE MERCADO	63

2.5.1. FINALIDAD DEL ESTUDIO DE MERCADO	63
2.6. ESTUDIO TÉCNICO	64
2.7. ESTUDIO FINANCIERO	64
2.8. ADMINISTRACIÓN	65
2.8.1. PROCESO ADMINISTRATIVO	65
2.8.1.1. PLANEACIÓN	66
2.8.1.2. ORGANIZACIÓN	66
2.8.1.3. DIRECCIÓN	68
2.8.1.4. CONTROL	68
CAPÍTULO III	69
ESTUDIO DE MERCADO	69
INTRODUCCIÓN	69
3.1. OBJETIVOS DEL CAPÍTULO	70
3.1.1. OBJETIVO GENERAL	70
3.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	70
3.2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO	71
3.2.1. CARACTERÍSTICAS	71
3.2.2. PRODUCTOS SUSTITUTOS	72
3.2.3. PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS	72
3.2.4. CONSUMIDOR DEL PRODUCTO	72
3.3. ESTRUCTURA DEL MERCADO	73
3.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	74
3.4.1. FACTORES QUE AFECTAN LA DEMANDA	74
3.4.2 SITUACIÓN ACTUAL DE LA DEMANDA	75
3.4.3 PROYECCIÓN DE DEMANDA	76
3.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA	78

3.5.1. FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA.....	78
3.5.2. SITUACIÓN ACTUAL DE LA OFERTA.....	79
3.5.3. PROYECCIÓN DE LA OFERTA	80
3.6 DEMANDA INSATISFECHA	83
3.6. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	84
CAPÍTULO IV.....	85
ESTUDIO TÉCNICO	85
4.0 INTRODUCCIÓN	85
4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	85
4.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN.....	85
4.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN	86
. DISEÑO DE INFRAESTRUCTURA	87
4.2.1. DESCRIPCIÓN DE INSTALACIONES.....	89
4.3. FLUJOGRAMA DE PROCESOS.....	90
4.4. TAMAÑO DEL PROYECTO	93
CAPÍTULO V.....	99
ESTUDIO FINANCIERO	99
5.1. PRESUPUESTO	99
5.1.1. INVERSIÓN INICIAL.....	99
5.2. DE OPERACIÓN.....	100
5.2.1. INGRESOS	100
5.2.2. EGRESOS	100
5.2.3. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO.....	103
5.3. ESTADOS FINANCIEROS.....	104
5.3.1. ESTADO DE RESULTADO.....	104
5.3.2. FLUJO NETO DE FONDOS.....	105

5.3.3.	EVALUACIÓN FINANCIERA	105
5.3.3.1.	DETERMINACIÓN DE LA TASA DE COSTO DE CAPITAL	105
5.3.4.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	106
5.3.4.1.	VALOR ACTUAL NETO	106
5.3.4.2.	TASA INTERNA DE RETORNO.....	106
5.3.4.3.	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	107
	CAPÍTULO VI.....	109
	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	109
6.1.	DENOMINACIÓN DE LA EMPRESA.....	109
6.2.	BENEFICIARIOS	109
6.4.	SECTOR ECONÓMICO.....	109
6.5.	MISIÓN	110
6.6.	VISIÓN.....	110
6.6.1.	OBJETIVO GENERAL	110
6.7.	DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA MICRO EMPRESA	110
6.7.1.	ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DE LA EMPRESA.	111
6.7.2.	TIPO DE EMPRESA Y REQUISITOS PARA SU CONFORMACIÓN Y LEGALIZACIÓN.	111
	CAPÍTULO VII.....	117
7.	ANÁLISIS DE IMPACTOS	117
A.	IMPACTO SOCIAL	118
B.	IMPACTO EMPRESARIAL	119
C.	IMPACTO EDUCATIVO.....	120
D.	IMPACTO GENERAL	121
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	122
a.	CONCLUSIONES	122

b. RECOMENDACIONES	123
BIBLIOGRAFÍA	124

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1:.....	28
Tabla 2	31
TABLA 3.....	32
TABLA 4.....	33
TABLA 5.....	34
TABLA 6.....	35
TABLA 7.....	36
TABLA 8.....	37
TABLA 9.....	38
TABLA 10.....	39
TABLA 11.....	40
TABLA 12.....	41
TABLA 13.....	42
TABLA 14.....	43
TABLA 15.....	44
TABLA 16.....	45
Tabla 17	46
TABLA 19.....	53
TABLA 20.....	56
TABLA 21.....	62
TABLA 22.....	76
Tabla 23	76
TABLA 24.....	77
TABLA 25.....	79
TABLA 26.....	80
TABLA 27.....	80

TABLA 28	81
TABLA 29	82
Tabla 30.....	83
Tabla 31.....	84
TABLA 32	94
TABLA 33	95
Tabla 34.....	95
TABLA 35	95
TABLA 36	96
TABLA 37	97
TABLA 39	98
TABLA 40	99
TABLA 41	100
TABLA 42	100
TABLA 43	101
TABLA 44	101
TABLA 45	102
TABLA 46	102
TABLA 47	103
TABLA 48	103
TABLA 49	104
TABLA 50	105
TABLA 51	105
TABLA 52	106
TABLA 53	108
Gráfico 1	31
GRÁFICO 2.....	32
GRÁFICO 3.....	33
GRÁFICO 4.....	34
GRÁFICO 5.....	35
GRÁFICO 6.....	36
GRÁFICO 7.....	37

GRÁFICO 8.....	38
GRÁFICO 9.....	39
GRÁFICO 10.....	40
GRÁFICO 11.....	41
GRÁFICO 12.....	42
GRÁFICO 13.....	43
GRÁFICO 14.....	44
GRÁFICO 15.....	45
GRÁFICO 16.....	77
GRÁFICO 17.....	78
GRÁFICO 18.....	81
GRÁFICO 19.....	82
Ilustración 1.....	86
Ilustración 2.....	87
Ilustración 3: CROQUIS DE INSTALACIONES.....	89

ANTECEDENTES

En el cantón de Ibarra residen aproximadamente 181.000 personas según el último censo de población y vivienda efectuado por el INEC durante el año 2010, siendo para esta población, las leguminosas y cereales la base de su alimentación a la vez siendo la única opción de trabajo y sobrevivencia en muchos valles y estribaciones de la zona Sierra del país, constituyéndose en la principal fuente de alimentación en miles de familias ecuatorianas. Por ejemplo, a nivel nacional se consume 5 kg por persona por año de fréjol en promedio, sin embargo, en valles como el Chota y Mira el consumo alcanza a 50 kg por persona por año. La ciencia está demostrando el valor nutraceútico y funcional de las leguminosas como el fréjol, para prevenir diabetes, colesterol y posibles tipos de cáncer y un llamado urgente para evitar un mayor desastre de la naturaleza es el de reducir el consumo de la carne, la alternativa sigue siendo el consumo de vegetales como las leguminosas de grano y los cereales.

La mala alimentación y la desnutrición en el área rural y urbana marginal del país han aumentado. La mayoría de la población de estas zonas no accede a fuentes de proteína animal y a grasa de calidad, como alternativa, las leguminosas de grano comestible pueden cubrir una parte considerable de las necesidades dietéticas, debido a que son ricas en proteínas y contienen cantidades considerables de carbohidratos, lípidos, minerales y vitaminas. Representan un importante recurso alimentario de seguridad, soberanía nutricional y alimentaria, cuando se consumen junto a otros cereales para balancear la dieta. De aquí nace la importancia del proyecto, proveer a los habitantes de la ciudad de Ibarra de un alimento sano y económico que ayude a disminuir la tasa de desnutrición y los problemas acarreados por la mala alimentación.

JUSTIFICACIÓN

La razón de este estudio de factibilidad tiene como base fundamental el proporcionar una alternativa para un producto de consumo masivo de los residentes de la provincia de Imbabura tal cual son los cereales y leguminosas para quienes no tienen acceso a fuentes de proteína animal y a grasa de calidad o tienen como dieta diaria comida chatarra que no contribuye a una buena alimentación; la idea es mejorar el proceso sanitario que ofrecen los actuales actores del mercado, empacando estos alimentos con un proceso conocido como “empacado al vacío”, método con el cual se extrae totalmente el aire del empaque con lo cual se consigue un producto mucho más higiénico, libre de hongos o bacterias; es una idea innovadora que aumenta el valor nutricional del producto, al proporcionar al consumidor seguridad en las características del alimento lo que comercialmente le da un elemento diferenciador respecto de la competencia.

Se considera este tema de investigación de mucha importancia ya que además de tratarse de un tema de actualidad, se vincula de manera directa con la especialización profesional del autor, El mercado cada día se vuelve más competitivo, se tecnifica cada vez más en consecuencia, el recurso técnico reemplaza el recurso humano y coarta el ingreso de las personas a plazas de empleo formales, es decir cada día se vuelven más escasas las fuentes laborales. Esto justifica por sí solo la creación de microempresas que son las que más plazas laborales crean.

Los resultados de la investigación beneficiará de forma directa al consumidor de cereales y legumbres de la ciudad de Ibarra, que en términos reales representa la mayor parte de la población, además, brindará plazas laborales estables y formales a personas que cumplan con el perfil requerido para colaborar con la empresa.

Con la elaboración de esta investigación se pretende reafirmar el prestigio de nuestra Universidad en especial de la Escuela de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas,

demostrando a la sociedad que la Universidad cuenta con profesionales calificados y sobre todo dispuestos a contribuir con el desarrollo económico de la comunidad en general.

La presente investigación es factible de desarrollar, ya que en primer lugar existe la predisposición y voluntad del autor, y además se contará con el apoyo sobre la marcha de los docentes de la FACAE que tienen el compromiso de asesorar a los futuros profesionales. Finalmente se cuenta con el tiempo y recursos que el proyecto demanda.

Para la realización de este estudio existen bases bibliográficas y documentos que abalizan esta investigación, así como la ayuda de expertos en el tema que pueden ayudar con su contingente y opinión para lograr la realización de este estudio.

OBJETIVOS

GENERAL.

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa comercializadora de leguminosas y cereales de consumo humano empacado al vacío en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

ESPECÍFICOS.

- ✓ Realizar un diagnóstico situacional sobre las características del mercado de cereales y legumbres en la ciudad de Ibarra.
- ✓ Desarrollar las bases teóricas científicas sobre las que se sustentará la investigación
- ✓ Efectuar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda así como el mercado potencial para el producto.
- ✓ Realizar el estudio técnico del proyecto que permita determinar la adecuada localización y tamaño del proyecto.
- ✓ Realizar un estudio organizacional del proyecto.

- ✓ Estructurar el estudio económico y financiero para determinar la rentabilidad del proyecto
- ✓ Determinar los principales impactos: sociales, económicos y tecnológicos que generará el proyecto.

CAPITULO I

DIAGNOSTICO SITUACIONAL

1. ANTECEDENTES DEL DIAGNOSTICO

En la ciudad de Ibarra residen aproximadamente 131.856. personas según el último censo de población y vivienda efectuado por el INEC durante el año 2010, para esta población las leguminosas y cereales son la base de su alimentación y la vez para muchos la única opción de trabajo en valles y estribaciones de la zona sierra del país, por otra parte, estos productos son la principal fuente de alimentación de miles de familias ecuatorianas. Por ejemplo, a nivel nacional se consume 5 kg por persona por año de fréjol en promedio, sin embargo, en valles como el Chota y Mira el consumo alcanza a 50 kg por persona por año. La ciencia está demostrando el valor nutracéutico y funcional de las leguminosas como el fréjol, para prevenir diabetes, colesterol y posibles tipos de cáncer además, constantemente se hace un llamado mundial para reducir el consumo de la carne por algunos efectos negativos contra la salud y se sugiere como alternativa el consumo de vegetales como las leguminosas de grano y los cereales.

La mala alimentación y la desnutrición en el área rural y urbana marginal del país es un problema latente, la mayoría de la población de estas zonas no accede a fuentes de proteína animal y a grasa de calidad, como alternativa, las leguminosas de grano comestible pueden cubrir una parte considerable de las necesidades dietéticas, debido a que son ricas en proteínas y contienen cantidades considerables de carbohidratos, lípidos, minerales y vitaminas. Representan un importante recurso alimentario de seguridad, soberanía nutricional y alimentaria, cuando se consumen junto a otros cereales para balancear la dieta. De aquí nace la importancia del

proyecto, proveer a los habitantes de la ciudad de Ibarra de un alimento sano y económico que ayude a disminuir la tasa de desnutrición y los problemas acarreados por la mala alimentación.

1.2. OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

1.2.1. GENERAL

Elaborar un diagnóstico situacional en relación a la tasa de consumo de leguminosas y cereales en la ciudad de Ibarra.

1.2.2. ESPECÍFICOS

- ✓ Establecer la ubicación geográfica del área de investigación.
- ✓ Analizar los hábitos alimenticios de la población del área en estudio.
- ✓ Analizar datos socio demográficos y económicos de la ciudad de Ibarra

1.2.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Con el propósito de facilitar la comprensión y análisis del tema partiendo de su diagnóstico, se consideró necesario identificar las principales variables y sus respectivos indicadores:

1. Establecer la ubicación geográfica del área de investigación.
2. Analizar los hábitos alimenticios de la población del área en estudio.
3. Analizar datos socio demográficos y económicos de la ciudad de Ibarra

1.2.4. INDICADORES DIAGNÓSTICO

Ubicación geográfica del área de investigación

1. Ubicación geográfica

Hábitos alimenticios de la población del área en estudio.

1. Base alimentaria
2. Kilo calorías consumidas
3. Consumo de carnes y derivados
4. Sitios de compra de víveres
5. Importancia atribuida a la higiene en los alimentos

Datos socio demográficos y económicos de la ciudad de Ibarra

1. Estructura familiar
2. Gasto promedio en víveres
3. Ingreso familiar

1.2.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

TABLA 1:
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Establecer la ubicación geográfica del área de investigación.	Ubicación geográfica del área de investigación	1. Ubicación geográfica	Investigación documental
Analizar los hábitos alimenticios de la población del área en estudio.	Hábitos alimenticios de la población del área en estudio.	1. Base alimentaria 2. Kilo calorías consumidas 3. Consumo de carnes y derivados 4. Sitios de compra de víveres 5. Importancia atribuida a la higiene en los alimentos	Investigación documental Investigación de campo
Analizar datos socio demográficos y económicos de la ciudad de Ibarra	Datos socio demográficos y económicos de la ciudad de Ibarra	1. Estructura familiar 2. Gasto promedio en víveres 3. Ingreso familiar	Investigación documental Investigación de campo

1.3. MECÁNICA OPERATIVA

1.3.1. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población identificada en el Plan está conformada por:

Las unidades familiares de la ciudad de Ibarra, de acuerdo a la última encuesta realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y censos, la ciudad cuenta con 131.856, además, en promedio cada unidad familiar está compuesta por cuatro integrantes, por lo tanto, la población en estudio asciende a 32.964 familias.

1.3.2. MUESTRA

Considerando que el tamaño de la población es de 32.964 unidades familiares es necesario tomar una muestra de esta para efectuar encuestas de forma tal de conocer su opinión respecto de sus preferencias y consumo de legumbres y cereales.

Para determinar el tamaño de la muestra de comerciantes, el proceso es el siguiente:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.25)(32.964)}{(0.05)^2 (32.964 - 1) + (1.96)^2 (0.25)}$$

$$n = \frac{(3.84)(8.241)}{(0.0025)(32.963) + (3.84)(0.25)}$$

$$n = \frac{31.645,44}{82.4 + 0.96}$$

$$n = \frac{31.645.44}{83.36}$$

$$n = 379,62$$

$$n = 380$$

Por lo tanto la muestra es de 380 unidades familiares a las cuales se les aplicó una encuesta de opinión.

1.4. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para la investigación del problema planteado, se aplicaron encuestas dirigidas a las 380 unidades familiares residentes en la ciudad Ibarra con el propósito de recolectar la información necesaria para clarificar el problema y proponer la mejor solución posible.

1.5. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Encuesta realizada a residentes la ciudad de Ibarra en relación al consumo familiar de cereales leguminosas.

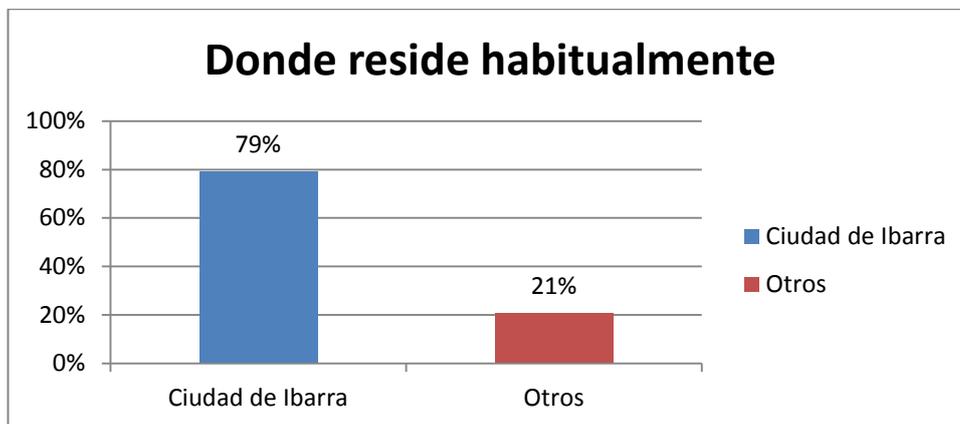
1. Donde reside habitualmente?

Tabla 2
LUGAR DE RESIDENCIA

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	Ciudad de Ibarra	301	79%
2	Otros	79	21%
Total		380	100%

Elaborado por el autor

Gráfico 1



Análisis:

De la población encuestada, la mayoría reside en la ciudad de Ibarra lo que avala los resultados de la investigación de campo.

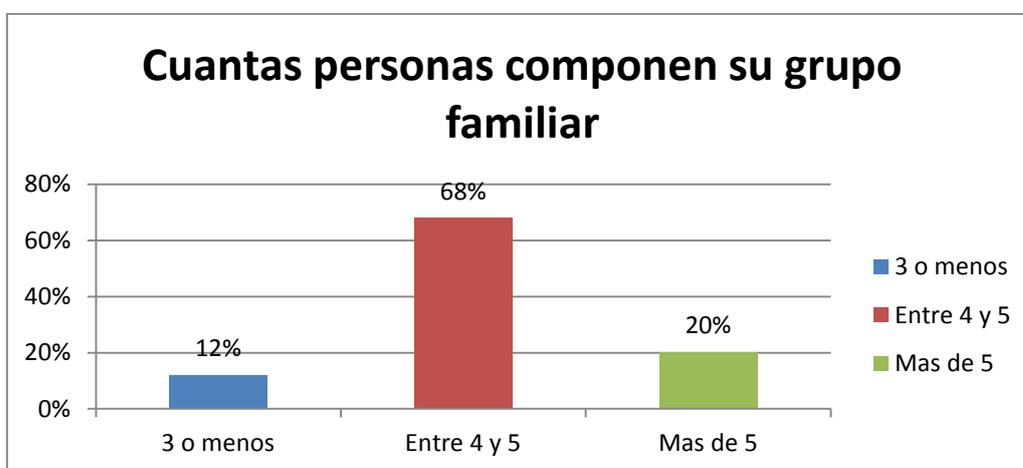
2. ¿Cuántas personas componen su grupo familiar?

TABLA 3
COMPONENTE FAMILIAR

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	3 o menos	46	12%
2	Entre 4 y 5	258	68%
3	Más de 5	76	20%
Total		380	100%

ELABORADO POR: el autor

GRÁFICO 2



Análisis:

Las respuestas a esta pregunta son coincidentes con información proporcionada por el INEC en el último censo de población y vivienda realizada en el año 2010, se aprecia que un alto porcentaje de los hogares son conformados cuatro o cinco habitantes, la importancia de esta pregunta radica en delimitar el mercado objetivo del proyecto considerando que los productos a ofertar son consumidos básicamente en los hogares.

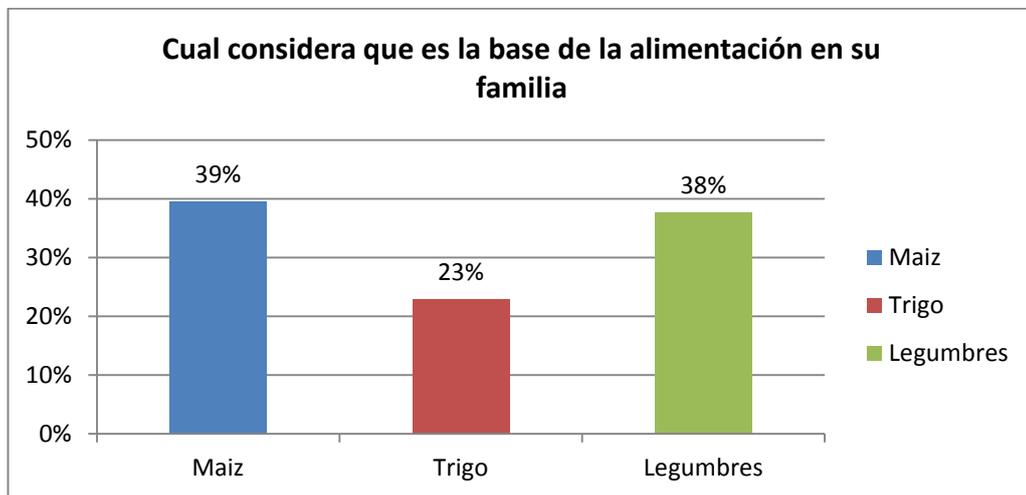
3. ¿Cual considera que es la base de la alimentación en su familia?

TABLA 4
BASE ALIMENTARIA FAMILIAR

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	Maíz	150	39%
2	Trigo	87	23%
3	Legumbres	143	38%
Total		380	100%

ELABORADO POR: el autor

GRÁFICO 3



Análisis:

Continuando con el esquema de la encuesta, esta pregunta hace referencia a tipo de alimentación consumida en los hogares del cantón de Ibarra, siendo muy importante conocer la base de la alimentación de la población, de las respuestas a esta pregunta se concluye que tanto el maíz como las legumbres constituyen elemento básico de los hogares encuestados y en segundo término se encuentra el trigo, pueden deducirse entonces que existe un amplio mercado para el proyecto.

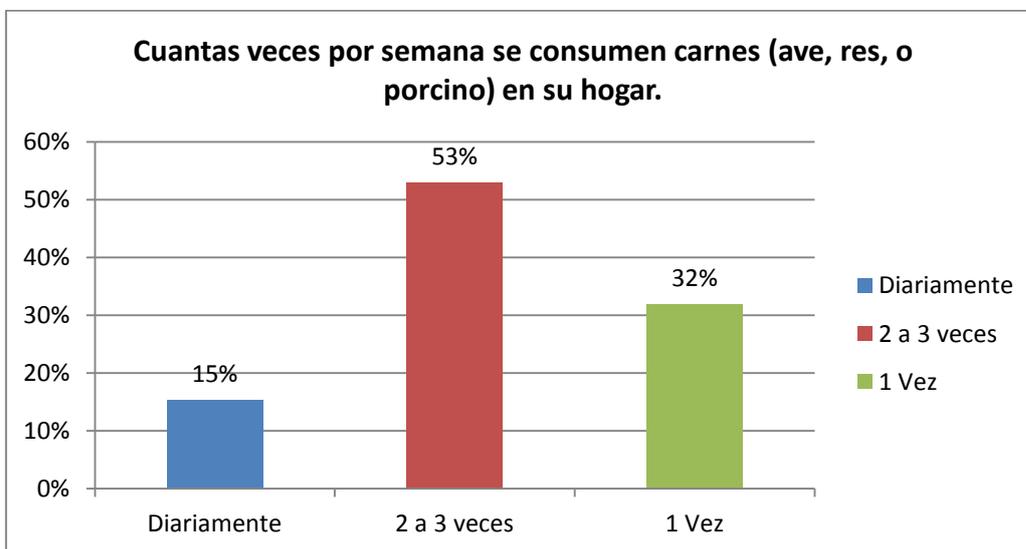
4. ¿Cuántas veces por semana se consumen carnes (ave, res, o porcino) en su hogar?

TABLA 5
CONSUMO DE CARNES

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	Diariamente	58	15%
2	2 a 3 veces	201	53%
3	1 Vez	121	32%
Total		380	100%

ELABORADO POR: el autor

GRÁFICO 4



Análisis:

Los distintos tipos de carnes son consumidos mayoritariamente dos o tres veces por semana en los hogares que conforman el cantón, la importancia de esta pregunta radica en que las carnes son un alimento clásico para nuestra cultura occidental y pese a la recomendación dada por distintos organismos de salud pública es sentido eliminar el consumo este, se aprecia una estabilidad para este producto el cual dentro del trabajo realizado se consideró como un bien complementario a las legumbres, esto es, usualmente las carnes de distinto tipo son acompañados por leguminosas

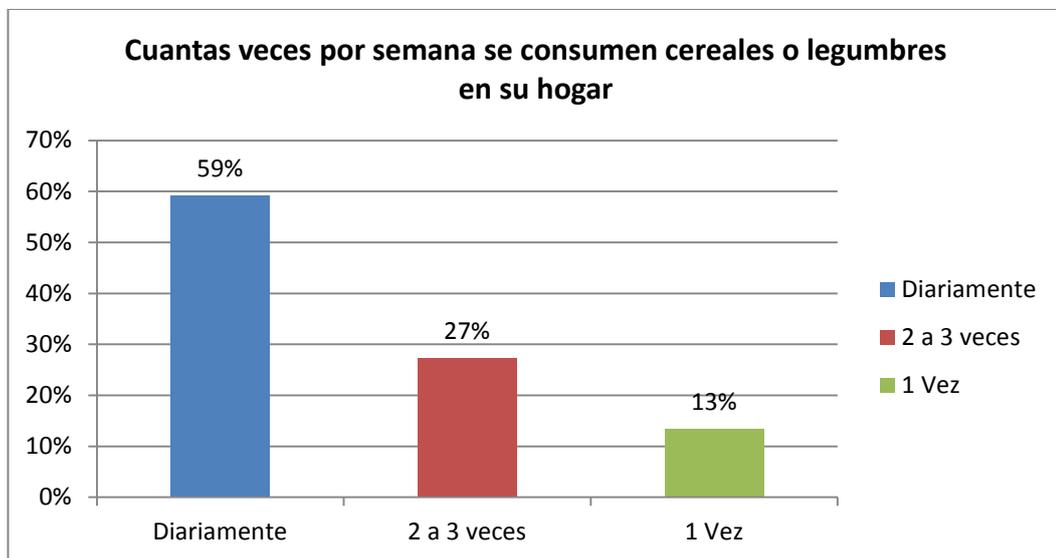
5. ¿Cuántas veces por semana se consumen cereales o legumbres en su hogar?

TABLA 6
CONSUMO DE CEREALES Y LEGUMBRES

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	Diariamente	225	59%
2	2 a 3 veces	104	27%
3	1 Vez	51	13%
Total		380	100%

ELABORADO POR: el autor

GRÁFICO 5



Análisis:

Esta pregunta hace referencia a la cantidad del producto que es consumido en los hogares cantón de Ibarra, es importante para estimar una demanda aproximada y de esta forma, comprobar la viabilidad del proyecto, las respuestas indican que en la mayoría de los hogares encuestados el producto se consume diariamente

6. ¿Cuántas veces por semana se consumen frutas y verduras en su hogar?

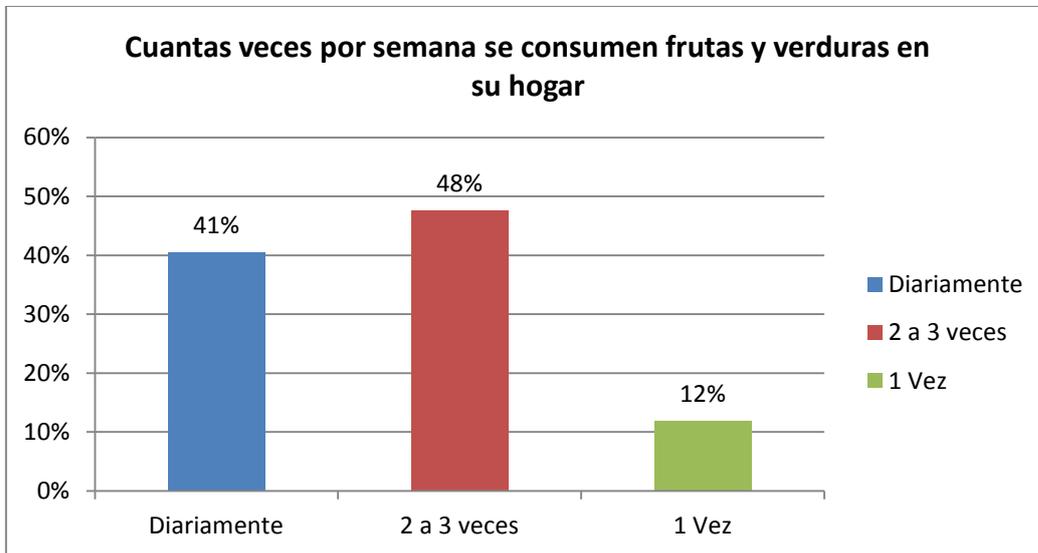
TABLA 7

CONSUMO SEMANAL DE FRUTAS Y VERDURAS

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	Diariamente	154	41%
2	2 a 3 veces	181	48%
3	1 Vez	45	12%
Total		380	100%

ELABORADO POR: el autor

GRÁFICO 6



Análisis

Sí se consideran las frutas y verduras como un producto sustituto de las legumbres y cereales, se aprecia de acuerdo a las respuestas obtenidas, que estas son una seria alternativa a los productos bajo estudio puesto que las frutas y verduras son consumidas tres 2 a 3 veces en semanalmente, sin embargo esto es una buena noticia ya que alguna forma se demuestra la buena calidad de la alimentación de los hogares cantón Ibarra.

7. ¿Donde se compran los víveres habitualmente para su hogar?

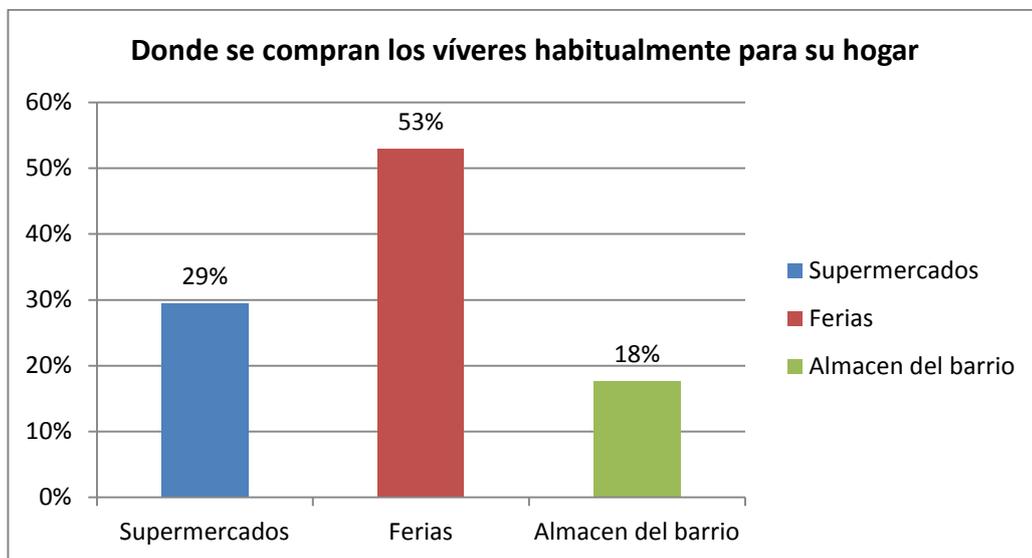
TABLA 8

SITIOS DE COMPRA

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	Supermercados	112	29%
2	Ferias	201	53%
3	Almacén del barrio	67	18%
Total		380	100%

ELABORADO POR: el autor

GRÁFICO 7



Análisis

En el aspecto comercial, es importante conocer la plaza, es decir, el lugar donde se pondrá a disposición del público nuestro producto, desde este punto de vista, los lugares preferidos para realizar las compras de productos alimenticios para los jefes o jefas de hogar del cantón son las ferias y es ahí donde se deberá efectuar el mayor esfuerzo comercial.

8. ¿Cuál es el gasto aproximado en víveres semanalmente en su hogar?

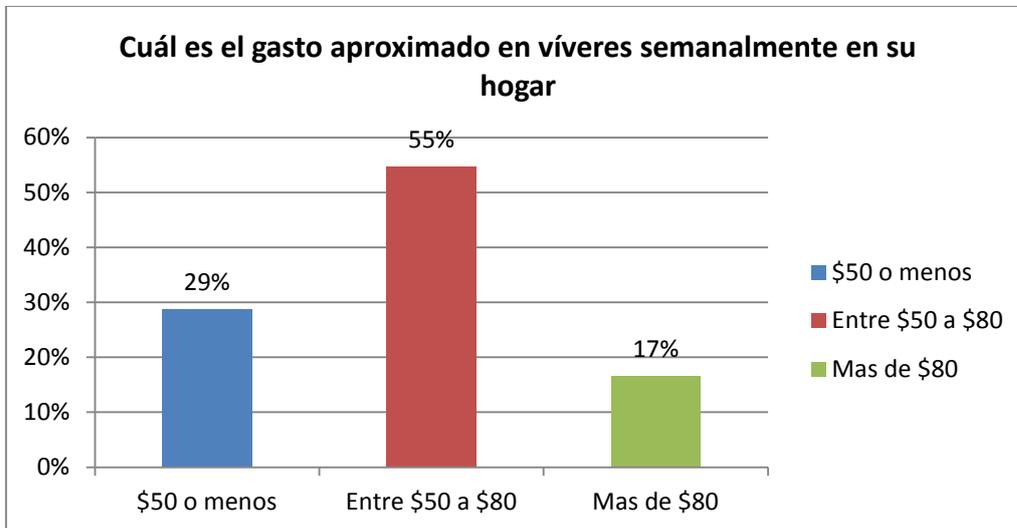
TABLA 9

GASTO SEMANAL EN VÍVERES

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	\$50 o menos	109	29%
2	Entre \$50 a \$80	208	55%
3	Más de \$80	63	17%
Total		380	100%

ELABORADO POR: el autor

GRÁFICO 8



Análisis:

La importancia de esta pregunta radica en el hecho de que se puede medir aproximadamente el gasto semanal de las familias del cantón en el rubro alimentos y usando la información de la próxima pregunta (8) se puede calcular el porcentaje de gasto de legumbres respecto del total, esta información es útil al momento de diseñar una estrategia comercial que incentive el consumo de cereales y leguminosas.

9. ¿Cuál es el gasto aproximado semanalmente en legumbres y cereales en su hogar?

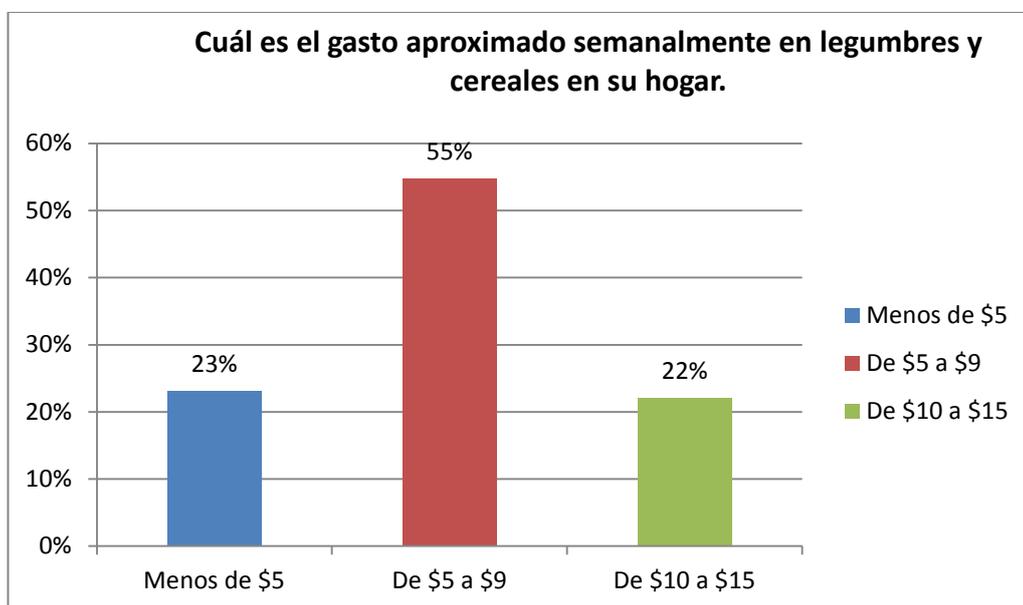
TABLA 10

GASTO EN LEGUMBRES Y CEREALES

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	Menos de \$5	88	23%
2	De \$5 a \$9	208	55%
3	De \$10 a \$15	84	22%
Total		380	100%

ELABORADO POR: el autor

GRÁFICO 9



Análisis

Aproximadamente un 10% del gasto semanal en alimentos de los hogares cantón destinado rubro legumbres y cereales, considerando los resultados de la pregunta número siete y la actual.

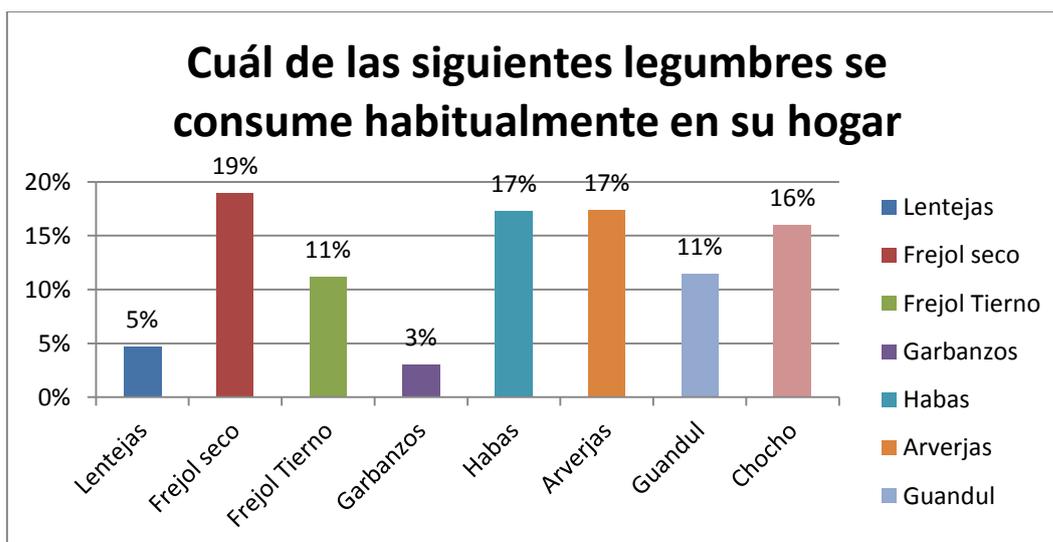
10. ¿Cuál de las siguientes legumbres se consume habitualmente en su hogar?

TABLA 11
LEGUMBRES CON MAYOR FRECUENCIA DE CONSUMO

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	Lentejas	88	5%
2	Frejol seco	354	19%
3	Frejol Tierno	208	11%
4	Garbanzos	56	3%
5	Habas	323	17%
6	Arvejas	325	17%
7	Gandul	213	11%
8	Chocho	298	16%
Total		1865	100%

ELABORADO POR: el autor

GRÁFICO 10



Análisis

Con el objeto de identificar aquellas legumbres más consumidas en los hogares cantón, se formuló esta pregunta, las respuestas la estrategia comercial del proyecto identificando aquellos alimentos que tienen más rotación y por lo tanto pueden proporcionar mayor rentabilidad.

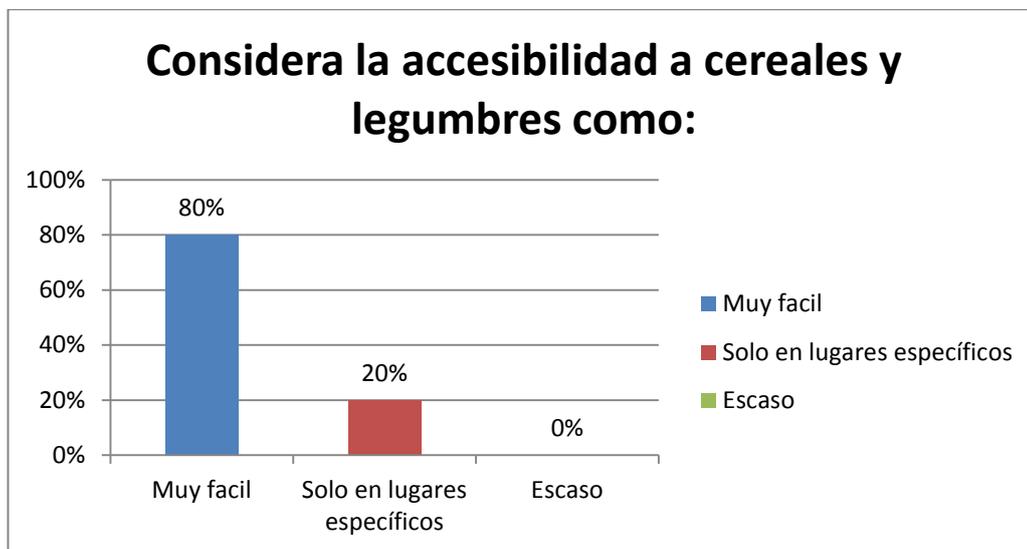
11. Considera la accesibilidad a cereales y legumbres como:

TABLA 12
NIVEL DE ACCECIBILIDAD A CEREALES Y LEGUMBRES

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	Muy fácil	304	80%
2	Solo en lugares específicos	76	20%
3	Escaso	0	0%
Total		380	100%

ELABORADO POR: el autor

GRÁFICO 11



Análisis:

Se formuló pregunta a objeto de dictar pautas en relación con las estrategias de plaza y promoción que debiera seguirse el momento de implementar el proyecto, la conclusión es al ser un producto de consumo masivo, este debe estar accesible al consumidor en todas las tiendas del ramo y debe poder diferenciarse de la competencia creando una imagen de marca y se atractiva y de seguridad desde este punto de vista, la publicidad es un elemento indispensable.

12. Cual considera como alimento sustituto para las legumbres

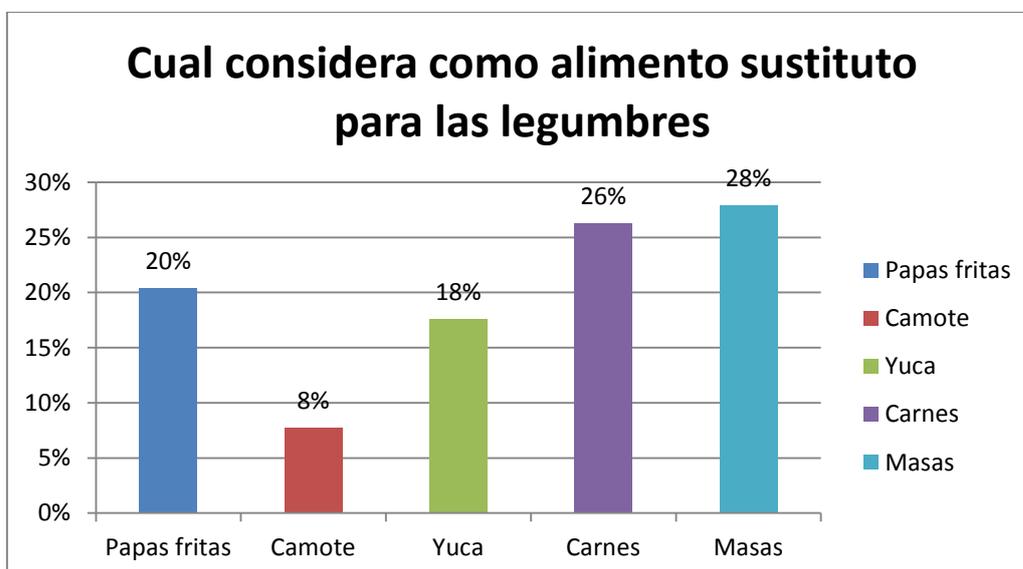
TABLA 13

SUSTITUTOS DE LEGUMBRES

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	Papas fritas	234	20%
2	Camote	89	8%
3	Yuca	202	18%
4	Carnes	301	26%
5	Masas(fideo, pan)	320	28%
Total		1146	46%

ELABORADO POR: el autor

GRÁFICO 12



Análisis

Esta pregunta está enfocada para dar a conocer los alimentos sustitutos del alimento “legumbres”, ya que al tener claro este aspecto se puede diseñar una estrategia comercial mucho más efectiva.

13. Con que acompañan en su hogar a las legumbres.

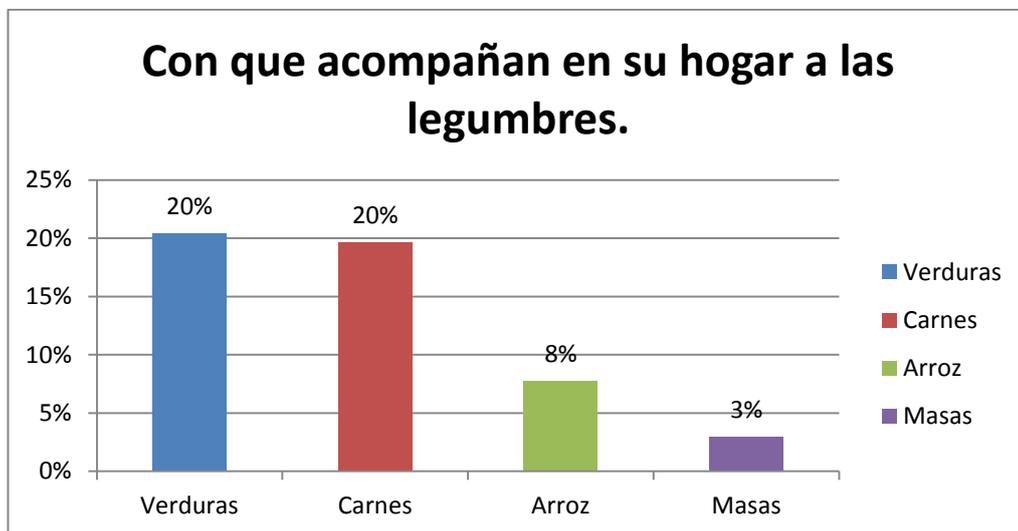
TABLA 14

PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS A LAS LEGUMBRES

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	Verduras	234	20%
2	Carnes	225	20%
3	Arroz	89	8%
4	Masas (fideo, pan)	34	3%
Total		582	48%

ELABORADO POR: el autor

GRÁFICO 13



Análisis

Al igual que la pregunta anterior, es necesario conocer los alimentos complementarios a las legumbres con el fin de exhibir el producto junto sus complementarios haciendo de esta forma mucho más eficiente la venta.

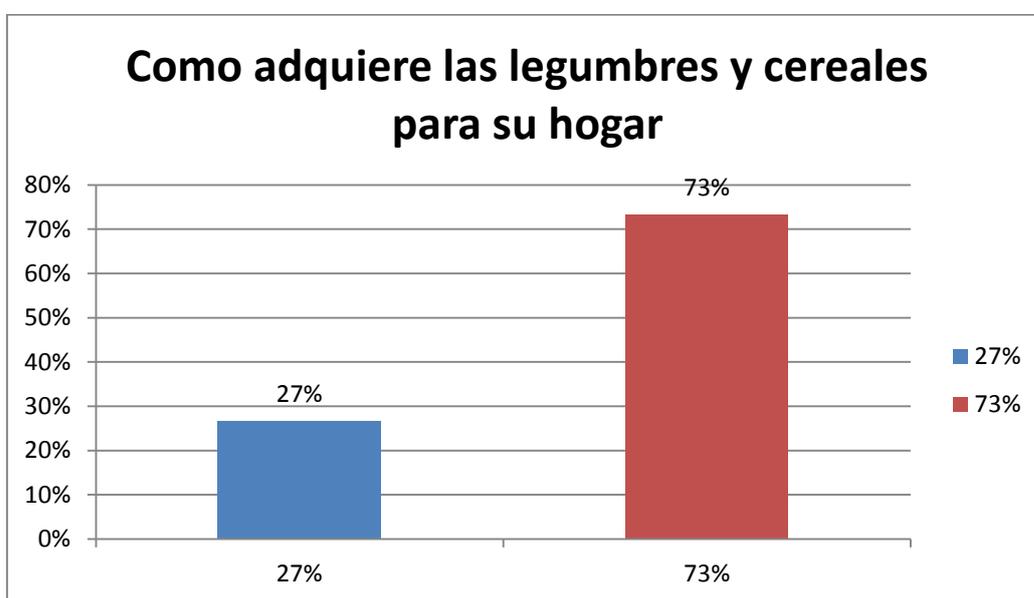
14. Como adquiere las legumbres y cereales para su hogar

TABLA 15
FORMAS DE ADQUISICION DE LAS LEGUMBRES Y CEREALES

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	A granel	101	27%
2	Empacado tradicionalmente	279	73%
Total		380	100%

ELABORADO POR: el autor

GRÁFICO 14



Análisis

El objeto de esta pregunta fue conocer la preferencia del consumidor respecto a la forma en que al consumidor le gusta adquirir los alimentos mencionados, llegándose a la conclusión de que mayoritariamente se prefiere empacado tradicionalmente, cabe suponer que esta preferencia obedece a un aspecto sanitario y de seguridad en el producto.

Nota: no se pregunto a los encuestados si les gusta el producto empacado al vacio porque aquí no existe este producto.

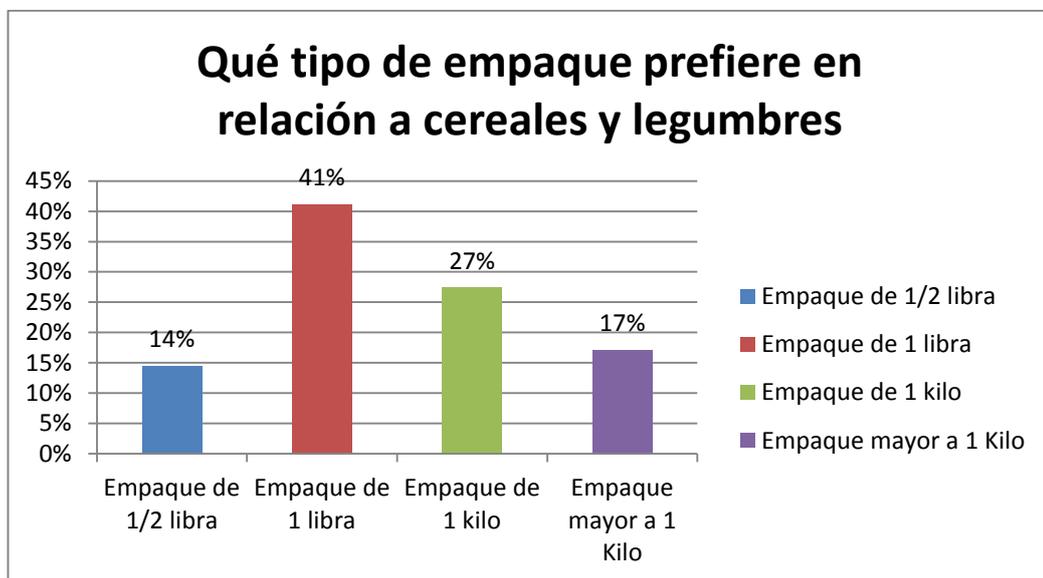
15. Qué tipo de empaque prefiere en relación a cereales y legumbres

TABLA 16
FORMAS DE EMPAQUE

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	Empaque de 1/2 libra	55	14%
2	Empaque de 1 libra	156	41%
3	Empaque de 1 kilo	104	27%
4	Empaque mayor a 1 Kilo	65	17%
Total		380	100%

ELABORADO POR: el autor

GRÁFICO 15



Análisis

Continuando con el análisis que la pregunta anterior, esta pregunta acota aún más el tema dando la posibilidad de hacer más eficiente la variable producto y las estrategias que lo acompañan.

16. ¿Cuál es el ingreso promedio en su hogar?

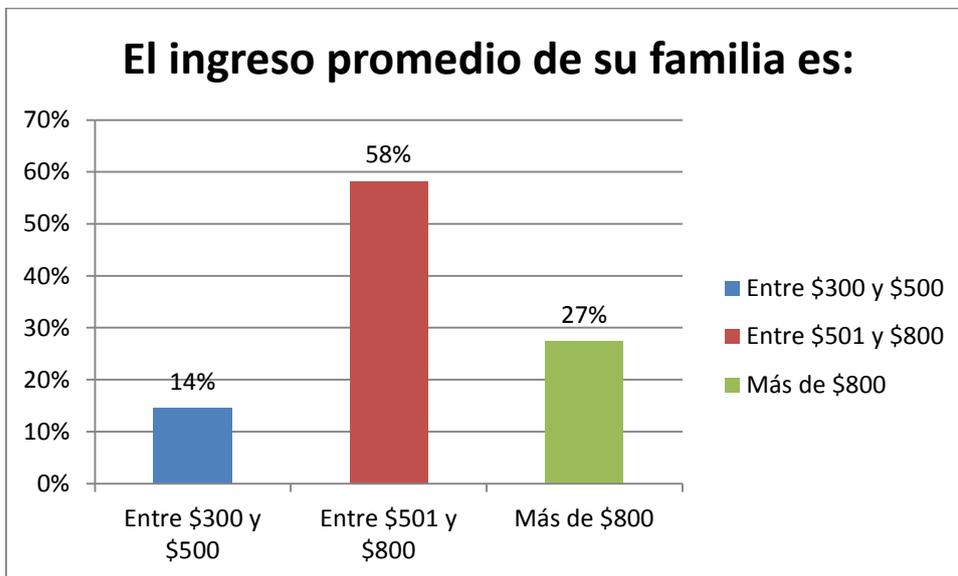
Tabla 17

INGRESO FAMILIAR

Nº	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	Entre \$300 y \$500	55	14%
2	Entre \$501 y \$800	221	58%
3	Más de \$800	104	27%
Total		380	100%

Elaborado por el autor

Gráfico 16



Análisis:

La respuesta a esta consulta es coincidente con los resultados de las encuestas realizadas por el INEC y los estudios realizados por la Universidad Técnica del Norte, el promedio de ingreso de las familias de la región es bajo, lo que a su vez justifica el alto consumo de alimentos baratos como los cereales y leguminosas.

1.6 MATRIZ AOOD

Por tratarse de una microempresa nueva, no se puede realizar un diagnóstico interno (FODA), por lo cual se hace necesario conocer el entorno donde funcionará este proyecto, para ello es fundamental analizar los posibles aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendría la micro empresa a ser implementada en el lugar escogido para su ubicación y su posterior funcionamiento.

ALIADOS

- Alimentos posicionado en el mercado
- Existencia de amplios lugares para la producción en la zona en intervención
- Clima apto para el cultivo de la materia prima del negocio
- Alimentos demandado

OPONENTES

- Existencia de productos sustitutos
- Cambio en los gustos y preferencias del consumidor
- Competencia de otras zonas del país
- Mercado muy susceptible a las variaciones de precios

OPORTUNIDADES

- Baja inversión inicial
- Producto altamente recomendado por instituciones de salud pública
- Incentivos gubernamentales a nuevos proyectos productivos
- Asesoría técnica permanente de los Gobiernos Provinciales
- Mercado en constante crecimiento

RIESGOS

- Bajo nivel de capital de trabajo
- Contaminación de aguas
- Inundaciones
- Difícil acceso al mercado financiero formal

Cuadro 1: Matriz AORR

	OPORTUNIDADES	OPONENTES
	<p>O1 Baja inversión inicial</p> <p>O2 alimento altamente recomendado por instituciones de salud pública</p> <p>O3 Incentivos gubernamentales a nuevos proyectos productivos</p> <p>O4 Asesoría permanente de los Gobiernos Provinciales</p> <p>O5 Mercado en constante crecimiento</p>	<p>O1 Existencia de productos sustitutos más baratos</p> <p>O2 Cambio en los gustos y preferencias del consumidor</p> <p>O3 Competencia de otras zonas del país</p> <p>O4 Mercado muy susceptible a las variaciones de precios</p>
<p>ALIADOS</p> <p>A1 alimentos posicionado en el mercado</p> <p>A2 Existencia de amplios lugares para la producción en la zona en intervención</p> <p>A3 Clima apto para el cultivo de la materia prima del negocio</p> <p>A4 Producto demandado</p>	<p>A1O1 La recomendación de las instituciones de salud debe ser cultivada aprovechando el posicionamiento del producto en el mercado mediante campañas publicitarias adecuadamente enfocadas</p> <p>A2O4 la existencia de amplios lugares para la producción de la materia prima del negocio debe ser</p>	<p>A1O1 El buen posicionamiento del producto debe utilizarse para quitar participación de mercado a los sustitutos más baratos.</p> <p>A2O4 Aprovechar los amplios lugares para la producción de la materia prima del negocio en la zona en intervención para tecnificar los cultivo haciendo más eficiente el</p>

<p>por jefes/as de hogar</p>	<p>tecnificado utilizando la asesoría técnica proporcionada por los gobiernos provinciales</p> <p>A3O1 Se deben elegir los lugares de cultivo más adecuados aprovechando la variada oferta de estos y el bajo costo actual de los terrenos</p>	<p>proceso de forma de evitar variaciones de precio que inhiban el consumo</p> <p>A3O3 Aprovechar las ventajas competitivas naturales de la zona para minimizar la competencia de otras provincias del país.</p>
<p>RIESGOS</p> <p>R1 Bajo nivel de capital de trabajo</p> <p>R2 Contaminación de aguas</p> <p>R3 Inundaciones</p> <p>R4 Dificil acceso al mercado financiero formal</p>	<p>R2O3 El riesgo de contaminación de las aguas debe ser minimizado mediante la preocupación estatal por el cuidado del medio ambiente y protección a nuevos proyectos productivos</p> <p>R3O4 Se deben aprovechar las nuevas competencias de los gobiernos descentralizados para mejorar las obras públicas de infraestructura que eviten inundaciones perjudiciales para la población</p> <p>R4O5 El acceso al mercado financiero formal debe ser facilitado presentando a los bancos e instituciones financieras formales un proyecto serio técnicamente elaborado.</p>	<p>R1O3 Aprovechar el escaso capital de trabajo de los gestores del proyecto para hacer eficaz el proceso productivo y de esa forma llegar con un producto más barato al mercado minimizando la competencia de empresas más sólidas y con mayor respaldo financiero.</p> <p>R4O4 Aprovechar la dificultad de acceso a créditos formales para limitar el endeudamiento creando soluciones innovadores en el sistema comercial con el objeto de mantener un nivel de precios estable.</p>

Elaborado por: El Autor

1.7 IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMA DIAGNÓSTICO

Una vez realizado el diagnóstico situacional del proyecto y del mercado en el cual se pretende insertar se puede formular el siguiente problema diagnóstico:

“Como diferenciar este producto innovador y no existente como los alimentos empacados al vacío que pretende comercializar el proyecto de los de la competencia alimenticia de su mismo género logrando captar una cuota de mercado suficiente para permitir a la empresa en formación mantenerse en el tiempo”.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.0. CEREALES

De acuerdo a la página web <http://es.wikipedia.org/wiki/Cereal>, “Los cereales (de Ceres, el nombre en latín de la diosa de la agricultura) son gramíneos, herbáceos cuyos granos o semillas están en la base de la alimentación humana o del ganado, generalmente molidas en forma de harina”.

2.1. COMPOSICIÓN DE LOS CEREALES

Los cereales contienen almidón, que es el componente principal de los alimentos humanos. El germen de la semilla contiene lípidos en proporción variable que permite la extracción de aceite vegetal de ciertos cereales. La semilla está envuelta por una cáscara formada sobre todo por la celulosa, componente fundamental de la fibra dietética. Algunos cereales contienen una proteína, el gluten, indispensable para que se forme el pan. Las proteínas de los cereales son escasas en aminoácidos esenciales como la lisina.

El procesamiento de los cereales afecta a la composición química y al valor nutricional de los productos preparados con cereales. Los nutrientes están distribuidos de modo heterogéneo en los distintos componentes del grano (germen, endospermo, revestimiento de la semilla y distintas capas que lo recubren). No existe un patrón uniforme para los distintos tipos de cereales. Los efectos más importantes del procesamiento sobre el valor nutricional de los cereales están relacionados con:

- La separación y extracción de partes del grano, dejando sólo una fracción de éste para el producto. Cualquier pérdida en el volumen origina una pérdida de nutrientes.
- Las partes del grano que se desechan pueden contener una concentración de ciertos nutrientes (aumentando, entre otros aspectos, la proporción de nutrientes por peso).
- El procesamiento en sí mismo puede traer consigo cambios en los nutrientes (la germinación, la fermentación, el sancochado).
- La separación de las capas exteriores del grano, a pesar de que causa la pérdida de algunos nutrientes, puede resultar provechosa. Por ejemplo, la tanina se concentra en las capas exteriores del sorgo, por lo que su eliminación es esencial desde el punto de vista nutricional. Al convertir el arroz integral en arroz blanco se obtiene un producto más fácil de preparar.

2.1.1. UTILIZACIÓN EN LA ALIMENTACIÓN HUMANA

En la alimentación humana son el trigo, el arroz y luego el maíz los que principalmente se utiliza hoy en día. La cebada se utiliza principalmente en la fabricación de la cerveza para hacer la malta.

Algunos cereales secundarios se han convertido al gusto de hoy día con la vuelta a una agricultura orgánica como la espelta, el centeno o la avena.

Otras plantas como quinua, que se cultiva tradicionalmente en América del Sur, tienen un mercado en crecimiento, especialmente en el ámbito de la agricultura ecológica. Cabe aclarar que la quinua es un pseudocereal, perteneciente a la subfamilia Chenopodioideae de las amarantáceas.

- Principales formas de consumo de cereales:
 - En granos: arroz, maíz, trigo (a menudo pre cocido), escanda, cebada, avena, quinua;
 - Harina: trigo, centeno, espelta, para la pastelería (pan, pastas) y tortas;

- Sémola: trigo duro (cuscús pasta), maíz (polenta), fonio;
- Gachas: avena (gachas: alimento inglés tomada en el desayuno);
- Copos: avena; maíz
- Pasta: trigo duro, centeno, espelta, arroz.

2.1.2. PRODUCCIÓN DE CEREALES EN ECUADOR

La siguiente información fue obtenida del Instituto Nacional de Estadísticas censo año 2010 sobre uso del suelo agrícola y la superficie sembrada y cosechada, la producción y la venta de los principales cereales sembrados en Ecuador:

TABLA 18
USO DEL SUELO AGRÍCOLA

Cultivo	Superficie		Producción (TM)	Venta (TM)
	Sembrada	Cultivada		
Arroz	414148	333137	1.706.133	1.548.537
Cebada	28613	26374	18733	10674
Maíz	476148	379548	978096	853886
Trigo	8773	8533	7605	4823

FUENTE: INEC; censo 2010

2.2. LEGUMINOSAS

La página web <http://es.wikipedia.org/wiki/Legumbre> define:

“Se denomina legumbre (del latín legumen) a un tipo de fruto seco, también llamado comúnmente vaina. Asimismo, reciben tal nombre las semillas comestibles que crecen y maduran dentro de este fruto y las plantas que lo producen.

Las legumbres constituyen un grupo de alimentos muy homogéneo, formado por los frutos secos de las leguminosas, siendo dehiscentes, desarrollados a partir del gineceo, de un solo carpelo y que se abre tanto por la sutura ventral como por el nervio dorsal, en dos valvas y con las

semillas en una hilera ventral. Estas vainas suelen ser rectas y carnosas. Por lo general poseen una carne interior esponjosa, aterciopelada y de color blanco. Su parte interna corresponde al mesocarpio y al endocarpio del fruto.

El tamaño de las legumbres varía desde un milímetro o poco más hasta cincuenta centímetros. Su forma, aunque en la mayoría de los casos es alargada y comprimida, como la de las judías, frijoles o habichuelas, varía muchísimo.

Estos frutos pertenecen al gran grupo de las plantas leguminosas (familia Fabáceas) y, a pesar del gran número de especies que componen esta familia, las utilizadas para la alimentación humana y del ganado son relativamente pocas.

La parte de la planta consumida en alimentación animal y humana varía entre las distintas especies de leguminosas. En la mayor parte de los casos, la parte comestible coincide con la utilizada por la planta como almacén de sustancias de reserva. La gran variación existente en la parte consumida es una consecuencia de la diversidad de estrategias utilizadas por las leguminosas para su adaptación a los medios más diversos”.

2.2.1. PRINCIPALES LEGUMBRES PARA CONSUMO HUMANO

- Alfalfa
- Guisantes (arvejas, alverjas o chícharos)
- Judías (frijoles, porotos, judías, alubias o habichuelas)
- Garbanzos
- Habas
- Ejotes (judías verdes, chauchas, vainicas, vainitas o porotos verdes)
- Lentejas
- Altramuces (altramuces, lupinos o chochos)
- Cacahuates (cacaahuates o maníes)
- Soja (o soya)

2.2.2. IMPORTANCIA DE LAS LEGUMINOSAS

Las leguminosas, junto con los cereales y con algunas frutas y raíces tropicales, han sido la base principal de la alimentación humana durante milenios, siendo el uso de las leguminosas, en sus múltiples formas, compañero inseparable de la evolución del hombre. Los factores que han contribuido a la importancia mundial de las legumbres son:

1. El número de especies de la familia es de casi 20.000. La enorme variabilidad de formas y estrategias adoptadas ha permitido a sus especies adaptarse a las condiciones ecológicas más diversas que van desde los trópicos de África, Asia y América a zonas templadas e incluso frías. La familia Leguminosas que está presente en zonas áridas tiene también especies acuáticas. Sus representantes se encuentran tanto en altitudes inferiores a cero, como en lugares casi inaccesibles de los Andes.
2. El elevado contenido proteico en el grano de algunas especies de leguminosas, convierte esta familia en la principal fuente de proteína vegetal para la mayor parte de herbívoros y omnívoros, y entre estos últimos, para el hombre.
3. La capacidad de tantas leguminosas de establecer una relación simbiótica con microorganismos capaces de fijar el nitrógeno atmosférico y transformarlo en modo asimilable por las plantas, permite la colonización natural de suelos que, de otro modo, permanecerían casi despoblados. Esa característica no sólo beneficia a las leguminosas que la poseen, sino a las gramíneas y otras familias que crecen a un lado. Esta asociación es esencial en los grandes prados naturales y artificiales sobre los que se basa la ganadería mundial. La actual crisis energética provoca la vuelta a los clásicos sistemas de alternancia de cultivos que incluyen las leguminosas como sustitutas válidas de los abonados nitrogenados. Las leguminosas producen por tanto, un estado de fertilización natural para el suelo por lo que puede decirse que son

uno de los escasos cultivos ecológicos que permiten la alternancia de legumbres y cereales.

2.2.3. PRINCIPALES LEGUMBRES SEMBRADAS EN ECUADOR

TABLA 19
PRINCIPALES LEGUMBRES SEMBRADAS EN ECUADOR

Cultivo	Superficie		Producción (TM)	Venta (TM)
	Sembrada	Cultivada		
Arveja	9370	8065	9721	9534
Frejol	85556	68904	26700	24207
Haba	22791	19335	10482	9986

FUENTE: INEC; censo 2010

2.3. ENVASE AL VACIO

La siguiente es una definición tomada del libro Diseño y Gestión de Cocinas: Manual de higiene alimentaria,

MONTES, Luis Eduardo, 2009, pág. 21, indica “El envasado al vacío es un sistema de conservación de alimentos crudos, precocinados o cocinados, basado en la eliminación del oxígeno que la mayoría de los microorganismos necesitan para poder crecer y multiplicarse”.

Gracias al envasado al vacío se consigue que los alimentos se conserven durante más tiempo, siempre y cuando se mantengan a temperaturas de refrigeración o de congelación.

2.3.1. ENVASES, MEZCLA DE GASES Y TECNICAS DE EMPACADO

Estos tres elementos son los que conforman la aplicación del envase con atmósferas modificadas. La selección de éstos está en función del tipo de producto, naturaleza y composición, de su tamaño, además de la forma que éste tenga. Como ejemplo de productos se cuentan el envase de: Carnes frescas de Bovino, Porcino y Aves; carnes procesadas; quesos,

pastas y alimentos pre cocidos (Comidas preparadas, pizzas, etc.); así como aquellos de origen vegetal. Otros factores determinantes para seleccionar el envase son: La forma de distribución, su alcance vida de exhibidor, peso del producto y las preferencias del consumidor.

A medida que crece la demanda de alimentos listos para su consumo, se va depurando la técnica para su envasado. Con equipos de mayor velocidad de producción y mejor nivel de control de la mezcla gaseosa recomendada, mejores y más efectivas mezclas de gases capaces de incrementar la vida útil de los productos frescos o procesados y envases sumamente revolucionarios que a basados en un diseño especializado de sus componentes y barreras son capaces de aportar los resultados exitosos de los alimentos incluso de aquellos sometidos a procesos de transformación mínimos.

Es posible extender la vida de exhibidor de los alimentos frescos y/o procesados usando los envases plásticos apropiados, los cuales deben de tener la facultad de poseer la barrera a gases específicos para mantener las condiciones de buscadadas, tanto de disminución o incremento del factor oxidante del ambiente interno.

El envase con atmósfera modificada consiste en el cambio de la composición de la atmósfera que rodea a un producto. Técnicamente, este concepto abarca el envase al Vacío, al cual se le extrae el aire, así queda el envase adherido en todo momento al producto. El otro concepto, es la extracción de aire y la inyección de uno o varios gases, quedando el producto final envasado con una apariencia natural.

El alto vacío (Presión absoluta de 9 milibares o menor) o una mezcla apropiada de gases depositada en los envases, mantienen los productos en excelente estado. Estos métodos, muchas veces combinados con la refrigeración han demostrado ser los favoritos del consumidor, gracias a la frescura que mantienen los alimentos y a la ausencia de aditivos para su preservación.

Los materiales de envase deben de tener una alta barrera al oxígeno y al Dióxido de Carbono. La sellabilidad es importante para mantener la

hermeticidad en el empaque. Otro factor muy importante es la propiedad antiniebla de algunos materiales plásticos. Esto evita que la humedad se condense en la superficie de la capa interna del envase obstruyendo la visibilidad del producto.

Los consumidores actualmente buscan menos aditivos y conservadores en sus alimentos, lo cual es un reto para el procesador de alimentos que sabe bien como las tendencias de los mercados se van orientando a una dieta cada vez más sana.

Las mezclas de gases ofrecen una gama ilimitada de posibilidades. La inyección de uno o varios gases tienen un propósito definido en el envase de atmósfera modificada. Los más comúnmente usados son:

Oxígeno: Mantiene el color rojo característico de las carnes frescas.

Dióxido de Carbono: Es un inhibidor del desarrollo de las bacterias aeróbicas. Su efecto bacteriostático lo logra cuando está disuelto en la superficie de los alimentos. Con el aumento de temperatura del alimento disminuye su solubilidad (Temp. Mayores a 4° C.)

Nitrógeno: Es un gas inerte, no reacciona con los alimentos. Y se le utiliza para mantener la estabilidad en el paquete creando un efecto de amortiguados en el espacio gaseoso entre la película y el producto (Head Space).

En la selección de los equipos para el EAM, se debe de tener en cuenta la presentación final del producto. Si se desea que el producto esté protegido por un envase totalmente flexible, como el que se utiliza para Pepperoni, quesos rayados, etc., o si su presentación final es un envase previamente formado, como es el caso de las bandejas de espuma con barrera (a la cual se le adhiere un film superior con propiedades de barrera) en ambos casos es necesario considerar la productividad de la máquina para hacer el correcto balance de la línea del empaque, existiendo diversas alternativas de equipo; desde sistemas de envasado intermitente hasta aquellos sistemas de alta productividad basados en líneas de flujo Horizontal o Vertical de Formado, Llenado y Sellado.

3.3.1.1.- TÉCNICA DE ENVASADO AL VACÍO

El envasado al vacío consiste en la eliminación total del aire dentro del envase, sin que sea remplazado por otro gas. Este método de envasado se emplea actualmente para distintos tipos de productos: carnes frescas, carnes curadas quesos, etc. En menor medida se utiliza en panadería otros productos con una consistencia blanda, ya que la aplicación de vacío puede provocar una deformación en el producto.

En los productos envasados a vacío, en los que estos siguen evolucionando, al continuar con sus actividades respiratorias se produce una disminución del porcentaje de oxígeno, con lo que aumenta el vacío y se produce un aumento en la concentración de dióxido de carbono y vapor de agua.

En las piezas de carne envasadas mediante este sistema se produce un cambio de color (pardeamiento) que puede producir un cierto rechazo en el consumidor. Otro de los inconvenientes que puede presentar este tipo de envasado es la acumulación de exudado en el propio envase.

Una modificación del envasado al vacío es el skin package, en el que la pieza a envasar se deposita sobre la bandeja inferior, formada a partir de un rollo del film de la propia maquina. El producto a envasar se recubre con un film superior, también a partir de un rollo.

2.3.2. EFECTOS FAVORABLES EN LOS ALIMENTOS

En la actualidad, ésta es la mayor aplicación del envase con atmósferas modificadas en varios países de Latinoamérica.

El envase es un charola de espuma con propiedades de barrera y una película superior de alta claridad y transparencia, que además de cuenta con propiedades de anti-niebla. Las mezclas de gases son comúnmente usadas son en porciones de 60-80% de Oxígeno y de 20-40% de Bióxido de Carbono. En condiciones adecuadas de elaboración y distribución del producto, su vida de anaquel puede llegar a los 10-12 días. Durante éste

período, el Oxígeno mantiene el color rojo encendido de una carne fresca. El CO₂ hace su función bacteriostática deteniendo el crecimiento de ciertas bacterias y el producto puede mantener la apariencia fresca que el consumidor demanda.

En el caso de vegetales frescos mínimamente transformados, aún continúan llevándose a cabo procesos metabólicos demandantes de intercambio de gases, para ello desarrollan y comercializan películas inteligentes que prolongan el buen estado del alimento extendiendo así la fecha de expiración. Estos sistemas junto con una atmósfera modificada, proporcionan la cantidad necesaria de Oxígeno a los productos del campo en función de sus requerimientos particulares.

Aplicando los sistemas de membranas que respiran, la atmósfera dentro del paquete puede crearse adaptándose a los más altos niveles de respiración equilibrándolos con sus mínimos requerimientos de temperatura, lo que da como resultado una vida prolongada del producto en los anaqueles al mismo tiempo que alta calidad en el sabor, olor y apariencia de fresca del producto.

Lo más moderno en tecnología existente en el mercado son las películas plásticas que remueven los residuos de Oxígeno de los envases bajo atmósfera modificada, sin cambiar la apariencia y textura de su estructura original. En carnes frescas o procesadas, botanas, productos de panadería, lácteos, pastas frescas, etc.; el material OS1000, reduce los niveles de oxígeno por medio de un sistema de absorción de Oxígeno residual incorporado a la cara interior de la película la cual se activa mediante un tratamiento de energía justo antes de cerrar el paquete durante su envasado, 100% autorizado para estar en contacto con los productos alimenticios. Y es capaz de incrementar la vida de un producto fresco de cuatro a diez días.

2.3.3. FACTORES DE ÉXITO

Existen tres factores primordiales para el éxito del empaque con atmósferas modificadas:

Una adecuada cadena de frío, desde la elaboración hasta el anaquel, condiciones higiénicas excelentes y buena calidad del producto a envasar. En este punto, así como en otros tipos de envasado, el envase con atmósferas modificadas no puede sustituir a las buenas prácticas de manufactura.

Es fundamental para el procesador de alimentos envasados bajo el sistema EAM desarrollar un programa de entrenamiento para el personal que maneja los productos en el autoservicio, como para los consumidores finales. Es importante que al manejar los productos envasados bajo el sistema EAM se evite abusar de los envases que protegen los productos. Otro aspecto de vital importancia es la forma en que se dará al consumidor final la información relacionada al sistema EAM para incentivar la comprensión del concepto ya que puede crear una expectativa diferente y poco deseable del producto.

2.4. LA EMPRESA

Según BRAVO, Mercedes, 2009, Pág. 15. “Empresa es la entidad u organización que tiene como finalidad la producción de bienes y servicios útiles para el hombre. Estas organizaciones, consideradas en sentido amplio y creadas por el hombre para el desarrollo eficiente de las actividades económicas.”

De acuerdo a nuestra legislación societaria, el Art. 1 expresa: “Contrato de compañías y régimen legal.- Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades, este contrato se rige

por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil”.

2.4.1 CLASIFICACIÓN

**TABLA 20
CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS**

SEGÚN SU NATURALEZA	SEGÚN EL SECTOR O LA PROCEDENCIA DEL CAPITAL	SEGÚN LA INTEGRACION DEL CAPITAL
<p>INDUSTRIALES.- Transforma materias primas en productos nuevos.</p> <p>COMERCIALES.- Compra y Venta de productos, Intermediarios entre productores y compradores.</p> <p>SERVICIOS.- Generación y ventad e productos intangibles.</p> <p>AGROPECUARIAS. Explotan productos agrícolas y pecuarios.</p> <p>MINERAS.- Explotan los recursos del subsuelo.</p>	<p>PUBLICAS.- El Capital pertenece, al sector publico.</p> <p>PRIVADAS.- El capital pertenece al sector privado.</p> <p>MIXTAS.- El capital es público y privado.</p>	<p>UNIPERSONALES.- El capital es el aporte de una sola persona.</p> <p>SOCIEDADES.- Aporte de personas jurídicas o naturales, Sociedades de personas, sociedad de capital.</p> <p>SOCIEDADES MIXTAS.</p> <p>SOCIEDADES SIN ANIMO DE LUCRO.</p>

ELABORADO POR: el autor

Nuestra legislación reconoce 6 tipos de compañías:

Art. 2 (Ex 2).- [Especies de Compañías].- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

1. La compañía en nombre colectivo;
2. La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
3. La compañía de responsabilidad limitada;
4. La compañía anónima; y,
5. La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

La ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

2.5. ESTUDIO DE MERCADO

Un estudio del mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende:

- a) La necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada.
- b) También identifican las empresas productoras y las condiciones en que se está suministrando el bien
- c) Igualmente el régimen de formación del precio y de la manera como llega el producto de la empresa productora a los consumidores y usuarios.

El estudio de mercado está compuesto por bloques, buscando identificar y cuantificar, a los participantes y los factores que influyen en su comportamiento.

2.5.1. FINALIDAD DEL ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo.

CALDAS 1995, manifiesta: “Esta parte se refiere al estudio de la oferta y demanda de bienes o servicios del proyecto en estudio. Se trata de determinar la cantidad del producto que va ha hacer demandado, determinar cuánto se debe producir, a que precio, especificando las características del producto o servicio en estudio y abordando los problemas de comercialización, materias primas,...” (Pág. 13).

Por ello el estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán para adquirir el producto que se piensa vender, dentro de un espacio definido, además indicará si las características y especificaciones del producto corresponde a las que desea comprar el cliente, también demostrará qué tipo de clientes internos y externos son los interesados, lo que servirá para orientar el horizonte del proyecto.

2.6. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico tiene como objetivo determinar los componentes para implementar la empresa, señalando cuáles son los factores relevantes de su tamaño, ubicación, equipamiento y distribución espacial de la empresa. Los principales aspectos que debe considerar este tipo de estudios son:

- Micro y macro localización
- Diseño de infraestructura
- Tamaño del proyecto: inversión, capacidad instalada, tecnología, talento humano.
- Ingeniería: proceso de producción
- Efectos económicos de la ingeniería
- Valorización de inversiones y financiamiento

2.7. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero de un proyecto intenta determinar la factibilidad financiera de este, para esto debe reunir la información contable derivada y luego de ordenarla para efectuar proyecciones basadas en datos históricos de la realidad nacional tales como la inflación, índice de sueldos, tasas de interés, riesgo país; como es ampliamente conocido, cualquier proyecto de inversión debe ser evaluado en base a su flujo de caja, por lo tanto, la proyección de esta se debe realizar en base a una tasa de costo de capital, el cual no es más que un promedio ponderado

de todas las fuentes de financiamiento con que cuenta el proyecto por lo tanto, es necesario que el inversionista considere su costo alternativo el cual formará parte de la tasa de costo de capital anteriormente descrita.

Concluida esta etapa inicial, el estudio financiero está en condiciones de presentar al inversionista o acreedor los resultados financieros proyectados, los principales indicadores son:

Valor actual neto

Tasa interno de retorno

Periodo de recuperación del capital

Relación beneficio costo

Punto de equilibrio: Ventas, facturación

Además es útil para el inversionista que se le presente una relación entre la rentabilidad para el accionista v/s rentabilidad del proyecto, esta relación le indicará si el proyecto le está creando valor simplemente está retribuyendo el valor acordado.

2.8. ADMINISTRACIÓN

G. Jones; J. George dicen: “La administración es la planeación, organización, dirección y control de los recursos humanos y de otra clase, para alcanzar con eficiencia y eficacia las metas de la organización.”

2.8.1. PROCESO ADMINISTRATIVO

El proceso administrativo se compone de cuatro procesos claramente delimitados e identificables:

- Planeación
- Organización
- Dirección
- Control

Tomando como base el libro “Gerencia y Planificación Estratégica” escrito por Jean Paul Sallenave en el año 2008 se pueden definir estos cuatro procesos de la siguiente manera:

2.8.1.1. PLANEACIÓN

Es un camino a seguir con base en un diagnóstico situacional. Consiste en fijar el orden y la secuencia de las actividades y programar los tiempos necesarios y la distribución de trabajo correspondiente, a fin de alcanzar los objetivos determinados previamente.

Mediante la planeación se facilita alcanzar las metas y se reduce la actividad dispersa, la duplicidad de funciones y los movimientos inútiles.

RODRÍGUEZ, Joaquín, 2006, Pág. 121.: “Antes de iniciar cualquier acción administrativa es imprescindible determinar los resultados que pretende lograr un organismo social, así como las funciones futuras y los elementos necesarios para que la organización funcione. Esto solo se puede lograr a través de la planeación”.

2.8.1.2. ORGANIZACIÓN

La organización como función administrativa, define la distribución de funciones y actividades inherentes al plan. Su importancia radica en establecer las relaciones funcionales de dirección y los niveles de responsabilidad de sus recursos humanos.

RODRÍGUEZ, Joaquín, 2006, Pág. 7: “Incluye determinar que tareas serán llevadas a cabo, cómo se realizarán, quién las ejecutará, cómo estarán agrupadas, quién depende de quién y dónde se tomará las decisiones”.

Se consideran dos tipos de organizaciones en las empresas:

- La organización informal
- La formal

El administrador debe conceder importancia a los dos tipos.

Organización informal. Tiene su origen en la necesidad de las personas de relacionarse con un grupo específico, en el cual cada persona tiene un papel que le satisface, además; el grupo elegido tiene intereses comunes. La organización informal a menudo enfrenta conflictos con la organización formal. El administrador tiene que armonizar los intereses de dichos grupos y lograr un equilibrio a favor de la empresa.

Organización formal.

REYES, Ponce, 1981 pag 54 define la organización formal como “La estructura técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos en un organismo social”.

Elementos de la organización formal.

- División de trabajo.
- Definición de funciones y actividades.
- Establecimiento de jerarquías.
- Determinación del sistema de organización.
- Establecimiento de la comunicación.
- Determinación de normas y reglamentos.

Cuando los elementos de la organización formal son definidos con claridad, o cuando no se establecen algunos de ellos, pueden ocasionarse deficiencias en la estructura formal. Las más comunes son:

- Funciones mal distribuidas.
- Objetivos sin lograr.
- Aumento de conflictos.
- Autoridad y responsabilidad indefinidas.
- Ineficiencia.
- Baja productividad.
- Desperdicio y subutilización de recursos.

2.8.1.3. DIRECCIÓN

Dirigir es guiar, orientar, conducir, encaminar, llevar al logro de los objetivos.

Dirigir implica tomar decisiones, mando y liderazgo.

El liderazgo es una característica de las organizaciones humanas. Es importante distinguir entre liderazgo como una cualidad personal y liderazgo como una función administrativa.

RODRÍGUEZ, Joaquín, 2006, Pág. 7: “Incluye motivar a los empleados, orientar las actividades de otros, elegir el canal de comunicación más eficaz, y resolver los conflictos que se presenten”.

2.8.1.4. CONTROL

Se define como la apreciación del resultado al logro de objetivos organizacionales.

Propósitos del control:

- Evaluar el logro de objetivos.
- Prever desviaciones en la ejecución de planes y programas.
- Optimizar la utilización de recursos.
- Proponer y sugerir alternativas administrativas.
- Establecer diagnósticos continuos.
- Promover la creatividad e innovación.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

INTRODUCCIÓN

El concepto de mercado se refiere a dos ideas relativas a las transacciones comerciales. Por una parte se trata de un lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos y en algunos casos servicios. En este lugar se instalan distintos tipos de oferentes para ofrecer diversos productos o servicios, en tanto que ahí concurren los compradores con el fin de adquirir dichos bienes o servicios. Aquí el mercado es un lugar físico.

La concepción de ese mercado es entonces la evolución de un conjunto de movimientos a la alza y a la baja que se dan en torno a los intercambios de mercancías específicas o servicios y además en función del tiempo o lugar. Aparece así la delimitación de un mercado de productos, un mercado regional, o un mercado sectorial. Esta referencia ya es abstracta pero analizable, pues se puede cuantificar, delimitar e inclusive influir en ella.

En función de un área geográfica, se puede hablar de un mercado local, de un mercado regional, de un mercado nacional o del mercado mundial. De acuerdo con la oferta, los mercados pueden ser de mercancías o de servicios.

Y en función de la competencia, sólo se dan los mercados de competencia perfecta y de competencia imperfecta. El primero es fundamentalmente teórico, pues la relación entre los oferentes y los demandantes no se da en igualdad de circunstancias, especialmente en periodos de crisis, no obstante, entre ambos tipos de participantes regulan el libre juego de la oferta y la demanda hasta llegar a un equilibrio. El

segundo, es indispensable para regular ciertas anomalías que, por sus propios intereses, podría distorsionar una de las partes y debe entonces intervenir el Estado para una sana regulación.

El mercado visto así puede presentar un conjunto de rasgos que es necesario tener presente para poder participar en él y, con un buen conocimiento, incidir de manera tal que los empresarios no pierdan esfuerzos ni recursos.

Visto lo anterior, cualquier proyecto que se desee emprender, debe tener un estudio de mercado que le permita saber en qué medio habrá de moverse, pero sobre todo si las posibilidades de venta son reales y si los bienes o servicios podrán colocarse en las cantidades pensadas, de modo tal que se cumplan los propósitos del empresario.

3.1. OBJETIVOS DEL CAPÍTULO

3.1.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la existencia de una demanda insatisfecha de cereales y legumbres empacados al vacío, en la ciudad de Ibarra durante el año 2013.

3.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los productos que ofertará el proyecto, investigar los productos complementarios y sustitutos así como las características del consumidor.
- Evaluar la situación actual de la demanda por los productos que ofertará la empresa y su situación futura.
- Analizar la oferta de cereales y legumbres empacados al vacío en la ciudad de Ibarra y su proyección futura.
- Determinar el mercado potencial al cual puede acceder el proyecto.

3.2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Los productos que el proyecto ofertará son los siguientes:

Cereales:

- Arroz
- Avena
- Cebada
- Quínoa
- Maíz
- Sémola

Legumbres (En seco)

- Arvejas
- Garbanzos
- Frejol
- Habas
- Lentejas

Ambos tipos de productos son de consumo masivo y común en la población ecuatoriana.

3.2.1. CARACTERÍSTICAS

El proyecto considera comercializar los productos anteriormente descritos envasados mediante un sistema denominado “al vacío” adecuadamente descrito en el capítulo II del presente trabajo, el método supone la extracción casi total del oxígeno al interior del empaque impidiendo la proliferación de la mayoría de los microorganismos ante la ausencia del gas.

De acuerdo a la investigación de campo, la gran mayoría de los consumidores de estos alimentos los adquieren envasados ya que prefieren la higiene que este sistema de comercialización además de asegurarse del peso exacto que se anuncia en el paquete.

Por otra parte, de la investigación de mercado efectuada se dedujo que el peso del embalaje más solicitado es el de 1 libra, producto que acarrea algo menos del 50% de las preferencias, la segunda preferencia es por el empaque de 1 Kg. Embalajes de más de 1 Kg. O menos de 1 libra no son tan apreciados.

3.2.2. PRODUCTOS SUSTITUTOS

En el capítulo I, al momento de realizar la investigación de campo a consumidores, estos manifiestan que como alimentos sustitutos consideran las papas fritas en primer lugar, el camote, la yuca, las carnes y las masas (fideos, pan).

3.2.3. PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS

Definiendo como producto complementario a aquel que disminuye su demanda cuando disminuye la del producto principal y de acuerdo a la investigación de campo, se pueden nombrar como productos complementarios las frutas y verduras, las carnes y las masas; en este caso específico, los consumidores encuestados no diferencian bien los productos sustitutos de los complementarios puesto que por ejemplo, las carnes y las masas son evaluados tanto sustitutos como complementarios; para el autor del trabajo, los productos complementarios serán entonces las frutas y verduras, las carnes y las masas.

3.2.4. CONSUMIDOR DEL PRODUCTO

Los productos se comercializar están dirigidos a personas de entre los seis meses de vida en adelante, no es posible segmentar el mercado ya que tanto los cereales como las legumbres constituyen la base alimenticia de cualquier ser humano y en cualquier parte del mundo por lo tanto el

consumidor meta será cualquier persona en que las edades anteriormente descritas.

3.3. ESTRUCTURA DEL MERCADO

Definiendo el mercado como el conjunto de decisiones que toman compradores y vendedores al interactuar y considerando que el mercado se encuentra regido por dos grandes fuerzas, la oferta y la demanda, cuya interacción normal lleva al mercado a un equilibrio en el que se logra la máxima eficiencia (máximo excedente total) se puede establecer que actualmente la estructura de mercado vigente es la siguiente:

Recientemente, se aprobó en el país la ley de Regulación y Control del Poder de Mercado (Antimonopolio) (Septiembre 2011), que tiene por objetivo evitar la concentración de la producción, por el lado de la tenencia de los medios de producción como por las grandes actividades económicas primarias – extractivistas - exportadoras, así como la concentración en las ventas, evitando de esta manera la desigualdad y el abuso de poder de mercado, entonces empieza a operar en el Ecuador el concepto de LIBRE MERCADO, que se basa fundamentalmente en la libertad de elección para el consumidor, como para el productor. La libre competencia genera incentivos para que las empresas obtengan una ventaja competitiva sobre otras mediante la reducción de costos y la superioridad técnica. Esto resulta en un aumento de la eficiencia de las empresas para producir, un incremento de la calidad del producto que se ofrece y una disminución de los precios que permite que una mayor cantidad de consumidores tenga acceso al mercado.

El mercado al cual se pretende atacar presenta características de Mercado de Competencia Perfecta pese a este no existe en la práctica ya que implicaría que todos los agentes tienen acceso a plena información: Este tipo de mercado tiene dos características principales: 1) Los bienes y servicios que se ofrecen en venta son todos iguales y 2) los compradores y vendedores son tan numerosos que ningún comprador ni

vendedor puede influir en el precio del mercado, por tanto, se dice que son precio-aceptantes

- Número limitado de empresas oferentes
- Servicio único sin sustitutos cercanos
- Precios-decisores, dependiendo de las decisiones del resto de las empresas.
- Los competidores mantienen una estrecha relación y pueden o no llegar a acuerdos.
- Las decisiones de cada uno de los productores afectan al rendimiento de los restantes.

3.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

3.4.1. FACTORES QUE AFECTAN LA DEMANDA

Los factores que afectan la demanda legumbres y cereales son términos económico los siguientes:

- El ingreso, es decir la cantidad que el comprador gana en un período determinado
- Los precios de los bienes relacionados, es decir los bienes sustitutos o aquella que pueden usarse a cambio de otro y que posee casi los mismos beneficios y características del bien principal o el precio de los bienes complementarios y decir aquella que se usan junto con bien primario.
- La cantidad de población, puesto que a mayor población mayor consumo.
- Y por último los gustos y preferencias del consumidor.

3.4.2 SITUACIÓN ACTUAL DE LA DEMANDA

De acuerdo al último censo de población y vivienda efectuado por el INEC durante el año 2010, en la ciudad de Ibarra residen 131.856 personas que habitan en 41.205 viviendas, por lo tanto, cada hogar se alberga a un promedio de 3,2 personas.

Tomando como información primaria a la investigación de campo efectuada, se deduce que más de la mitad de los hogares consumen diariamente cereales y legumbres con una compra semanal que se obtiene del promedio ponderado del gasto tomado de la pregunta n°7 de la investigación de campo:

$$\text{Gasto promedio} = \frac{109 * \$5 + 208 * \$7.5 + (84 * \$12.5)}{380}$$

De lo anterior se obtiene que el gasto promedio semanal en cereales y legumbres de los hogares de la ciudad de Ibarra es de \$8.02

Potencial del mercado total

La fórmula generalmente utilizada para calcular este potencial es la siguiente:

$$Q = n * p$$

Q = Potencial del mercado total

N = Número de compradores en el mercado

P = Precio de la unidad promedio

Reemplazando los valores en la fórmula se obtiene lo siguiente:

$$Q = 41.205 \text{ hogares} * \$8.02$$

Se deduce entonces que la demanda semanal de legumbres y cereales a nivel de unidades familiares en la ciudad de Ibarra es de \$330.464

3.4.3 PROYECCIÓN DE DEMANDA

Para proyectar la demanda se utilizó la siguiente fórmula:

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

En donde:

P_p = Población Futura

P_b = Población Inicial

i = Tasa de Crecimiento Anual

n = Año Proyectado

**TABLA 21
PROYECCIÓN DE DEMANDA**

Año	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Tasa crecimiento		1,0195	1,03938	1,05965	1,08031	1,10138
Población	131856	134427	139721	148055	159946	176160
Hogares		42008	43663	46267	49983	55050

ELABORADO POR: el autor

Por lo tanto, la demanda proyectada expresada en dólares y considerando un consumo base semanal de \$8.02 el cual fue proyectado considerando la tasa de inflación del año 2011 (5.41%) es la siguiente:

Tabla 22

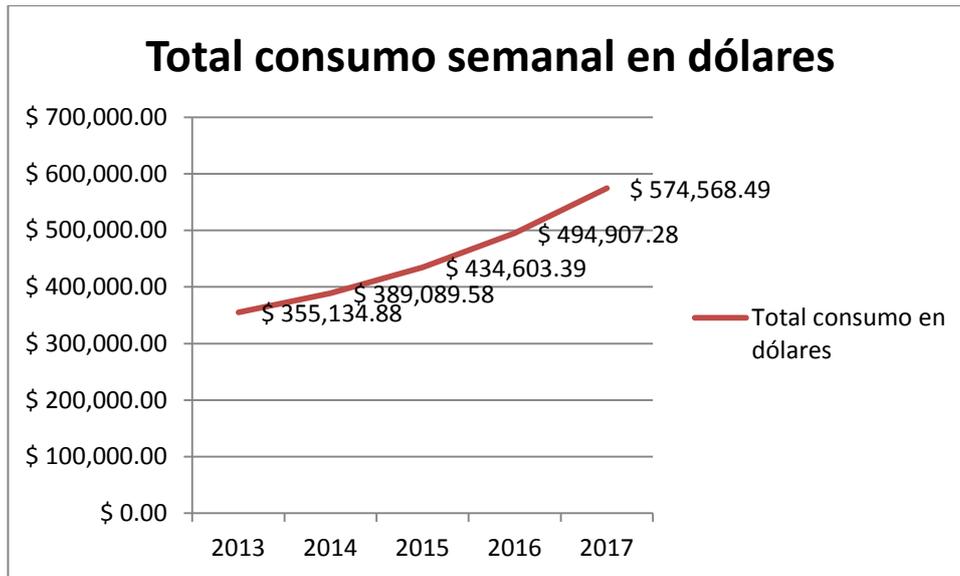
PROYECCIÓN DE CONSUMO DE LEGUMBRES Y CEREALES SEMANAL EN DÓLARES

Año	2013	2014	2015	2016	2017
Números de hogares	42008	43663	46267	49983	55050
Consumo en dólares	\$ 8,45	\$ 8,91	\$ 9,39	\$ 9,90	\$ 10,44
Total consumo	\$ 355.134,88	\$ 389.089,58	\$ 434.603,39	\$ 494.907,28	\$ 574.568,49

ELABORADO POR: el autor

Gráficamente:

GRÁFICO 17



Consumo anual:

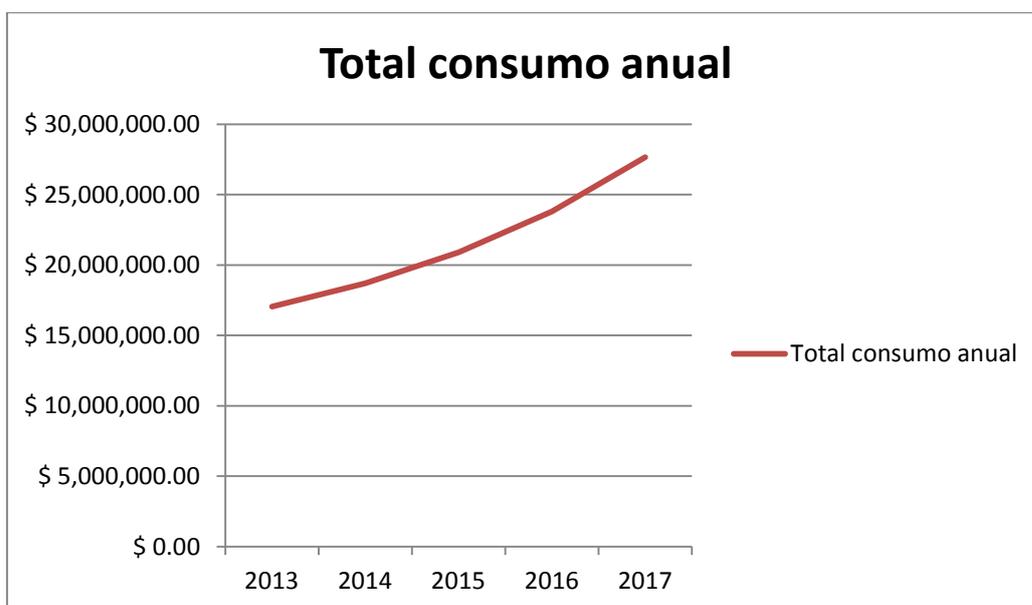
TABLA 23

PROYECCIÓN CONSUMO DE LEGUMBRES Y CEREALES ANUAL (EN DÓLARES)

	2013	2014	2015	2016	2017
Número hogares	42008	43663	46267	49983	55050
Consumo anual	\$ 17.046.474,28	\$ 18.676.299,99	\$ 20.860.962,62	\$ 23.755.549,38	\$ 27.579.287,52

ELABORADO POR: el autor

GRÁFICO 18



3.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA

3.5.1. FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA

Los factores que afectan la oferta son los siguientes:

- El precio de los insumos, en este caso el costo de producción agrícola
- La tecnología, considerando que a mayor tecnología existe un mayor ahorro de costos y por lo tanto mayor oferta.
- Para el caso específico de la producción agrícola, los cambios climáticos y otros sucesos naturales.
- Productos alternativos, ya que el agricultor puede producir otro tipo de productos utilizando la extensión de tierra y podría ser dedica a la siembra de legumbres y cereales

3.5.2. SITUACIÓN ACTUAL DE LA OFERTA

Para el cálculo de la oferta, se recurrió a la información proporcionada por el III CENSO NACIONAL AGROPECUARIO - RESULTADOS PROVINCIALES – IMBABURA, los resultados arrojan la siguiente información:

**TABLA 24
SUPERFICIE SEMBRADA Y COSECHADA DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS PROVINCIA DE
IMBABURA**

CULTIVOS ASOCIADOS	NÚMERO DE UPAs	SUPERFICIE SEMBRADA (Has.)	PRODUCTOS	SUPERFICIE COSECHADA (Has.)	PRODUCCIÓN (Tm.)
Fréjol seco - maíz suave seco	13.326	6.227	Fréjol seco	4.573	728
			Maíz suave seco	4.796	2.639
Fréjol seco - haba seca - maíz suave seco	2.098	660	Fréjol seco	511	85
			Haba seca	480	48
			Maíz suave seco	525	290
Fréjol tierno - maíz suave choclo	2.670	537	Fréjol tierno	382	162
			Maíz suave choclo	382	406
Otras leguminosas	1.155	752			
Otras hortalizas y legumbres	923	404			
Otros cereales para grano	786	391			

FUENTE: III censo nacional agropecuario - resultados provinciales – Imbabura

En relación a la información relativa a “otras leguminosas”, “otras hortalizas y legumbres” y “otros cereales para grano” no es posible conocer la producción dado que normalmente los pequeños agricultores utilizan aproximadamente 90% de sus cosechas para consumo interno o familiar, desde ese punto de vista, esa producción no sale al mercado haciendo imposible su cuantificación.

3.5.3. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar la oferta por legumbres y cereales de agricultores de la provincia de Imbabura, se tomó como base la información proporcionada por el Sistema de información nacional de agricultura, ganadería, agricultura y pesca que muestra censos a partir del año 1980, en esta se puede apreciar el número de unidades productivas agrícolas totales de la zona:

**TABLA 25
N° UPA'S PROVINCIA DE IMBABURA**

Año	1982	1990	2001	2010
UPA's	27501	29480	33893	33786

FUENTE: Sistema de información nacional de agricultura, ganadería, agricultura y pesca

Por otra parte, sabiendo que aproximadamente el 96.6% de las UPA's son destinadas al cultivo de legumbres y cereales de acuerdo a la siguiente tabla:

**TABLA 26
PRODUCCIÓN AGRÍCOLA PROVINCIA DE IMBABURA**

CULTIVOS ASOCIADOS	NÚMERO DE UPAS	SUPERFICIE SEMBRADA (Has.)	PRODUCTOS	SUPERFICIE COSECHADA (Has.)	PRODUCCIÓN (Tm.)
Fréjol seco - maíz suave seco	13.326	6.227	Fréjol seco	4.573	728
			Maíz suave seco	4.796	2.639
Fréjol seco - haba seca - maíz suave seco	2.098	660	Fréjol seco	511	85
			Haba seca	480	48
			Maíz suave seco	525	290
Fréjol tierno - maíz suave choclo	2.670	537	Fréjol tierno	382	162
			Maíz suave choclo	382	406
Otras leguminosas	1.155	752			
Otras hortalizas y legumbres	923	404			
Otros cereales para grano	786	391			
Frutales permanentes	422	305			
Permanentes de uso industrial	51	142			
Frutas cítricas	185	81			
Tubérculos	89	22			
Otros permanentes	8	*			

FUENTE: III censo nacional agropecuario - resultados provinciales – imbabura

Se puede estimar la oferta de la siguiente manera:

Situación actual:

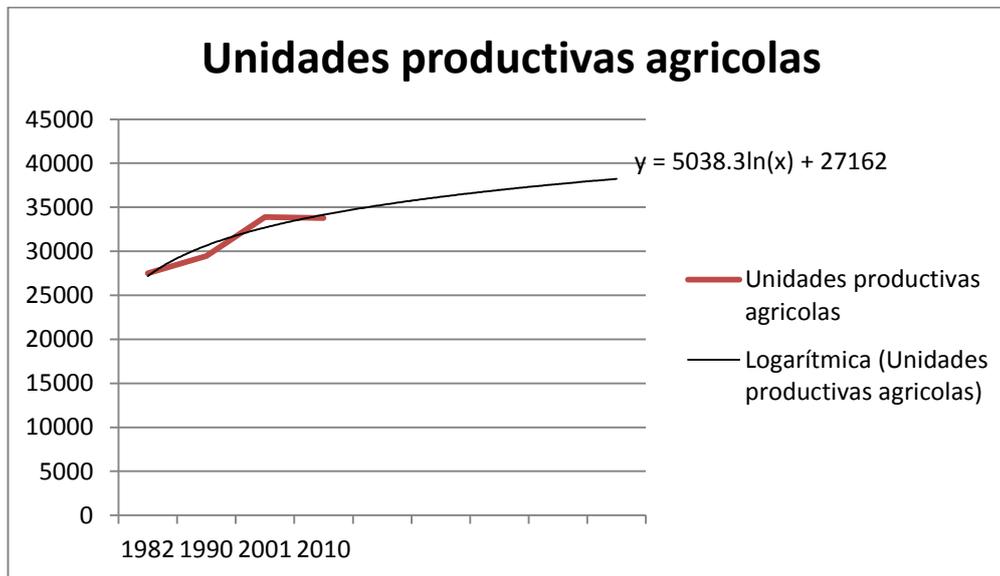
TABLA 27
CANTIDAD ACTUAL DE UPA'S PROVINCIA DE IMBABURA

Año	1982	1990	2001	2010	2011
UPA's total	27501	29480	33893	33786	35271
UPA's proyecto	26565,97	28477,68	32740,64	32637,28	34071,62

FUENTE: III censo nacional agropecuario - resultados provinciales - Imbabura

Gráficamente:

GRÁFICO 19



Para efectuar la proyección, se utilizó el método de proyección logarítmica puesto que los censos hasta el año 2010 no indican una tendencia lineal en el número de unidades productivas agrícolas de la provincia, la fórmula para efectuar el cálculo es la siguiente: $y = 5038.3 \cdot \ln(x) + 27162$; donde x es la variable tiempo (años) e Y el número de UPA's proyectado:

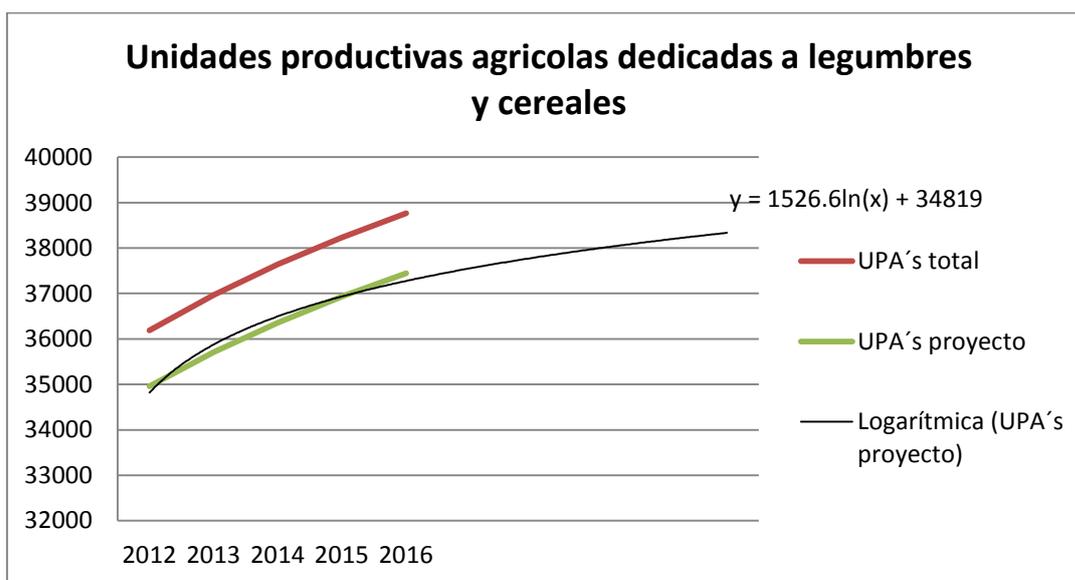
Proyección:

TABLA 28
PROYECCIÓN UPA'S PROVINCIA DE IMBABURA

Año	2012	2013	2014	2015	2016
UPA's total	36189	36966	37639	38232	38763
UPA's proyecto	34958,98	35709,23	36359,13	36932,38	37445,17

ELABORADO POR: el autor

GRÁFICO 20



Las cantidades proyectadas ofertadas se muestran a continuación, corresponde a la oferta de legumbres y cereales de los productores, es decir expresado en toneladas métricas (a granel):

Tabla 29

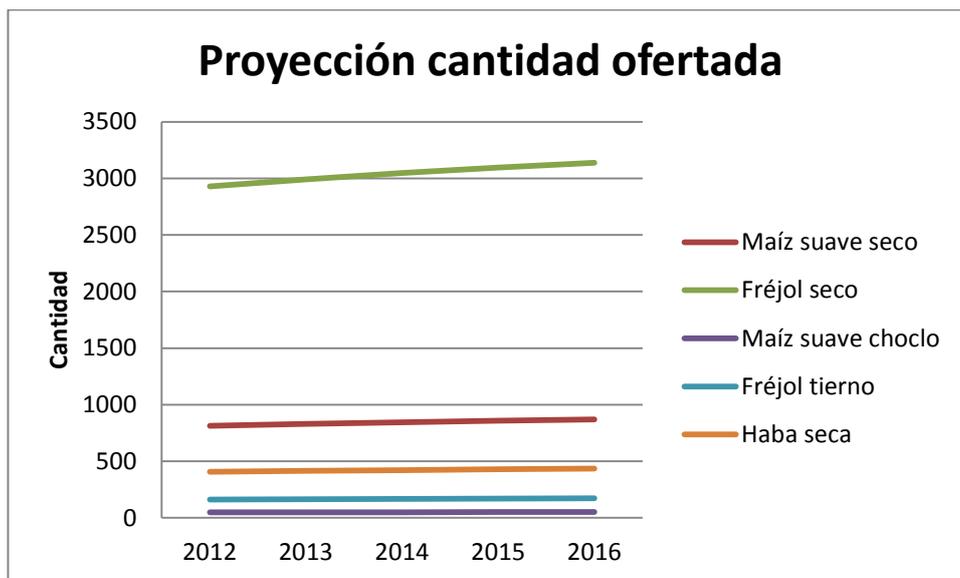
PRODUCCIÓN PROYECTADA TOTAL DE CEREALES Y LEGUMBRES EN LA PROVINCIA DE IMBABURA

Año	2012	2013	2014	2015	2016
UPA'S proyecto	34958,98	35709,23	36359,13	36932,38	37445,17
Fréjol seco	813	830,45	845,56	858,89	870,82
Maíz suave seco	2.929	2991,86	3046,31	3094,34	3137,30
Haba seca	48	49,03	49,92	50,71	51,41
Fréjol tierno	162	165,48	168,49	171,14	173,52
Maíz suave choclo	406	414,71	422,26	428,92	434,87

Elaborado por el autor

Gráficamente:

Gráfico 21



3.6 DEMANDA INSATISFECHA

De acuerdo a la investigación de campo, el 70% de los encuestados prefiere adquirir estos alimentos empacados, considerando que no existe en la provincia oferta de cereales y leguminosas envasada al vacío, la demanda insatisfecha corresponde al 70% de la demanda de la zona:

Tabla 30

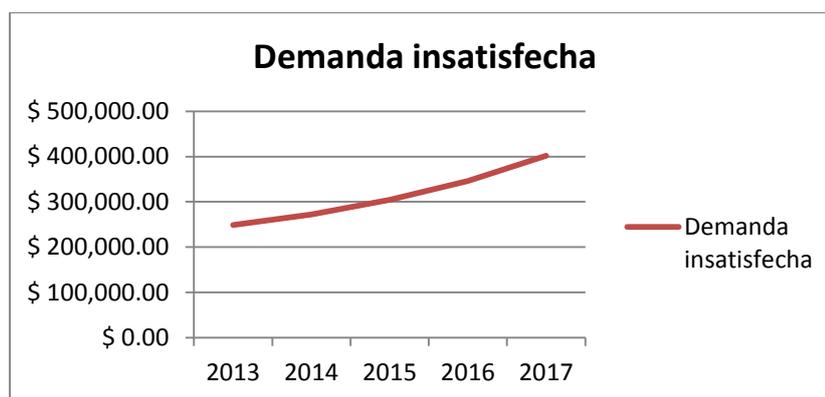
CALCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Año	2013	2014	2015	2016	2017
Demanda insatisfecha	\$ 248.594,42	\$ 272.362,71	\$ 304.222,37	\$ 346.435,10	\$ 402.197,94

Elaborado por el autor

Gráficamente:

Gráfico 22



3.6. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

De acuerdo a la información de campo realizada, el consumidor prefiere adquirir estos alimentos empaquetados, de preferencia en envases de 1 libra o 1 kilo, el motivo es la higiene que el envase le proporciona; en la ciudad de Ibarra existen innumerables lugares donde se pueden adquirir estos alimentos, desde pequeños comercios de barrio hasta el grandes supermercados, normalmente el producto se comercializa sin marca de origen, salvo en los supermercados que manejan una marca propia, tal es el caso de Supermaxi, Aki, Tia, Su comisariato, y otros más pequeños , estos alimentos se pueden adquirir igualmente granel o envasado; sin embargo aún no existe en el mercado ibarreño, productos como lo que se pretende ofertar en este proyecto es decir envasados al vacío, entonces el valor agregado que se da a estos alimentos de gran demanda por la población es en el aspecto higiénico y tiempo de conservación así que no existiría competencia directa del producto.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.0 INTRODUCCIÓN

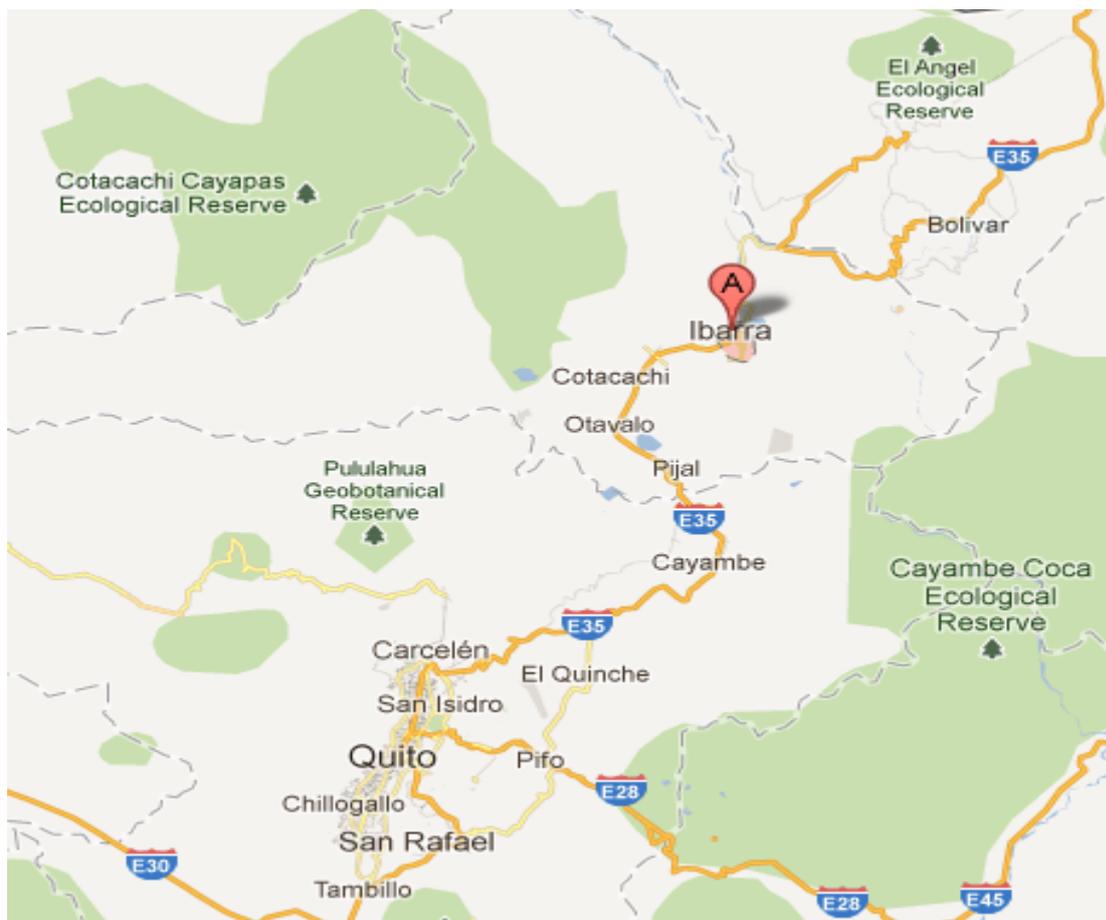
El estudio técnico tiene como objetivo determinar los componentes para implementar empresa, señalando cuáles son los factores relevantes de su tamaño, ubicación, equipamiento y distribución espacial de la empresa.

4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN

El proyecto se ubicará en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura de nuestro país, Ibarra es una ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador conocida históricamente como "La ciudad blanca" por sus fachadas y por los asentamientos de españoles en la villa.

Ilustración 1

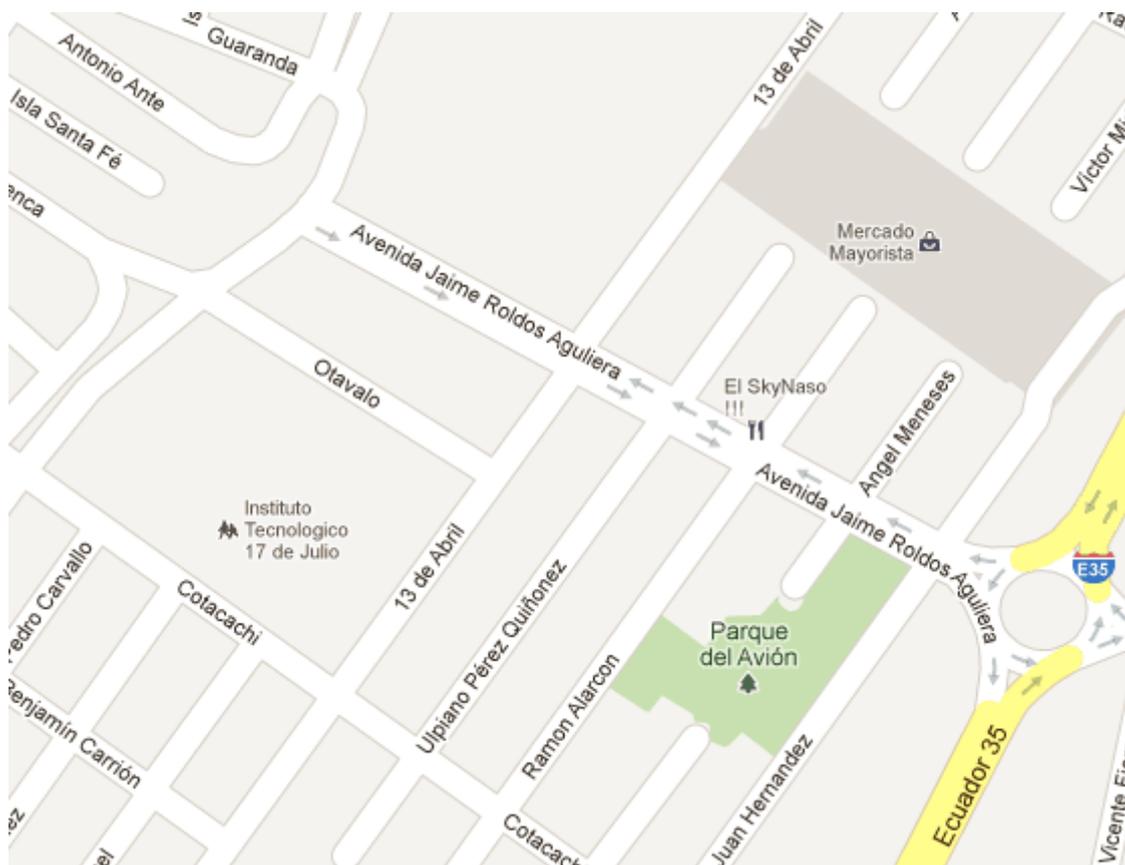


FUENTE: Google Maps

4.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN

Desde el aspecto micro, el proyecto se encontrará ubicado en Ciudadela Simón Bolívar, sector mercado mayorista:

Ilustración 2



FUENTE: Google Maps

4.2. DISEÑO DE INFRAESTRUCTURA

La infraestructura del centro propuesto deberá contar con instalaciones adecuadas para cumplir con los objetivos propuestos, se plantea comercializar cereales y leguminosas por lo que es necesario contar con amplios espacios para la exhibición y almacenaje de los alimentos, de esta forma, el establecimiento cuenta con una superficie total de 176.63 Mts², con una superficie útil de 158.67 Mts² y tapa grada con 19.96 Mts², la superficie útil se reparte de la siguiente manera:

Almacén atención al público	59.40 Mts ²
Oficina y baños	25.00 Mts ²

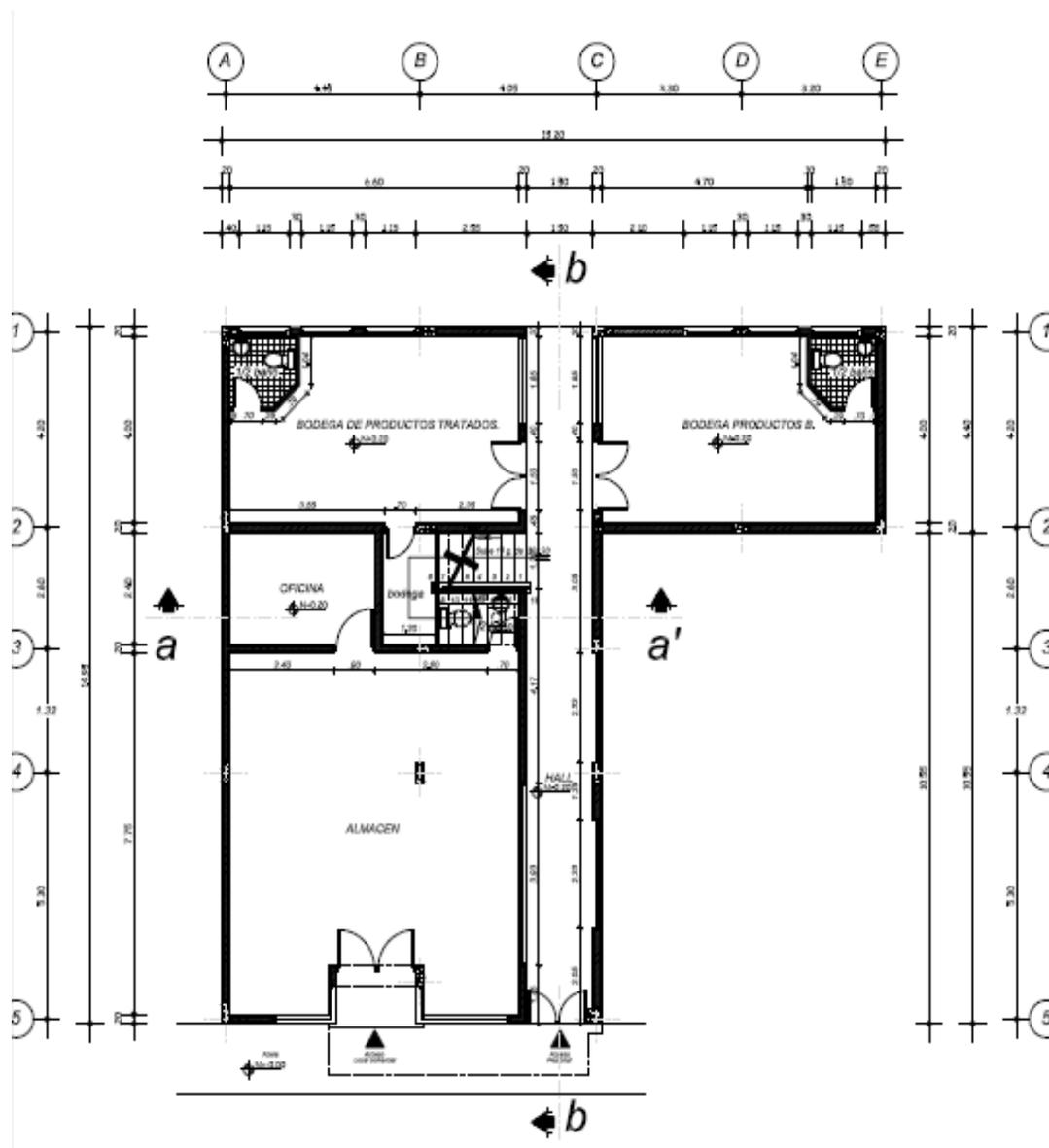
Bodega almacenamiento 63 Mts²

Otros servicios 11.27 Mts²

El siguiente es el plano de las construcciones:

4.2.1. DESCRIPCIÓN DE INSTALACIONES

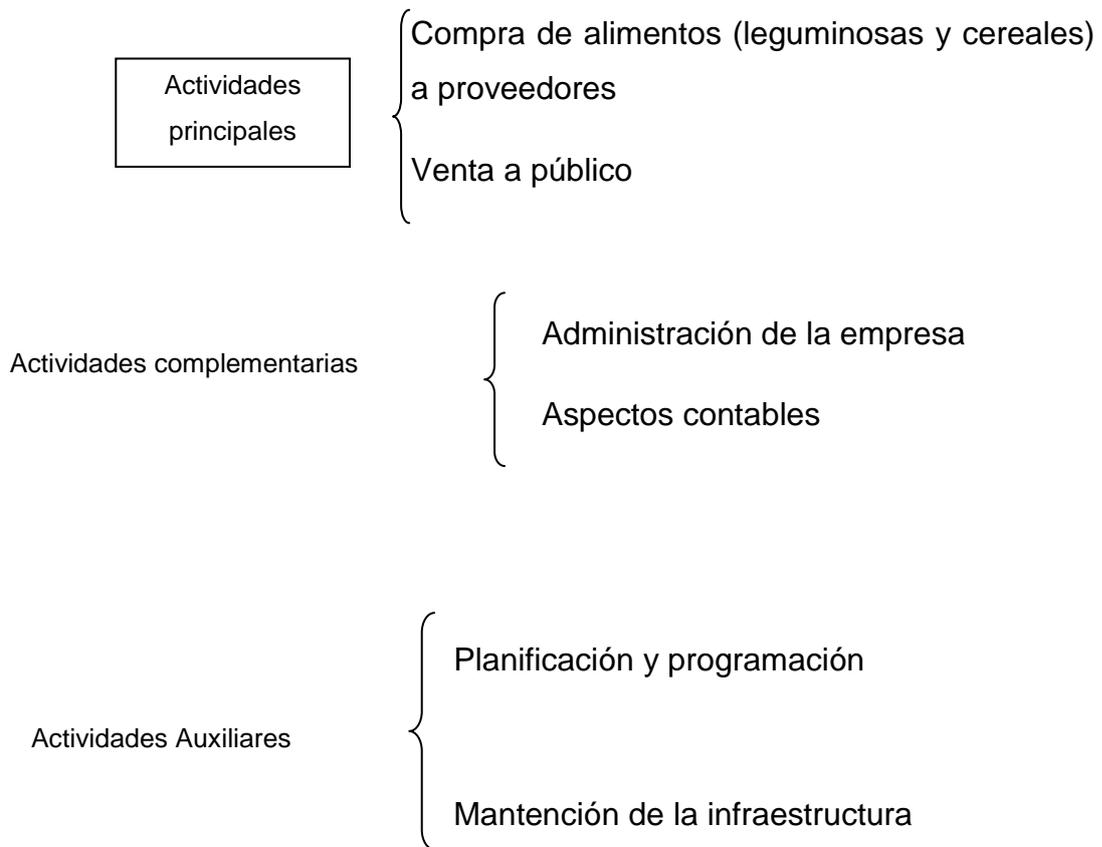
Ilustración 3: CROQUIS DE INSTALACIONES



ELABORADO POR: Cesar López

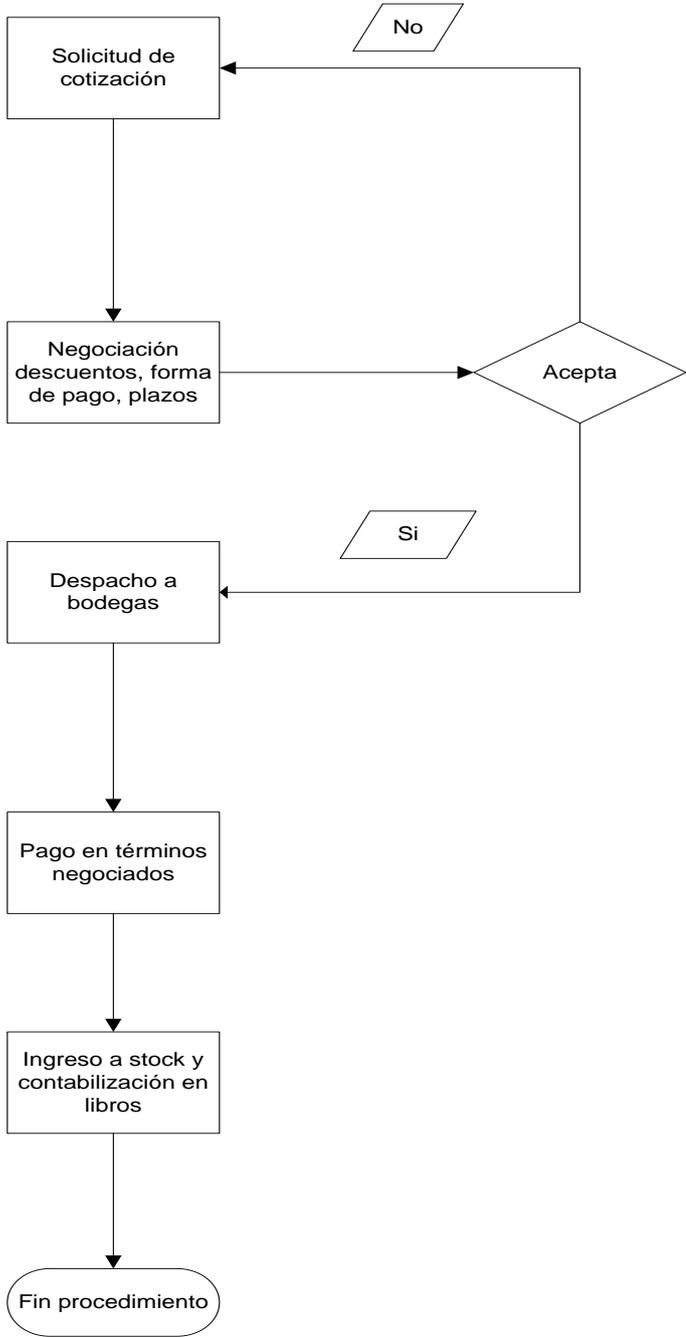
4.3. FLUJOGRAMA DE PROCESOS

La actividad de la empresa consta de dos procesos comerciales: la fase de adquisición, es decir la compra de los productos para su posterior comercialización y la fase de venta, cada una de estas fases tiene actividades que se pueden definir así:

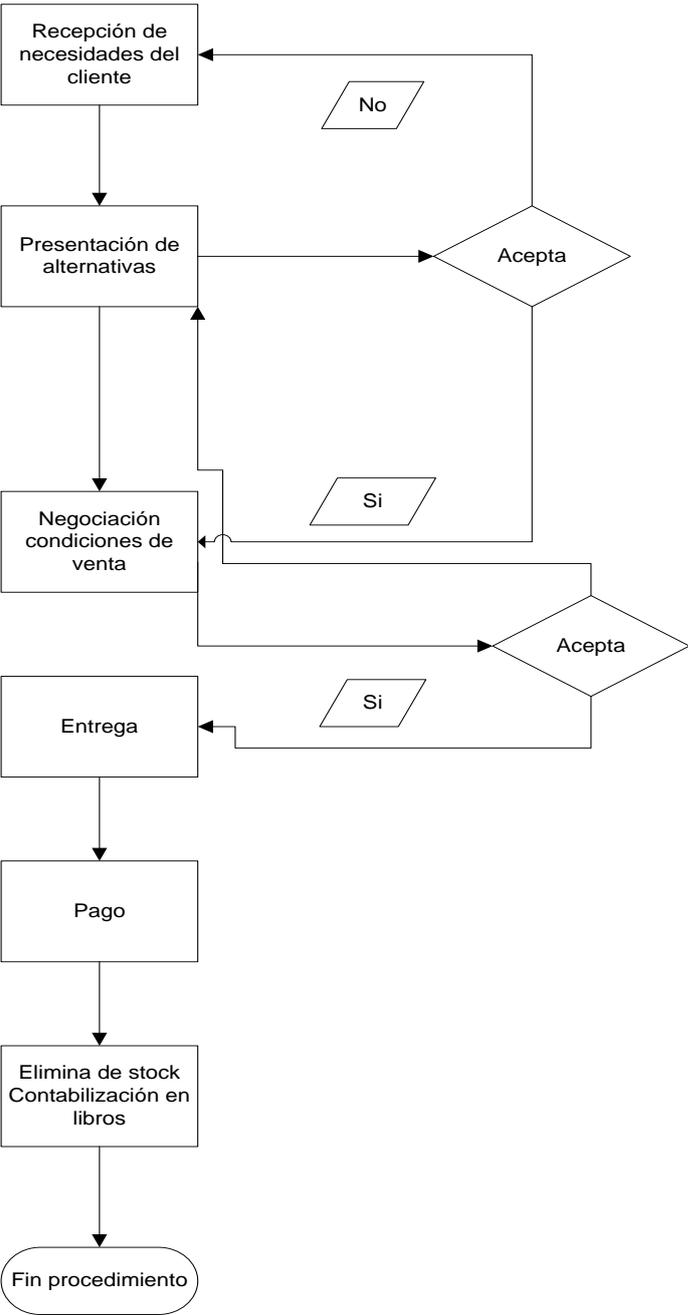


De esta forma, el proceso típico de compra o venta será:

Procedimiento de compra



Procedimiento de venta



Procedimiento operativo



4.4. TAMAÑO DEL PROYECTO

En relación al tamaño del proyecto, se analizará desde dos puntos de vista:

A. Inversiones

B. Demanda

A. En relación a las inversiones estas ascienden a un total de \$95.648,41 de acuerdo a la siguiente tabla:

TABLA 31
DETALLE DE INVERSIONES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNITARIO	V. TOTAL
Inventario			10000
INV. FIJAS			
Terreno(M2)	180 Mts		20.000,00
Construcción(M2)	176,63 Mts		52.989,00
MUEBLES Y ENSERES DE OPERACIÓN			4.250,00
Mostrador	1	250	250,00
Estanterías	100 Mts	40	4.000,00
MUEBLES DE OFICINA			480,00
Escritorio ejecutivo	1	150	150,00
Archivador	1	30	30,00
sillas ejecutivas	3	100	300,00
EQUIPOS DE OPERACIÓN			5.100,00
Balanzas	3	100	300,00
Pesas	3	100	300,00
Empacadora al vacio	1	4500	4.500,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			1.320,00
Teléfono fax	1	120	120,00
Computadora c/ impresora	1	700	700,00
Registradora	1	500	500,00
INVERSIONES DIFERIDAS			1.000,00
Gastos de proyecto			1.000,00
CAPITAL DE TRABAJO			5.609,41
SUBTOTAL			95.139,00
TOTAL INVERSIÓN			100.748,41

ELABORADO POR: el autor

Se debe dejar presente que el capital de trabajo es el necesario para cubrir 3 meses de operación de acuerdo a la siguiente tabla:

TABLA 32**DETALLE DE CAPITAL DE TRABAJO**

	Anual	Mensual	Capital de trabajo
Servicios básicos	680,4	56,7	170,1
Sueldos	21757,2	1813,1	5439,3
Total	22437,6	1869,8	5609,4

ELABORADO POR: el autor

Detalle de servicios básicos:

Tabla 33**DETALLE DE SERVICIOS BÁSICOS**

Año/Rubro	2012	2013	2014	2015	2016
Agua	50,40	53,16	56,06	59,13	62,37
Luz	120,00	126,56	133,49	140,79	148,49
Gas	30,00	31,64	33,37	35,20	37,12
Teléfono/internet	360,00	379,69	400,46	422,37	445,47
Papelería	120,00	126,56	133,49	140,79	148,49
Total	680,40	717,62	756,87	798,27	841,94

B. Demanda:

El proyecto pretende cubrir el 1% de la demanda total de cereales y leguminosas (consultar capítulo III) de la ciudad de Ibarra de acuerdo a la siguiente tabla:

TABLA 34**VENTAS PROYECTADAS**

Periodo	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Demanda total de la ciudad	15862272	17056177	18697567	20896567	23809682	27657868
Ventas del proyecto	158622,72	170561,77	186975,67	208965,67	238096,82	276578,68

ELABORADO POR: el autor

La ejecución del proyecto requerirá de los siguientes recursos:

a. Talento humano:

TABLA 35
NECESIDADES DE TALENTO HUMANO

DENOMINACIÓN-CARGO	NÚMERO
Administrador	1
Vendedores	2
Operador	1
Contador (out sourcing)	1
Total	5

ELABORADO POR: el autor

Detalle de sueldos y salarios:

Administrador:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	6000,00	6324,60	6666,76	7027,43	7407,62
Aporte Patronal	561,00	591,35	623,34	657,06	692,61
Fondos de Reserva	500,00	527,05	555,56	585,62	617,30
Décimo Tercero	500,00	527,05	555,56	585,62	617,30
Décimo Cuarto	292,00	307,80	0,00	0,00	0,00
Total	7853,00	8277,85	8401,23	8855,74	9334,83

ELABORADO POR: el autor

Vendedores y operario.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	10548,00	11118,65	11720,17	12354,23	13022,59
Aporte Patronal	986,24	1039,59	1095,84	1155,12	1217,61
Fondos de Reserva	879,00	926,55	976,68	1029,52	1085,22
Décimo Tercero	879,00	926,55	976,68	1029,52	1085,22
Décimo Cuarto	292,00	307,80	324,45	342,00	360,50
Total	13584,24	14319,15	15093,81	15910,39	16771,14

ELABORADO POR: el autor

Contador:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gasto	320,00	337,31	355,56	374,80	395,07
Total	320,00	337,31	355,56	374,80	395,07

ELABORADO POR: el autor

Cuadro resumen:

TABLA 36

CUADRO RESUMEN SUELDOS Y SALARIOS

	2012	2013	2014	2015
Administrador	7853,00	8277,85	8401,23	8855,74
Vendedores	13584,24	14319,15	15093,81	15910,39
Contador	320,00	337,31	355,56	374,80
Total	21757,24	22934,30	23850,60	25140,92

ELABORADO POR: el autor

Cabe mencionar que la proyección de sueldos y salarios considera un reajuste anual equivalente a la tasa de inflación del último año conocida (año 2012, 5,41%)

b. Inversión en activos

La inversión en activos se ilustra en la siguiente tabla:

**TABLA 37
INVERSIÓN EN ACTIVOS CIRCULANTE Y FIJO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNITARIO	V. TOTAL
Inventario			10000
INV. FIJAS			
Terreno(M2)	180 Mts		20.000,00
Construcción(M2)	176,63 Mts		52.989,00
MUEBLES Y ENSERES DE OPERACIÓN			4.250,00
Mostrador	1	250	250,00
Estanterías	100 Mts	40	4.000,00
MUEBLES DE OFICINA			480,00
Escritorio ejecutivo	1	150	150,00
Archivador	1	30	30,00
sillas ejecutivas	3	100	300,00
EQUIPOS DE OPERACIÓN			5.100,00
Balanzas	3	100	300,00
Pesas	3	100	300,00
Empacadora al vacío	1	4500	4.500,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			1.320,00
Teléfono fax	1	120	120,00
Computadora c/ impresora	1	700	700,00
Registradora	1	500	500,00
INVERSIONES DIFERIDAS			1.000,00

ELABORADO POR: el autor

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5.1. PRESUPUESTO

5.1.1. INVERSIÓN INICIAL

Para la ejecución del proyecto se deberán realizar las siguientes inversiones:

TABLA 38
DETALLE DE INVERSIONES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNITARIO	V. TOTAL
Inventario			10000
INV. FIJAS			
Terreno(M2)	180 Mts		20.000,00
Construcción(M2)	176,63 Mts		52.989,00
MUEBLES Y ENSERES DE OPERACIÓN			4.250,00
Mostrador	1	250	250,00
Estanterías	100 Mts	40	4.000,00
MUEBLES DE OFICINA			480,00
Escritorio ejecutivo	1	150	150,00
Archivador	1	30	30,00
sillas ejecutivas	3	100	300,00
EQUIPOS DE OPERACIÓN			5.100,00
Balanzas	3	100	300,00
Pesas	3	100	300,00
Empacadora al Vacío	1	4500	4.500,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			1.320,00
Teléfono fax	1	120	120,00
Computadora c/ impresora	1	700	700,00
Registradora	1	500	500,00
INVERSIONES DIFERIDAS			1.000,00
Gastos de proyecto			1.000,00
CAPITAL DE TRABAJO			5.609,41
SUBTOTAL			95.139,00
TOTAL INVERSIÓN			100.748,41

ELABORADO POR: el autor

5.2. DE OPERACIÓN

5.2.1. INGRESOS

Los ingresos están constituidos por las ventas anuales para el primer año de \$1578.623 en base a una participación de mercado del 1% del total de ventas de legumbres y cereales de la ciudad de Ibarra, sus incrementos se han realizado para cinco años con un reajuste anual equivalente a la tasa de inflación del último año conocida (año 2012, 5,41%)

TABLA 39

DETALLE INGRESOS PROYECTADOS

INGRESOS PROYECTADOS		
Año	Mensual	Anual
2012	13.218,56	158.622,72
2013	14.213,48	170.561,77
2014	15.581,31	186.975,67
2015	17.413,81	208.965,67
2016	19.841,40	238.096,82

ELABORADO POR: el autor

5.2.2. EGRESOS

Costo de operación:

TABLA 40

DETALLE COSTOS DE OPERACIÓN

COSTO OPERACIÓN PROYECTADO		
Año	Mensual	Anual
2012	5.948,35	71.380,22
2013	6.396,07	76.752,80
2014	7.011,59	84.139,05
2015	7.836,21	94.034,55
2016	8.928,63	107.143,57

ELABORADO POR: el autor

a. Gastos generales y publicidad

En el siguiente cuadro se observa el detalle de los gastos generales y de publicidad que se necesita para desarrollar las actividades de la micro empresa:

TABLA 41
DETALLE GASTOS GENERALES Y PUBLICIDAD

Gastos generales y publicidad		
DETALLE	VALORES	
	MENSUAL	ANUAL
Sueldos	1813,10	21757,24
Servicios Básicos	56,70	680,40
Gastos Publicidad	83,33	1000
TOTAL	1953,14	23437,64

ELABORADO POR: el autor

b. Sueldos y salarios

A continuación se detalla los sueldos y salarios que incurrirá anualmente la Empresa.

TABLA 42
DETALLE ROL DE PAGOS

ROL DE PAGOS ESTIMADO DEL TALENTO HUMANO								
Detalle	Cantidad	Mensual	Anual	IESS	13	14	Fondo reserva	Total
Administrador	1	\$ 500,00	\$6000	\$561,00	\$ 500,00	\$ 293,00	\$ 500,00	\$ 7.854,00
Vendedores y operario	3	\$ 293,00	\$10548,00	\$986,24	\$879,00	\$292,00	4879,00	\$13584,24
Contador	1	\$27	\$320					\$320
Total		\$ 819,67	16.868,00	\$ 1.547,24	\$ 1.379,00	\$ 585,00	\$ 1.379,00	21.758,24

ELABORADO POR: el autor

Los sueldos y salarios están proyectados para cinco años según se detalla en el estado de resultados en base al porcentaje del incremento salarial con un reajuste anual equivalente a la tasa de inflación del último año conocida (año 2012, 5,41%)

c. Depreciaciones

El cálculo de la depreciación se ha realizado en base al método de depreciación en Línea Recta que es permitido en el Ecuador.

TABLA 43
ACTIVOS DEPRECIABLES

CONCEPTO	MONTO	PLAZO	DEPRECIACIÓN
Muebles equipos operación	4.250,00	5	850
Muebles oficina	480,00	5	96
Equipos operación	5.100,00	3	1700
Equipos computación	1.320,00	3	440,00
Construcciones	52.989,00	20	2649,45
Inversiones diferidas	1000	3	333,33
TOTAL	65.139,00		6068,78

ELABORADO POR: el autor

De esta forma, los montos de depreciación proyectados son los siguientes:

TABLA 44
DETALLE DEPRECIACIONES

2013	2014	2015	2016
6068,78	6068,78	3595,45	3595,45

ELABORADO POR: el autor

d. Tabla de amortización

Para cubrir el valor de la inversión la empresa accederá a un crédito con el Banco nacional de fomento por un valor de \$75.561,3 a una tasa referencial del Banco Central para el año 2012 de 11% para un plazo de 10 años.

TABLA 45

TABLA DE AMORTIZACIONES

Periodo	Capital	Interés	Monto	Saldo insoluto
0				75.561,3
1	7556,13071	8462,87	16019,00	68.005,2
2	7556,13071	7616,58	15172,71	60.449,0
3	7556,13071	6770,29	14326,42	52.892,9
4	7556,13071	5924,01	13480,14	45.336,8
5	7556,13071	5077,72	12633,85	37.780,7
6	7556,13071	4231,43	11787,56	30.224,5
7	7556,13071	3385,15	10941,28	22.668,4
8	7556,13071	2538,86	10094,99	15.112,3
9	7556,13071	1692,57	9248,70	7.556,1
10	7556,13071	846,29	8402,42	0,0
Total	75561,3071	46545,77	122107,07	
Alícuota		4654,58	12210,71	

ELABORADO POR: el autor

5.2.3. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

El proyecto será financiado de acuerdo a la siguiente tabla:

TABLA 46

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

		Porcentaje	Costo	Costo capital
Inversión total	100.748,41	100%		
Recursos Propios	25.187,10	25%	7,00%	1,75%
Deuda	75561,31	75%	11,20%	8,40%
Inflación				5,47%
Total	100.748,41	100%		15,62%

ELABORADO POR: el autor

Por lo tanto, el proyecto en relación a su financiamiento se determina que para cubrir sus necesidades de financiamiento la empresa recurrirá a:

- | | | |
|-------------------------------------|---------------------|-----|
| 1. Inversión con recursos propios : | \$ 25.187,41 | 25% |
| 2. Inversión con crédito: | \$75.561,31 | 85% |
| TOTAL | \$100.748,41 | |

5.3. ESTADOS FINANCIEROS

5.3.1. ESTADO DE RESULTADO

TABLA 47
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) INGRESOS					
INGRESOS	158623	170562	186976	208966	238097
OTROS INGRESOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL INGRESOS	158623	170562	186976	208966	238097
(-) EGRESOS					
COSTO PRODUCCIÓN	71380,22	76752,80	84139,05	94034,55	107143,57
Utilidad Bruta	87242,50	93808,97	102836,62	114931,12	130953,25
GASTO ADMINISTRATIVO	22437,64	23664,98	24634,63	25982,15	27403,37
Publicidad	1000,00	1054,90	1112,81	1173,91	1238,36
DEPRECIACIÓN	6068,78	6068,78	6068,78	3595,45	3595,45
GASTOS FINANCIEROS	12210,71	12210,71	12210,71	12210,71	12210,71
TOTAL EGRESOS	41717,13	42999,37	44026,94	42962,21	44447,88
Utilidad Operacional	45525,37	50809,61	58809,68	71968,91	86505,37
15% Part. Trab.	6828,81	7621,44	8821,45	10795,34	12975,81
RESULTADO ANTES IMPUESTOS	38696,56	43188,17	49988,23	61173,57	73529,56
(-) IMPUESTO RENTA	9287,17	10365,16	11997,18	14681,66	17647,10
RESULTADO EJERCICIO	29409,39	32823,01	37991,05	46491,91	55882,47

ELABORADO POR: el autor

El Estado de Resultados se encuentra proyectado para cinco años, la utilidad neta del primer año será de 29.409,39; el segundo año la utilidad será de 32.823,01, el tercer año será de 37.991,05, el cuarto año será de 46.491,91 y el quinto año será de 55.882,4

5.3.2. FLUJO NETO DE FONDOS

Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto.

TABLA 48
FLUJO NETO DE FONDOS PROYECTADO

DESCRIPCIÓN	Año 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN	-100.748,41					
UTILIDAD OPERACIONAL		45525,37	50809,61	58809,68	71968,91	86505,37
(+) DEPRECIACIÓN		6068,78	6068,78	6068,78	3595,45	3595,45
(-) REINVERSIÓN						
(-) PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		6828,81	7621,44	8821,45	10795,34	12975,81
(-) IMPUESTO A LA RENTA		9287,17	10365,16	11997,18	14681,66	17647,10
(+) VENTA DE ACTIVOS						
FLUJO NETO	-100.748,41	35478,17	38891,79	44059,84	50087,36	59477,92

ELABORADO POR: el autor

5.3.3. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.3.3.1. DETERMINACIÓN DE LA TASA DE COSTO DE CAPITAL

Para realizar la evaluación financiera es necesario conocer la tasa a la cual se actualizarán los flujos quedando concluida de esta manera:

TABLA 49
DETERMINACIÓN COSTO DE CAPITAL

		Porcentaje	Costo	Costo capital
Inversión total	100.748,41	100%		
Recursos Propios	25.187,10	25%	7,00%	1,75%
Deuda	75561,31	75%	11,20%	8,40%
Inflación				5,47%
Total	100.748,41	100%		15,62%

ELABORADO POR: el autor

5.3.4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

5.3.4.1. VALOR ACTUAL NETO

**TABLA 50
CÁLCULO VALOR ACTUAL NETO**

VAN	II	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	- 100.748,41	35478,17	38891,79	44059,84	50087,36	59477,92
Costo capital 15,62%		1,1562	1,3368	1,5456	1,7870	2,0662
Flujo actualizado	- 100.748,41	30685,15	29093,23	28506,51	28028,27	28786,64
Suma flujos actualizados	44.351,39					

ELABORADO POR: el autor

Actualizando los flujos proyectados del proyecto a la tasa de costo de capital calculada en la tabla 51, se obtiene un Valor Actual Neto positivo, esto es, la diferencia entre los flujos proyectados actualizados y la inversión inicial necesaria para la ejecución del proyecto y es positiva, lo que indica que se obtiene una utilidad considerable lo que avala su ejecución.

5.3.4.2. TASA INTERNA DE RETORNO

Para el cálculo de la tasa interna de retorno se utilizó la siguiente fórmula:

$$TI + (Ts - Ti) \times \frac{VANT_i}{VANT_i - VANT_s}$$

	II	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	-100748,41	35478,17	38891,79	44059,84	50087,36	59477,92
Tasa actualización 7%		1,07	1,14	1,23	1,31	1,40
Flujo actualizado	-100748,41	33157,17	33969,59	35965,95	38211,41	42406,93
Suma flujos actualizados	82.962,65					

ELABORADO POR: el autor

Si a los flujos actualizados a la tasa de costo de oportunidad del inversionista se les descuenta la inversión inicial del proyecto se obtiene un saldo claramente positivo, esta VAN al costo de oportunidad del accionista es un dato fundamental para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno de acuerdo a la fórmula utilizada para su cálculo.

VAN calculado a tasa del crédito, 15.62%

	II	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	-100748,41	35478,17	38891,79	44059,84	50087,36	59477,92
Tasa actualización 15,62%		1,156	1,337	1,546	1,787	2,066
Flujo actualizado	-100748,41	30685,15	29093,23	28506,51	28028,27	28786,64
Suma flujos actualizados	44.351,39					

ELABORADO POR: el autor

Reemplazando en la fórmula se obtiene:

$$Tir = 0.07 + 0.1562 - 0.07 * \frac{82.962,65}{(82.962,65 - 44.351,39)}$$

La TIR calculada utilizando la fórmula anterior arroja un 25.52%, esta tasa es superior a la tasa de costo de capital por lo que este indicador financiero avala la ejecución del proyecto.

5.3.4.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Para el cálculo de este indicador se utilizó el siguiente cuadro:

TABLA 51

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

ANOS	INVERSION	INGRESOS	COSTOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS	Saldo	Recuperación capital
Tasa Act.				15,62	15,62		-100.748,41
0	-100.748,41						
1		158623	113097,35	137193,15	97818,15652	39375,0	-140123,4
2		170562	119752,16	127589,7434	89581,31629	77383,4	-62740,0
3		186976	128165,99	120972,3739	82922,78826	115433,0	52693,0
4		208966	136996,76	116934,6132	76661,70006	155705,9	208398,9
5		238097	151591,45	115236,1579	73368,54163	197573,5	405972,5
Total	100.748,41	963222,65	649603,72	617926,0384	420352,5028		

ELABORADO POR: el autor

De lo anterior se deduce que la inversión se recupera al segundo periodo más 198 días

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

La fórmula para determinar este indicador es la siguiente:

$$\text{Relación } \frac{B}{C} = \frac{\text{suma ingresos actualizados}}{\text{suma egresos actualizados} + \text{inversion inicial}}$$

$$RBC = \frac{617.926,03}{(420.352,50 + 100.748,41)}$$

RBC=1,18, lo que significa que por cada dólar gastado se recuperan \$0,18

CAPÍTULO VI

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

6.1. DENOMINACIÓN DE LA EMPRESA

“Alimentos para nosotros”

6.2. BENEFICIARIOS

Como beneficiarios directos de esta actividad comercial los colaboradores del proyecto, empleados, socios, familiares, quienes, a no dudarlo, serán los primeros beneficiarios en cuanto a ser socios fundadores.

En cuanto a beneficiarios indirectos o clientes potenciales constan el resto de la sociedad ibarreña quienes verán aumentar la oferta de productos alimenticios con un marcado énfasis en la higiene, la empresa ofertará un producto nuevo con claras ventajas sobre los alimentos sustitutos

6.4. SECTOR ECONÓMICO.

La Micro-empresa planteada se ubica dentro del sector comercial.

El tipo de actividad a desplegar es la venta de leguminosas y cereales envasados al vacío.

Se trata de una microempresa comercial, que para su puesta en marcha obtendrá recursos de sus fundadores y del mercado financiero formal.

6.5. MISIÓN

Fomentar el consumo en seres humanos de alimentos sanos y baratos poniendo especial énfasis en la higiene mediante la utilización de tecnología de punta para su envasado al vacío, considerando al talento humano que colabore en la empresa como su recurso más importante.

6.6. VISIÓN

En un plazo de cinco años ser la principal empresa que abastezca a los habitantes de la ciudad de Ibarra de una alternativa higiénica de leguminosas y cereales, envasados mediante sistemas que eviten la proliferación de microorganismos logrando posicionar estos alimentos como la mejor alternativa alimenticia

6.6.1. OBJETIVO GENERAL

Dar a conocer nuestros productos a sus consumidores mediante su comercialización en los más prestigiosos establecimientos del ramo de la ciudad de Ibarra logrando una rentabilidad para el accionista superior al costo de capital durante el año 2013.

6.7. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA MICRO EMPRESA

El problema o necesidad que este proyecto intenta resolver se resume de la siguiente manera:

Mejorar la higiene de los envases de leguminosas y cereales para consumo humano ofreciendo al mercado un producto envasado al vacío.

6.7.1. ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DE LA EMPRESA.

La estructura organizativa de la empresa está diseñada para el logro de los objetivos y metas previstas y cumplir con las proyecciones económicas que se espera de su funcionamiento, así como también lograr la mayor rentabilidad de las inversiones que se incurre en el proyecto.

La organización es una actividad básica de la administración que sirve para agrupar y estructurar todos los recursos, con el fin de alcanzar los objetivos predeterminados; de todos los recursos el elemento humano es el más importante.

La función de organizar consta de cuatro componentes:

- Tareas
- Personas
- Relaciones
- Órganos o Unidades departamentales.

La organización es el establecimiento de la estructura necesaria para la sistematización racional de los recursos, mediante la determinación de jerarquías, correlación y agrupación de actividades; con el fin de poder realizar y simplificar las funciones del grupo que conforma la empresa.

6.7.2. TIPO DE EMPRESA Y REQUISITOS PARA SU CONFORMACIÓN Y LEGALIZACIÓN.

a) Tipo de empresa.

En este punto se desarrollaran los aspectos fundamentales para la formación del ente jurídico y la celebración de la escritura o estatuto de constitución:

1. Ente Jurídico.- Se constituirá como Empresa unipersonal de responsabilidad limitada.

2. Obligación social.- Los dueño responderá individualmente hasta por el monto del capital de la empresa;
3. Desarrollo de las actividades.- Las actividades de comercio y servicios de la empresa se realizará bajo el nombre de “Alimentos para nosotros”;
4. Objetivo social.- Comercializar alimentos envasados al vacío.
5. Capital.- El aporte de capital inicial del dueño será de \$500 y un crédito por 71.736 otorgado por el Banco Nacional de Fomento a 10 años a una tasa del 11.20% anual.
6. Tiempo para la que se constituye.- La compañía tendrá una duración de 30 años;
7. Domicilio.- El domicilio será en la Ciudadela Simón Bolívar, sector mercado mayorista
8. Fondo de reserva.- Se creará un fondo de reserva de hasta el 20% del capital social;
9. La creación de la empresa se realizará por medio de una escritura pública o Estatuto, en el cual se establecerá todo lo expuesto en los puntos anteriores y todo lo que obligue la Ley.
10. Esta escritura será otorgada por el gerente propietario solicitando a uno de los jueces de lo civil de la ciudad de Ibarra su aprobación e inscripción en el registro mercantil de dicho domicilio
11. y se publicará el extracto de la escritura en un periódico de la ciudad de Ibarra;

b) Requisitos para la conformación y permisos de Funcionamiento

Los requisitos para su funcionamiento son los siguientes:

- Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Patente municipal que es el permiso obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.
- Formulario de declaración de patentes.
- Formulario para categorización.

Los aspectos que contendrá el Acta de Constitución y Estatuto de la microempresa son

- Comparecientes.
- Determinación del objeto o fines.
- Domicilio.
- Plazo o vigencia.
- Seguridad del aporte económico.
- Administración.
- Remuneraciones.
- Ganancia o pérdidas.
- Reserva legal.
- Fiscalización.
- Terminación de actividades.

Para la obtención del permiso de de la patente municipal de funcionamiento anual y los impuestos respectivos que correspondan se acudirá al departamento de planificación del Municipio de Ibarra.

En lo relacionado al Servicio de Rentas Internas, el requisito es obtener el RUC y la autorización para la emisión de las facturas, como las declaraciones mensuales del impuesto al valor agregado (IVA) y anualmente realizar la declaración del impuesto a la renta.

En el Cuerpo de Bomberos de Ibarra se solicitará el respectivo permiso de funcionamiento cumpliendo con los requisitos exigidos por este cuerpo.

6.7.3. ESTRUCTURA FUNCIONAL

Gerente General:

- Organizar las actividades en cada una de las áreas determinadas de manera que se de un eficiente aprovechamiento de los recursos existentes: humano, material y económico.

- Decidir y realizar contratos con los clientes y proveedores.
- Contratar, remover y sancionar al personal de la empresa.
- Responder por la marcha administrativa, operativa y financiera de la empresa.

Contador:

- Preparar y reproducir informes, cartas, oficios.
- Realizar las actividades de orden laboral encomendadas por la gerencia.
- Atención a clientes y proveedores.
- Participar en las sesiones con voz informativa.
- Organizar, vigilar y atender los servicios generales y requerimientos de la administración de la empresa.
- Recepción y entrega de documentos.

Vendedores

- Ventas directas a los clientes
- Control y supervisión del proceso administrativo en todas sus fases.
- Responsable del registro y almacenamiento de los materiales e insumos.
- Responsable de la entrega y recepción de los equipos y demás utensilios que se utilicen en el desarrollo del proyecto.
- Realizar informes sobre la salida de la mercadería.

Operarios de Planta:

- Desarrollo de las diferentes actividades en el proceso productivo de los distintos productos
- Recepción de la materia prima.

- Higiene y limpieza de las instalaciones, equipos e implementos de trabajo en general.

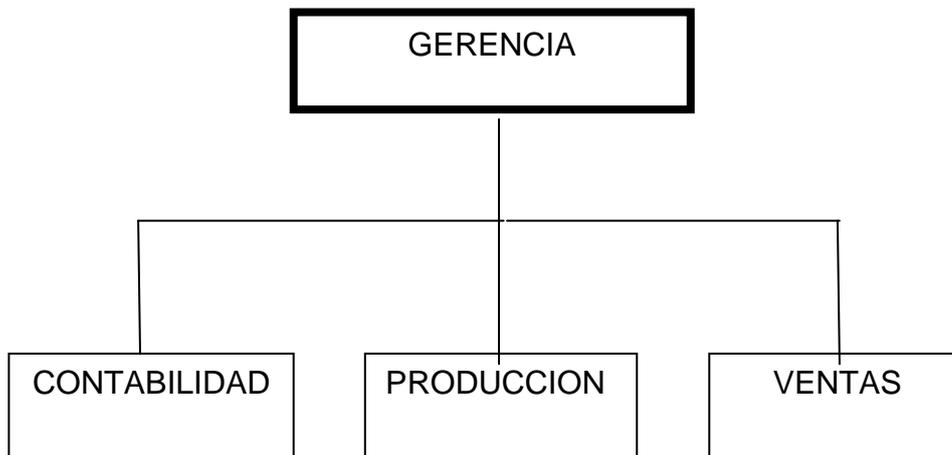
DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DEL PERSONAL REQUERIDO

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	REQUISITOS	PERFIL
Gerente General (1)	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniero en Administración de Empresas • Preparación mínima la secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Visionario en la dirección de la empresa • Trabajar en equipo • Capacidad de tomar decisiones y delegar funciones • Interés en la capacitación y actualización de sus conocimientos • Responsabilidad en el manejo de la entidad
Contador (1)	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniero en Contabilidad y Auditoría 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad en el manejo de las cuentas • Ser dinámica y creativa • Conocimientos de contabilidad. • Experiencia Laboral.
vendedor (2)	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad de ventas • Innovación en la fabricación de productos • Capacidad para trabajar en equipo. • Estabilidad emocional • Implementa los cambios en el área de producción • Controlar la eficacia en la fabricación del producto.

Operadores (1)	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio Secundaria • Mínimo estudios en la primaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidad en la realización del producto • Facilidad para trabajar en equipo. • Responsabilidad en sus funciones. • Vigilar la calidad del producto. • Verificar el estado de las herramientas. • Control constante del producto.

6.7.3.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

La empresa adoptará la siguiente estructura organizacional:



Elaborado por Mauricio Castillo

CAPÍTULO VII

7.. ANÁLISIS DE IMPACTOS

Para la ejecución de este trabajo se debe tomar en cuenta los impactos más relevantes los mismos que se realizan a través de la matriz de Impactos de entrada simple, la finalidad es que sea realizable y claro, para el análisis se utilizara la siguiente escala de valores.

ESCALA	INDICADORES
3	IMPACTO ALTO POSITIVO
2	IMPACTO MEDIO POSITIVO
1	IMPACTO BAJO POSITIVO
0	NO HAY IMPACTO
-3	IMPACTO ALTO NEGATIVO
-2	IMPACTO MEDIO NEGATIVO
-1	IMPACTO BAJO NEGATIVO

ELABORADO POR: el autor

Haciendo un análisis de cada impacto, se procede a sumar los niveles, los cuales se dividen para el número total de indicadores obteniendo el nivel de impacto analizado.

A continuación se presenta cada uno de los impactos con su respectivo análisis

A. IMPACTO SOCIAL

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Generación de empleos	3							3
Profesionalización de colaboradores		2						2
Mejora nivel educacional de		2						2
Contención de la migración	3							3
Total								10

ELABORADO POR: el autor

$$\text{Impacto Social} = \frac{\Sigma}{\# \text{ De indicadores}}$$

$$\text{Impacto social} = \frac{10}{4} = 2.5$$

La creación de una empresa comercializadora de leguminosas y cereales de consumo humano provoca un evidente impacto social, la mejora del nivel educacional de los trabajadores de la empresa para que puedan colaborar eficaz y eficientemente con la ejecución del proyecto logra que las personas involucradas en el proyecto mejoren su nivel de vida, sin embargo, el impacto social más importante se verifica al momento en que los consumidores de estos alimentos pueden contar una alternativa más higiénica lo que les asegura una alimentación saludable que les permite beneficiar su estado general de salud.

B. IMPACTO EMPRESARIAL

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Oferta de nuevos bienes y servicios	3							3
Estabilidad laboral	3							3
Mejoramiento de la calidad de vida	3							3
Total								9

ELABORADO POR: el autor

$$\text{Impacto empresarial} = \frac{\Sigma}{\# \text{ De indicadores}}$$

$$\text{Impacto empresarial} = \frac{9}{3} = 3$$

Con la creación de la micro empresa se instaurarán múltiples servicios tanto en el sector agrícola, productivo, comercial y creación de fuentes de trabajo.

El proyecto pretende ser un ejemplo de iniciativa empresarial con un marcado énfasis en la creación de fuentes de empleo; Una de las características de los proyectos de factibilidad, es la planificación racional del uso de los recursos, en este caso, tanto la administración interna del centro como el esfuerzo colectivo llevan a cumplir este objetivo.

C. IMPACTO EDUCATIVO

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Aporte de experiencias a la UTN	3							3
Generación de Conocimientos	3							3
Mejoramiento de Conocimientos		2						2
TOTAL								8

ELABORADO POR: el autor

$$\text{Impacto Educativo} = \frac{\sum}{\text{\# De indicadores}}$$

De indicadores

$$\text{Impacto educativo} = \frac{8}{3} = 2.66$$

La elaboración de este trabajo y su posterior cesión a la Universidad Técnica del Norte dará la oportunidad a estudiantes de carreras administrativas de basarse en esta trabajo, perfeccionarlo y tomarlo como base para el diseño y ejecución de nuevos proyectos.

La ejecución del proyecto dará la oportunidad a sus gestores de mantenerse en constante generación de conocimientos para de alguna forma mantenerse delante del mercado asegurando la permanencia en el tiempo de la empresa.

La elaboración del proyecto dio a sus creadores la oportunidad de mejorar sus conocimientos académicos adquiridos en los años de estudio en la UTN haciéndose más competitivos en el mercado laboral.

D. IMPACTO GENERAL

INDICADORES	TOTAL
Impacto Social	2.5
Impacto Empresarial	3
Impacto Educativo	2.66
TOTAL	8.16

ELABORADO POR: el autor

$$\text{Impacto General} = \frac{\Sigma}{\# \text{ De indicadores}}$$

$$\text{Impacto general} = \frac{8.16}{3} = 2.72$$

El presente Proyecto generará un nivel de impacto medio positivo por cuanto se puede apreciar que con la implementación de la micro empresa se mejorará el nivel educacional de la comunidad universitaria y de sus creadores, se generarán empleos formales, y se aumentará la oferta de alimentos para la comunidad ibarreña.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

a. CONCLUSIONES

1. Los cereales y leguminosas es la base alimentaria de gran parte de la humanidad, este tipo de alimentos provee al ser humanos de todos los nutrientes que necesita, la provincia de Imbabura en nuestro país y su capital Ibarra, no son la excepción, en esta zona se da una parte importante de las leguminosas y de cereales que produce Ecuador, con una óptima calidad muy apreciada en el resto del país, de lo anterior se deduce que no existen problemas de abastecimiento para la futura empresa
2. De acuerdo al estudio comercial realizado en este trabajo, existe un mercado potencial suficientemente amplio que justifica la inversión necesaria, si bien es cierto existen actores en el mercado que ofertan alimentos de las mismas características, no existen iniciativas semejantes para mejorar el sistema de empaque y que por esta vía se mejore la higiene y durabilidad de los productos.
3. Si bien es cierto la inversión necesaria para la ejecución del proyecto es relativamente alta para la realidad local, su implantación es relativamente sencilla ya que no existen mayores barreras de entrada al mercado, existen en el medio suficiente oferta de alimentos como los requeridos por el proyecto y estos están a disposición de todos aquellos que quieran realizar iniciativas semejantes.
4. La inversión requerida para el desarrollo del proyecto debe considerar un escenario de retorno de capital de corto plazo puesto que se trata de una iniciativa comercial, si bien existe un mercado en constante alza, también existe cuantiosa competencia dadas las características de la demanda por estos alimentos.

b. RECOMENDACIONES

- 1.** Se recomienda aprovechar la calidad, variedad y cantidad de legumbres y cereales producidos en la zona para en un futuro cercano ampliar el mercado objetivo del proyecto beneficiando de esta forma otras regiones del país con mayor demanda laboral y oferta alimenticia.
- 2.** Mantener una constante actualización sobre los productos que el proyecto esté en condiciones de ofertar a los consumidores de forma tal de establecer una diferencia sobre la competencia, para lograr esto se deben realizar constantes investigaciones de mercado a fin de conocer los gustos y preferencias del demandante interesado en este tipo de alimentos así como las tendencias del mercado.
- 3.** Se recomienda poner en práctica el proyecto basándose en el presente trabajo puesto que en este se consideran todos los aspectos necesarios para el éxito empresarial.
- 4.** Se recomienda orientar las estrategias financieras al mediano plazo limitando en lo posible los costos y gastos generados en el mediano plazo sin descuidar la calidad del producto y pensar en un retorno sobre el capital en un plazo no inferior a los tres años.

BIBLIOGRAFÍA

1. A. GORENS, Miguel. (2007). Enciclopedia Práctica de la Contabilidad. España: Primera edición. Editorial. Grupo Océano.
2. ARELLANO, Eduardo. (2010). Investigación Científica. Quito - Ecuador: Imprenta Cosmos.
3. BRAVO, Mercedes (2009) "Magazine Sales Promotion: a Dynamic Response Analysis"
4. BROUSE DIANNE (2008) Socially Responsible Travell. Pág. 23 transitions abroad" (January/ February 2008) Ecoturismo: "El viaje responsable a áreas naturales, que conservan el ambiente y mantienen el bienestar de los nativos".
5. CERDA, Rafael (2007) Diseño ejecución y evaluación de Proyectos sociales, económicos y educativos.
6. CONSTITUCIÓN de la Republica De Ecuador. (2008).
7. COSS, Raúl (2009) Análisis y evaluación de proyectos de inversión. Editorial Limusa, México.
8. FERRET Renzano, J. M., & Ferre Nadal, J. (2006). Estudio de mercado. Barcelona: Segunda edición. Editorial. Librería Díaz de Santos.
9. FISHER, S., Dornbusch, R., & Schmalensee, R. (2003). Economía.Madrid: Mc Graw Hill.
- 10.HORN, J. C. (2008). Fundamentos de Administración Financiera. México: Mc Graw Hill.
- 11.Instituto Nacional de Estadísticas censo año 2010
- 12.JACOME, Walter (2006), bases teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión, Editorial Universitaria, Ibarra-Ecuador
- 13.KOTLER, P. (2008). Los 10 pecados del marketing. Barcelona.

14. LAMBIN, J. J. (2008). Marketing Estratégico. Santiago: McGraw Hill.
15. Ley Del Mercado De Valores Ecuatoriano. (2008).
16. Legislación Societaria Ecuatoriana. (2009).
17. Ley de Control Tributario Y Financiero. (2009).
18. Ley De Empresas Públicas Ecuador. (2009).
19. Ley de Compañías (2009)
20. Ley de Economía Popular Y Solidaria. (2011)
21. MONTES Ortega, Luis Eduardo (2009) Diseño y Gestión de Cocinas: Manual de higiene alimentaria
22. MONTAÑO Sánchez, Francisco Arturo, (2007); Mercadotecnia Investigación y análisis para el éxito; Primera edición. Rodefi Impresores. México.
23. OXENFELDT, A. R. (2009). Análisis de Costo Beneficio para la toma de decisiones. Cali: Editorial Norma.
24. POSSO, Miguel (2008) Metodología para el Trabajo de Grado, Quito, Ecuador: Tercera Edición, Imprenta Piassa.
25. PAZMIÑO. Y. Raúl. (2010). Metodología para el trabajo de grado. Ibarra- Ecuador: Nina Ediciones
26. REYES, Ponce Agustín (2007) Administración de empresas Teoría y Práctica. Editorial Limusa, Segunda Parte, México.
27. RODRIGUEZ, Joaquín (2006) Administración moderna personal Cengage Learning Editores
28. Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial año 2011
29. RAFAEL FRAGA, C. H. (2007). Investigación Socioeducativa. QUITO: Klendarios.

30. Revista Capital, (2006) Editorial Trama .Impresión Ediecuatorial.
31. ROJAS, Fabián. (2009). Como se hace un plan estratégico de Marketing. España: Cuarta edición. Editorial Madrid.
32. SALLENAVE, J. P. (2008). Gerencia y Planificación Estratégica. Colombia: Editorial Norma.
33. ZEA, F. L. (2006). Nociones de Metodología de Investigación Científica. Quito: Cosmos.

ENLACES EN INTERNET

1. Remuneraciones del Sector Público. Disponible: www.mrl.gob.ec.
Acceso: 20 de mayo del año 2012.
2. Estructura Orgánica Institucional www.gpi.gob.ec Acceso 1 de julio del 2011.
3. Demanda de alimentaria rural comunitario www.runatupari.com
Acceso 1 de diciembre del 2011.
4. www.bce.gob.ec Acceso 01 marzo del 2012.
5. Escala de remuneraciones www.mrl.gob.ec Acceso 1 de marzo del 2012.
6. Población de la ciudad de Ibarra www.inen.gob.ec Acceso 1 de diciembre del 2011.

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECÓNICAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**Guía Encuesta dirigida a consumidores de leguminosas y cereales
en la ciudad de Ibarra.**

Objetivo: Conocer lo gustos, preferencias y métodos de elección de los alimentos leguminosas y cereales para consumo humano.

1. ¿Cuántas personas componen su grupo familiar?

3^o menos

Entre 4 y 5

Más de 5

2. ¿Cual considera que es la base de la alimentación en su familia?

Maíz

Trigo

Legumbres

3. ¿Cuántas veces por semana se consumen carnes (ave, res, o porcino) en su hogar

Diariamente

2 a 3 veces

1 vez

4. ¿Cuántas veces por semana se consumen cereales o legumbres en su hogar?

Diariamente

2 a 3 veces

1 Vez

5. ¿Cuántas veces por semana se consumen frutas y verduras en su hogar?

Diariamente

2 a 3 veces

1 Vez

6. ¿Donde se compran los víveres habitualmente para su hogar?

Supermercados

Ferias

Almacén de barrio

7. ¿Cuál es el gasto aproximado en víveres semanalmente en su hogar?

\$50 o menos

Entre \$50 a \$80

Más de \$80

8. ¿Cuál es el gasto aproximado semanalmente en legumbres y cereales en su hogar?

Menos de \$5

De \$5 a \$9

De \$10 a \$15

9. ¿Cuál de las siguientes legumbres se consume habitualmente en su hogar?

Lentejas

Frejol seco

Frejol Tierno

Garbanzos

Habas

Arvejas

Gandul

Chocho

10. Considera la accesibilidad a cereales y legumbres como:

Muy fácil

Solo en lugares específicos

Escaso

11. Cual considera como alimento sustituto para las legumbres

Papas fritas

Camote

Yuca

Carnes

Masas (fideo, pan)

12. Con que acompañan en su hogar a las legumbres.

Verduras

Carnes

Arroz

Masas (fideo, pan)

13. Como adquiere las legumbres y cereales para su hogar

A granel

Empacado

14. Qué tipo de empaque prefiere en relación a cereales y legumbres

Empaque de 1/2

Libra Empaque de 1

Libra Empaque de 1

Kilo Empaque mayor a 1 Kilo