



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE CHIA EN LA PARROQUIA TUMBABIRO,  
CANTÓN URCUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**AUTOR: Diego Chávez**

**DIRECTOR: Ing. Luis Vásquez**

**Ibarra, Junio, 2012**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto ha sido realizado para determinar la factibilidad de crear una microempresa productora y comercializadora de chía en la parroquia Tumbabiro Cantón Urcuqui Provincia de Imbabura, el cual permitirá conocer las oportunidades y riesgos que puede presentarse en su desarrollo. Se ha considerado importante realizar un diagnóstico situacional que permita conocer la situación actual del sector es decir ciertos aspectos y factores que puedan ayudar a su aplicación. También para facilitar el trabajo en el desarrollo del proyecto se ha tomado como guía a las bases teóricas que este relacionado con el tema las mismas que permiten ampliar las ideas para realizar el proyecto. Con la aplicación del estudio de mercado se logró conocer la necesidad que actualmente el mercado presenta por el producto, además el comportamiento actual tanto de la oferta como de la demanda de la chía, ya que la oferta de la chía en mercado es muy escaso lo que ha generado un problema que se pretende resolver. Para seleccionar el lugar en donde se desarrollara el proyecto se realizó un estudio técnico que identificó a la Parroquia Tumbabiro como un lugar estratégico para la creación de la microempresa. Además se diseñó la constitución legal que garantiza su funcionamiento y respalda su trabajo a realizar definiendo los niveles jerárquicos y determinado políticas y objetivos que hay que cumplir. A demás a través del estudio financiero permitió conocer los gastos e ingresos que la microempresa presenta, con estos resultados se determinó la factibilidad del proyecto. Al igual con el análisis de los impactos que genera el proyecto se determina que su desarrollo presente un nivel positivo porque beneficia varios factores.

## **THE SUMMARIZE EXECUTIVO**

This project has been conducted to determine the feasibility of creating a micro producer and marketer of chia in the parish Tumbabiro Urcuqui Canton Province of Imbabura, which will reveal the opportunities and risks that may arise in their development. It was considered important to conduct a situational analysis that allows to know the current situation of the sector is that certain aspects and factors that may help in the application. Also to facilitate work on the project has been taken as a guide to the theoretical basis that is related to the theme can extend the same ideas for the project. With the implementation of market research were able to confirm the need of the market currently presents the product as well as the current behavior of both supply and demand of chia, since the supply of chia on the market is very low that created a problem to be solved. To select the place where you develop the project, a technical study that identified the Parish Tumbabiro as a strategic location for the creation of microenterprises. Besides the legal constitution was designed to guarantee its performance and supports the work to be done by defining hierarchical levels and specific policies and objectives to be met. In others through financial study could get your expenses and income microenterprise show, with these results we determine the feasibility of the project. As with the analysis of the impacts generated by the project development is determined that this charity a positive level because several factors.

## **AUTORÍA**

Yo, **Diego Israel Chávez Caicedo**, portador de la cédula de ciudadanía, **No. 1002460655** declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no han sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información

.....  
**Diego Chávez**  
**C.C. 1002460655**



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

Yo, **Diego Israel Chávez Caicedo** con cédula de identidad No.1002460655, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor de la obra o trabajo de grado denominado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHIA EN LA PARROQUIA TUMBABIRO, CANTÓN URCUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA**, 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 de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

.....  
**Diego Israel Chávez Caicedo**  
**CC 1002460655**

Ibarra a los 26 días del mes de junio de 2012



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

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN**

**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

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

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

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1002460655		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	CHAVEZ CAICEDO DIEGO ISRAEL		
<b>DIRECCIÓN:</b>	AV. PEREZ GUERRERO 5 49 Y BOLIVAR		
<b>EMAIL:</b>	diegochavezline@hotmail.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	06 2603766	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	099499142
<b>DATOS DE LA OBRA</b>			
<b>TÍTULO:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHIA EN LA PARROQUIA TUMBABIRO, CANTÓN URCUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”		
<b>AUTOR :</b>	Diego Israel Chávez Caicedo		
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	JUNIO -2012-26		
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>			

<b>PROGRAMA:</b>	<input type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	<b>INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA.</b>
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	<b>ING. LUIS VASQUEZ</b>

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Diego Israel Chávez Caicedo** con cédula de identidad **No.1002460655**, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

## 3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 26 días del mes de junio del 2012

### EL AUTOR:

(Firma).....

(Firma).....

Nombre: .....

C.C.: .....

Facultado por resolución de Consejo Universitario

### ACEPTACIÓN:

Nombre: Lic. Ximena Vallejos

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA



## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el egresado **Diego Israel Chávez Caicedo**, con cédula de identidad N. **1002460655** para optar por el Título de **INGENIERO EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA CPA**. Cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHIA EN LA PARROQUIA TUMBABIRO, CANTÓN URCUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”** considero el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los 26 días del mes de junio de 2012.

.....

Firma



## DEDICATORIA

*A Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud e inteligencia para lograr mis objetivos. A mi esposa Ana Karina ya que con el apoyo incondicional y grande amor durante toda mi trayectoria universitaria hizo que logremos una meta mas en nuestras vidas.*

**DIEGO CHAVEZ**



## *AGRADECIMIENTO*

*Agradezco a todas las personas y familiares que me ayudaron para llegar a esta primera meta académica, y sepan que su apoyo fue totalmente aprovechado.*

*DIEGO CHAVEZ*

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
THE SUMMARIZE EXECUTIVE	iii
AUTORÍA	iv
CESIÓN DE DERECHOS	v
AUTOTIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vi
CERTIFICACIÓN	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
INDICE GENERAL	xi
ÍNDICE DE CUADROS	xviii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxii
PRESENTACIÓN	23
JUSTIFICACIÓN	24
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	25
METODOLOGÍA	26

## CAPÍTULO I

### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes	27
Objetivos del diagnóstico	30
General	30
Específicos	30
Variables diagnósticas	31
Variables	31
Indicadores	31
Producción	31
Comercialización	31
Rentabilidad y costos	31

Talento humano	32
Matriz de relación diagnóstica	33
Mecánica operativa del diagnóstico	35
Población a investigar	35
Cálculo de la muestra	35
Instrumentos de recolección de la información	36
Información primaria.	36
Información secundaria.	36
Tabulación y presentación de resultados	36
Resultado de la encuesta dirigida a los agricultores de la parroquia de Tumbabiro.	36
Determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos	54
Aliados.	54
Oponentes.	54
Oportunidades.	54
Riesgos.	54
Cruces estratégicos	55
Aliado – oportunidad	55
Aliado – riesgo	55
Oponente – oportunidad	55
Oponente – riesgo	56
Identificación del problema diagnóstico.	56

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

La chía	58
Origen de la chía	59
Importancia de la chía en la salud	60
Clasificación científica	61
Usos y aplicaciones de la chía	61

Beneficios nutricionales de la chía	63
La microempresa	65
Características de la microempresa	65
Importancia de la microempresa	66
Objetivos de la microempresa	67
Clasificación de la microempresa	67
Como crear una microempresa	69
La administración	69
Proceso administrativo	70
Misión	71
Visión	72
Fundamentos de mercado	72
Estudio de mercado	72
Producto	73
Oferta	73
Demanda	74
Promoción	74
Publicidad	75
Precio	75
Distribución	76
Comercialización	77
Contabilidad	77
Importancia	78
Objetivo de la contabilidad	78
Libros a utilizar en la contabilidad	79
Estudio técnico	79
Macrolocalización	80
Microlocalización	80
Ingeniería del proyecto	81
Estados financieros	81

Estado de resultados	82
Balance general	82
Estado de flujo de efectivo	83
Técnicas de evaluación financiera	83
Valor actual neto (VAN)	84
Tasa interna de retorno (TIR)	85
Periodo de recuperación	86
Relación beneficio-costo	86
Punto de equilibrio	87

### **CAPÍTULO III**

#### **ESTUDIO DE MERCADO**

Presentación	88
Identificación del producto (chía)	89
Propiedades de la chía	89
Beneficios de la chía	91
Mercado meta	92
Análisis de la demanda	92
Comportamiento de la demanda actual	106
Proyección de la demanda	107
Oferta del proyecto	107
Proyección de la oferta del proyecto	108
Competencia del producto	108
Análisis y determinación del precio	109
Estrategias comerciales	110
Producto	110
Precio	112
Publicidad	113
Plaza o distribución	114
Conclusión del estudio	114

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

Presentación	116
Localización óptima del proyecto	116
Macrolocalización	116
Microlocalización	118
Tamaño del proyecto	119
Factores que condicionan el tamaño del proyecto	119
Capacidad del proyecto	121
Distribución de la planta	122
Diseño de la planta	122
Proceso de producción	124
Diagrama de bloque	127
Presupuesto de inversión	128
Inversión fija	128
Inversión diferida	130
Inversión variable o capital de trabajo	131

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

Estructura de la inversión	132
Ingresos	133
Proyección de ingresos	133
Egresos	133
Costos de producción	134
Gastos administrativos.	134
Gastos de ventas	137

Gastos financieros	139
Depreciación y amortización	140
Resumen de egresos	141
Estados proforma.	141
Balance de situación inicial	141
Estado de resultados	142
Flujo de caja con protección	143
Evaluación de la inversión.	143
Costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio	143
Tasa de rendimiento medio	144
Valor actual neto.	144
Tasa interna de retorno	145
Periodo de recuperación de la inversión	146
Costo beneficio	146
Punto de equilibrio del proyecto	147
Resumen de la evaluación financiera	148

## **CAPÍTULO V**

### **ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA**

Aspecto estratégico de la microempresa	150
Nombre de la microempresa	150
Misión	150
Visión	151
Objetivos de la microempresa	151
Políticas de la microempresa	151
Principios y valores	152
Aspecto organizativo	152
Organización estructural	152

Organigrama estructural	153
Niveles administrativos de la microempresa	154
Nivel directivo	154
Nivel de apoyo	155
Nivel operativo	156
Departamento de comercialización	157
Aspecto legal para el funcionamiento	158
El registro único de contribuyente (RUC)	158
Permiso de funcionamiento	159

## **CAPÍTULO VII**

### **IMPACTOS**

Impacto social	161
Impacto económico	162
Impacto empresarial	163
Impacto educativo-cultural	164
Impacto ambiental	165
Impacto general	166

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>No.</b>	<b>Pág</b>
1. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	33
2. TIPO DE CULTIVO	37
3. ACTIVIDAD AGRÍCOLA	38
4. PRODUCTOS DE MAYOR PRODUCTIVIDAD	39
5. FORMA DE COMERCIALIZACIÓN	40
6. MERCADO DEL PRODUCTO	41
7. DEMANDA DEL PRODUCTO	42
8. COMPETENCIA	43
9. PRECIO DEL PRODUCTO	44
10. MEDIDAS DE VENTA	45
11. RENTABILIDAD DE LA ACTIVIDAD	46
12. FINANCIAMIENTO	47
13. DIFICULTADES FINANCIERAS	48
14. PROTECCIÓN DEL SUELO	49
15. RAZÓN DE LA ACTIVIDAD	50
16. ORGANIZACIÓN	51
17. ASISTENCIA TÉCNICA	52
18. OPTAR POR LA ACTIVIDAD	53
19. CLASIFICACIÓN CIENTÍFICA	60
20. CENTROS NATURISTAS DE IMBABURA	91
21. TIEMPO EN LA ACTIVIDAD	91
22. RENTABILIDAD	92
23. TIPO DE PRODUCTOS	93
24. CONOCIMIENTOS	94
25. PRINCIPALES PROVEEDORES	95
26. MEDIOS PUBLICITARIOS	96
27. DISPUESTOS ADQUIRIR	97

<b>28. CANTIDAD DE ADQUISICIÓN</b>	<b>98</b>
<b>29. FORMA DE ADQUISICIÓN</b>	<b>99</b>
<b>30. PRECIO</b>	<b>100</b>
<b>31. OFERTA DEL PRODUCTO</b>	<b>101</b>
<b>32. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO</b>	<b>102</b>
<b>33. COBERTURA DEL MERCADO</b>	<b>103</b>
<b>34. COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ACTUAL</b>	<b>105</b>
<b>35. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE CHÍA</b>	<b>106</b>
<b>36. PRONÓSTICO DE VENTA</b>	<b>107</b>
<b>37. PROYECCIÓN DEL PRECIO DE LA CAJA DE CHÍA</b>	<b>108</b>
<b>38. MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>	<b>112</b>
<b>39. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN</b>	<b>119</b>
<b>40. PRODUCCIÓN APTA PARA LA VENTA</b>	<b>120</b>
<b>41. PRODUCCIÓN APTA PARA LA VENTA EN CAJAS</b>	<b>120</b>
<b>42. DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES</b>	<b>120</b>
<b>43. INFRAESTRUCTURA</b>	<b>127</b>
<b>44. VEHÍCULO</b>	<b>127</b>
<b>45. MAQUINARIA</b>	<b>127</b>
<b>46. HERRAMIENTAS PARA LA PRODUCCIÓN</b>	<b>128</b>
<b>47. MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>128</b>
<b>48. EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>	<b>128</b>
<b>49. EQUIPO DE OFICINA</b>	<b>129</b>
<b>50. RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA</b>	<b>129</b>
<b>51. INVERSIÓN DIFERIDA</b>	<b>129</b>
<b>52. INVERSIÓN VARIABLE</b>	<b>130</b>
<b>53. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN</b>	<b>131</b>
<b>54. INGRESOS</b>	<b>132</b>
<b>55. RESUMEN DE COSTO DE PRODUCCIÓN DE LA CHÍA</b>	<b>133</b>
<b>56. SUELDOS BÁSICO UNIFICADO MENSUAL</b>	<b>134</b>
<b>57. PROYECCIÓN DE COSTO TOTAL DE</b>	

SUELDOS ADMINISTRATIVOS	134
<b>58. SERVICIOS BÁSICOS</b>	134
<b>59. SERVICIOS DE COMUNICACIÓN</b>	135
<b>60. SUMINISTROS DE OFICINA</b>	135
<b>61. MANTENIMIENTO DEL EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>	136
<b>62. RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	136
<b>63. SUELDO EN VENTAS</b>	136
<b>64. PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE SUELDO EN VENTAS</b>	137
<b>65. PUBLICIDAD</b>	137
<b>66. EMPAQUES</b>	137
<b>67. COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO</b>	137
<b>68. RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS</b>	138
<b>69. DATOS DEL FINANCIAMIENTO</b>	138
<b>70. AMORTIZACIÓN</b>	138
<b>71. GASTO INTERÉS DE LA DEUDA</b>	139
<b>72. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN</b>	139
<b>73. AMORTIZACIÓN DIFERIDA</b>	140
<b>74. RESUMEN DE EGRESOS</b>	140
<b>75. BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL</b>	140
<b>76. ESTADO DE RESULTADOS</b>	141
<b>77. FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN</b>	142
<b>78. COSTO DE OPORTUNIDAD</b>	143
<b>79. VALOR ACTUAL NETO</b>	143
<b>80. TASA INTERNA DE RETORNO</b>	144
<b>81. FLUJOS ACTUALIZADOS</b>	145
<b>82. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN</b>	145
<b>83. COSTO BENEFICIO</b>	145
<b>84. RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA</b>	147
<b>85. MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS</b>	158
<b>86. IMPACTO SOCIAL</b>	159

<b>87. IMPACTO ECONÓMICO</b>	160
<b>88. IMPACTO EMPRESARIAL</b>	161
<b>89. IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL</b>	162
<b>90. IMPACTO AMBIENTAL</b>	163
<b>91. IMPACTO GENERAL</b>	164

## **ÍNDICE GRÁFICOS**

<b>No.</b>	<b>Pág</b>
<b>1. TIPO DE CULTIVO</b>	37
<b>2. ACTIVIDAD AGRÍCOLA</b>	38
<b>3. PRODUCTOS DE MAYOR PRODUCTIVIDAD</b>	39
<b>4. FORMA DE COMERCIALIZACIÓN</b>	40
<b>5. MERCADO DEL PRODUCTO</b>	41
<b>6. DEMANDA DEL PRODUCTO</b>	42
<b>7. COMPETENCIA</b>	43
<b>8. PRECIO DEL PRODUCTO</b>	44
<b>9. MEDIDAS DE VENTA</b>	45
<b>10. RENTABILIDAD DE LA ACTIVIDAD</b>	46
<b>11. FINANCIAMIENTO</b>	47
<b>12. DIFICULTADE FINANCIERAS</b>	48
<b>13. PROTECCIÓN DEL SUELO</b>	49
<b>14. RAZÓN DE LA ACTIVIDAD</b>	50
<b>15. ORGANIZACIÓN</b>	51
<b>16. ASISTENCIA TÉCNICA</b>	52
<b>17. OPTAR POR LA ACTIVIDAD</b>	53
<b>18. TIEMPO EN LA ACTIVIDAD</b>	92
<b>19. RENTABILIDAD</b>	93
<b>20. TIPO DE PRODUCTOS</b>	94
<b>21. CONOCIMIENTOS</b>	95

<b>22. PRINCIPALES PROVEEDORES</b>	<b>96</b>
<b>23. MEDIOS PUBLICITARIOS</b>	<b>97</b>
<b>24. DISPUESTOS ADQUIRIR</b>	<b>98</b>
<b>25. CANTIDAD DE ADQUISICIÓN</b>	<b>99</b>
<b>26. FORMA DE ADQUISICIÓN</b>	<b>100</b>
<b>27. PRECIO</b>	<b>101</b>
<b>28. OFERTA DEL PRODUCTO</b>	<b>102</b>
<b>29. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO</b>	<b>103</b>
<b>30. COBERTURA DEL MERCADO</b>	<b>104</b>
<b>31. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN</b>	<b>131</b>
<b>32. PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>147</b>

## **ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN**

<b>No.</b>	<b>Pág</b>
<b>1. PLANTA DE CHÍA</b>	<b>57</b>
<b>2. PLANTA Y SEMILLA DE CHÍA</b>	<b>88</b>
<b>3. SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>109</b>
<b>4. UBICACIÓN DEL CANTÓN URCUQUI</b>	<b>115</b>
<b>5. UBICACIÓN MICRO DEL PROYECTO</b>	<b>117</b>
<b>6. DISEÑO DE LAS INSTALACIONES DE LA PLANTA</b>	<b>121</b>

## PRESENTACIÓN

El presente trabajo titulado “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHIA EN LA PARROQUIA TUMBABIRO, CANTÓN URCUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA**”, se lo ha realizado para determinar la factibilidad de poder gestionar este emprendimiento.

Para esto se ha desarrollado los siguientes capítulos:

**Capítulo I Diagnóstico situacional:** este estudio corresponde en analizar la situación actual donde se llevara a cabo el proyecto, para esto se utilizara información de fuentes primarias como encuestas para determinar las situaciones favorables y desfavorables que generara su implantación.

**Capítulo II Marco Teórico:** Este capítulo se refiere al contenido de las bases teóricas consultadas a través de la investigación bibliográfica sobre temas relacionados con la microempresa, administración, contabilidad y finanzas, las cuales son fundamentos teóricos importantes.

**Capítulo III Estudio de Mercado:** Con el análisis del estudio de mercado se busca determinar si existen compradores para la chía como también competidores que puedan generar cambios en el mercado.

**Capítulo IV Estudio Técnico:** A través del estudio técnico se determina la localización óptima del proyecto, la distribución y diseño de la planta, que necesita la microempresa para ser eficientes en sus actividades.

**Capítulo V Estudio Financiero:** El estudio financiero se realiza el análisis de las inversiones del proyecto para posteriormente aplicar evaluadores financieros y determinar si es factible o no su aplicación.

**Capítulo VI Organización del a Microempresa:** Se plantea el modelo administrativo con el que la microempresa contara, tomando como base la visión, misión, el orgánico estructural y funcional.

**Capítulo VII Impactos:** Es la parte en donde se realiza el análisis de impactos que genera la creación de la microempresa como son: social, económico, ambiental, educativo, empresarial, que influirá en el desarrollo del presente proyecto.

## **JUSTIFICACIÓN**

El estudio realizado a la producción y comercialización de chía” en la Parroquia Tumbabiro Cantón Urcuquí Provincia de Imbabura, servirá como un aporte para fomentar el cultivo de este nuevo producto, el mismo permite el uso de la mano de obra del sector, además mejora los ingresos económicos de las personas, evitando el abandono de la actividad agrícola.

El objetivo principal del proyecto es mejorar las expectativas que permitan a los agricultores y a los habitantes del sector conocer las ventajas que representa la producción de la chía.

La investigación ayuda a tener una información sobre un adecuado manejo técnico en la agricultura, además realizar una apropiada utilización de los recursos; aprovechando la presencia de factores que favorecen su producción, además generando nuevos puestos de trabajo en el sector rural, mejorando los ingresos de cada familia del sector.

El proyecto representa un interés local y nacional el mismo está basado en la búsqueda de nuevas alternativas de desarrollo en la actividad agrícolas de la provincia de Imbabura.

El proyecto es factible porque el producto que se pretende producir y comercializar tiene un mercado que está a la espera, además el sector cumple con las condiciones óptimas para el cultivo, lo que favorece para que el proyecto tenga éxito en su gestión.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **OBJETIVO GENERAL**

**REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHIA EN LA PARROQUIA TUMBABIRO, CANTÓN URCUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA**

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un diagnóstico situacional externo del sector agrícola de la parroquia de Tumbabiro, para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos
- Elaborar un marco teórico que sustente el estudio mediante la investigación bibliográfica y documental actualizada.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta, la demanda existente en el mercado y los precios del producto, mediante la investigación de campo.
- Efectuar un estudio técnico para determinar el tamaño, la localización, procesos productivos, tecnología, maquinaria y equipo, obras civiles, inversiones y talento humano, requeridos para la operación del proyecto.

- Realizar el estudio financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto, a través de criterios tales como: el VAN, TIR, C/B, PRI y punto de equilibrio.
- Diseñar una propuesta organizacional de la microempresa para la operación de la misma.
- Determinar los principales impactos que generará la nueva unidad productiva

## **METODOLOGÍA**

El presente trabajo de investigación es descriptivo, debido a que se busca caracterizar las variables que influirán en el desarrollo del proyecto en el sector. Esto se alcanzará a través de la recolección de datos de fuentes primarias tales como: encuestas, observación directa, a posibles demandantes y competidores. Además, se utilizará fuentes secundarias de información, tales como libros actuales, tesis y otro tipo de estudios, que buscan sustentar la investigación.

# CAPÍTULO I

## 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

### 1.1. Antecedentes

San Miguel de Urcuquí, se encuentra localizado 22 Km al noreste de la ciudad de Ibarra, con una altitud que va desde, los 800 a los 4.400m.s.n.m., tiene un clima que parte desde el templado Subtropical hasta el frío de los páramos, con una temperatura promedio de 17°C. Constituido por seis parroquias rurales, las mismas que son: San Blas, Tumbabiro, Pablo Arenas, Cahuasquí, La Merced de Buenos Aires y la parroquia urbana de Urcuquí, cabecera cantonal, nombre que acoge el cantón, con tan solo 767 kilómetros cuadrados de extensión territorial, según el último censo realizado en el 2010 tiene una población de 15.671 habitantes, compuesto por grupos étnicos mestizos, indígenas y afrodescendientes, perteneciente a la provincia de Imbabura.

En su pequeña geografía aún se pueden encontrar pequeños pueblitos que conservan su arquitectura popular y tradicional, reflejando un sabor colonial. Es famoso y reconocido a nivel nacional e internacional por su gran diversidad y concentración de recursos naturales, como el balneario de Chachimbiro, que lo distingue como un especial atractivo para los turistas nacionales y extranjeros. Dentro de este contexto se encuentra ubicada la parroquia rural de Tumbabiro, la misma que cuenta con una población de 1213 agricultores, es una zona geográficamente turística que se constituye en uno de los recursos más importantes que tiene la provincia y el norte del país para promover el turismo de salud. Este espacio presenta dos formaciones ecológicas como bosque seco montano bajo, que ocupa un 95% de la parroquia de Tumbabiro y un 5% tiene un bosque húmedo montano. La importancia de esta parroquia es la actividad turística del Cantón y la otra parte del espacio territorial se

encuentra intervenida con cultivados de ciclo corto y zonas urbanizadas. Dentro de este territorio también se evidencia una buena parte de áreas erosionadas asociadas con matorrales bajos y sin actividad agropecuaria.

El cantón goza de un reconocido valor histórico, antes de la colonia predominaron los Urcuquí es posesionados en diversos Ayllus (familias indígenas), mantuvieron una desarrollada y fortalecida organización de nombre Urcuquí (UR-CUCIQUE) que se compone de dos voces quichuas: U R C U = cerro; C I Q U E = asiento; lo que significa “asiento de cerro”.

En tiempos de la Colonia, esta hacienda era un importante emporio de desarrollo económico y productivo en el cantón, grandes extensiones de tierra fértil que mostraba una policromía magnífica en la zona. Existió el primer Ingenio Azucarero de la provincia en la hacienda San José, de allí es que el ingenio llevaba el mismo nombre, la existencia del Ingenio, se mostraba como un imperio, brindando posibilidades de empleo a los habitantes de Salinas, Pablo Arenas y Cahuasquí.

La historia del cantón San Miguel de Urcuquí, se mantiene interesante, primero por la tenacidad y trabajo de su gente que desde tiempos inmemorables lucharon por sacar a flor el desarrollo de este cantón imbabureño. Después de haber sido un importante generador de fuentes de trabajo para los habitantes, permanece guardando en sus pasillos y patios un legado de lo que fue una de las más modernas tecnologías en aquellas épocas. Existe además como una reliquia en la Hacienda san Vicente de laFlor la vivienda donde nació el Dr. Antonio Ante, precursor de la independencia americana e importante personaje que ha marcado historia a nivel nacional.

A tan solo cinco minutos de la ciudad de Urcuquí, con dirección sur este, se puede llegar hasta el barrio San José, este aparece como una ventana a la historia. El nombre de este barrio corresponde a la existencia de la

Hacienda San José, uno de los escenarios más importantes que se reviste de gran historial por los acontecimientos que han marcado el desarrollo en este rincón del país.

En el Siglo XX, la hacienda y su poderío, fue propiedad de don Jacinto Jijón y Caamaño, quien la convirtió en una de las propiedades privadas más exitosas de Imbabura. La producción de caña en ese entonces, fue la actividad de los padres Jesuitas quienes producían la panela y el aguardiente.

La hacienda San José fue un escenario de algunos movimientos políticos en los que se defendió la causa conservadora, como la sonada del 7 de septiembre de 1924, cuando sus partidarios ecuatorianos y colombianos se enfrentaron con soldados gobiernistas de José Luis Tamayo.

Sin embargo de estos ingentes valores y recursos, en la actualidad su población es muy vulnerable, evidenciándose casos de pobreza, especialmente la población dedicada a la explotación agrícola, ya que los cultivos son meramente tradicionales que no generan márgenes de productividad y rentabilidad suficientes para salir de ese estado.

De ahí que una alternativa sería, la diversificación de la producción agrícola, con la introducción de nuevos productos, como la Chía (*Salvia hispánica*), para los Mayas era uno de los cuatro cultivos básicos destinados a su alimentación, junto al maíz, el poroto y el amaranto. De allí que ofrendaban estas semillas a los dioses, en agradecimiento por las cosechas. El uso y el cultivo de la chía en el valle de México, se remonta a unos 3.500 años A.C. Para los nativos, la chía era sinónimo de aceite. En dialecto nahuatl la palabra *chiactic* significa aceitoso o grasoso, el nombre Chiapas, actual estado al sur de México, significa “agua de chía”.

La chía resulta muy confiable como fuente alimentaria, algo demostrado por los mayas en su extendida utilización. A estas conclusiones arribaron los investigadores de la Universidad de Arizona (EEUU), promoviendo la recuperación de este cultivo subtropical en dicho país, México. Los aztecas usaban la chía en distintos preparados nutricionales y medicinales, como así también en la elaboración de ungüentos cosméticos. Por todo lo anotado la introducción del cultivo de este cereal se convertirá en solución a la problemática anotada para la parroquia Tumbabiro y el cantón San Miguel de Urcuquí.

## **1.2. Objetivos del Diagnóstico**

### **1.2.1. General**

Realizar un diagnóstico situacional externo del sector agrícola de la parroquia de Tumbabiro, para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

### **1.2.2. Específicos**

- Analizar la producción agrícola actual de la parroquia Tumbabiro
- Establecer los sistemas de distribución y comercialización de la actividad agrícola
- Identificar los niveles de rentabilidad y costos de la producción agrícola
- Investigar la calidad del talento humano que labora en las actividades agrícolas

### **1.3. Variables diagnósticas**

#### **1.3.1. Variables**

- Producción
- Comercialización
- Rentabilidad y costos
- Talento humano

### **1.4. Indicadores**

#### **1.4.1. Producción**

- Tipos de productos
- Productividad
- Manejo del suelo
- Uso de químicos
- Ciclos de producción

#### **1.4.2. Comercialización**

- Canal de distribución
- Mercado meta
- Demanda y oferta
- Intermediarios
- Presentación del productos
- Precios

#### **1.4.3. Rentabilidad y costos**

- Costo de insumos
- Costo de semillas

- Precio final
- Rentabilidad
- Financiamiento
- Capital de trabajo

#### **1.4.4. Talento humano**

- Experiencia
- Organización
- Nivel de educación
- Capacitación
- Asistencia técnica

**CUADRO Nº 1**  
**MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>ASPECTO O INDICADOR</b>	<b>FUENTE DE INFORMACIÓN</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>INFORMANTE</b>
Analizar la producción agrícola actual de la parroquia Tumbabiro	Producción	Tipos de productos Productividad Manejo del suelo Uso de químicos Ciclos de producción	Primaria Secundaria	Encuesta Observación directa Bibliográfica	Agricultores Documentos e internet
Establecer los sistemas de distribución y comercialización de la actividad agrícola	Comercialización	Canal de distribución Mercado meta Demanda y oferta Intermediarios Presentación del productos Precios	Primaria	Encuesta	Agricultores
Identificar los niveles de rentabilidad y costos de la producción agrícola	Rentabilidad y costos	Costo de insumos Costo de semillas Precio final Rentabilidad Financiamiento Capital de trabajo	Primaria	Encuesta	Agricultores
Investigar la calidad del talento humano que labora en las actividades agrícolas	Talento humano	Experiencia Organización Nivel de educación Capacitación Asistencia técnica	Primaria Secundaria	Encuesta Observación directa Bibliográfica	Agricultores Documentos e internet

Elaborado por: El autor

## 1.5. Mecánica operativa del diagnóstico

Para la presente investigación se utilizó el siguiente procedimiento:

### 1.5.1. Población a investigar

La población a investigar para el diagnóstico son los habitantes de la parroquia de Tumbabiro, ya que el proyecto se llevará a cabo en este sector, tomando en cuenta que la zona es eminentemente agrícola el estudio se efectuará al total de la población siendo 1213 agricultores en el año 2011 dato proporcionado por representantes de la Junta Parroquial de Tumbabiro.

### 1.5.2. Cálculo de la Muestra

Considerando que la población en estudio es significativa se ha decidido obtener una muestra representativa utilizando la siguiente fórmula:

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

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

$\sigma$  = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

**Datos:**

N = 1213

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(1213)}{(0,05)^2 (1213 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

e = 5%

**n= 292**

## **1.6. Instrumentos de Recolección de la Información**

### **1.6.1. Información Primaria.**

Para obtener de la información de fuente primaria se aplicó:

- **Encuestas:** fueron aplicadas a los agricultores de la parroquia de Tumbabiro para indagar acerca de la situación actual del sector.
- **La Observación directa:** consiste en visitar directamente el lugar en estudio.

### **1.6.2. Información Secundaria.**

La información de fuente secundaria es:

- Libros
- Documentos especializados.
- Revistas
- internet

## 1.7. TABULACIÓN Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

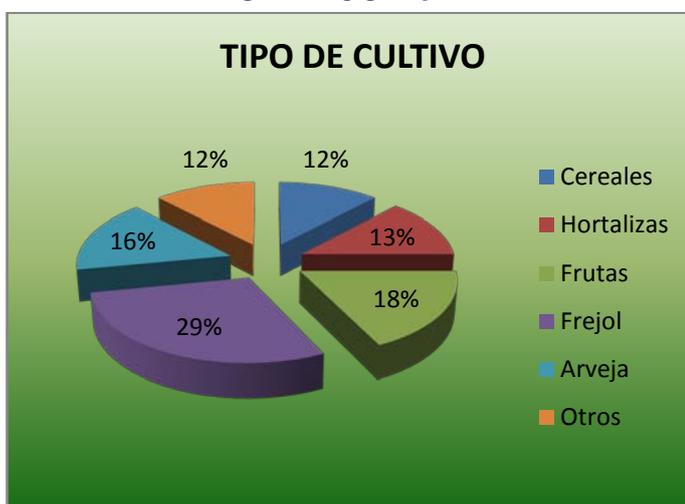
### 1.7.1 Resultado de la encuesta dirigida a los agricultores de la Parroquia de Tumbabiro.

#### 1. ¿Qué tipo de cultivos dispone actualmente?

**CUADRO No. 2**  
**TIPO DE CULTIVO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Cereales	35	12
Hortalizas	38	13
Frutas	52	18
Frejol	85	29
Arveja	47	16
Otros	35	12
<b>TOTAL</b>	<b>292</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 1**



Fuente: Agricultores de la Parroquia de Tumbabiro  
Elaborado por: El autor

#### **ANÁLISIS:**

La mayoría de los agricultores encuestados indican que los cultivos que son más atractivos por la rentabilidad que tienen son principalmente el frejol y la arveja, además estos productos tienen una amplia acogida en el

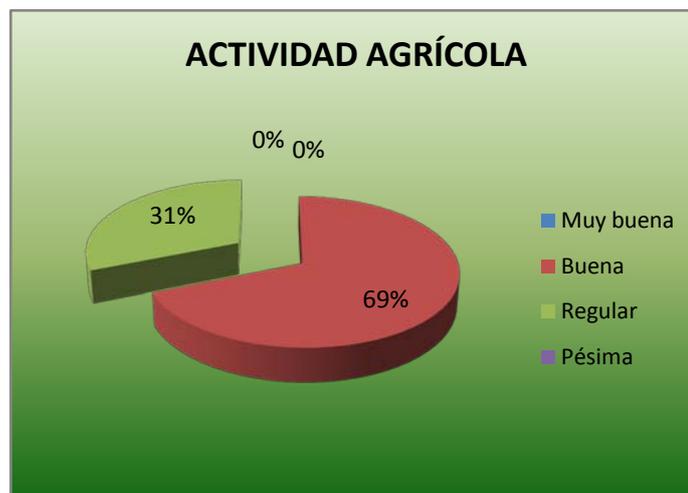
mercado y no demoran en ser vendidos. Sin embargo un porcentaje menor indican que también tienen cultivos alternativos de hortalizas y frutas aprovechando de las buenas condiciones climáticas de la zona.

## 2. ¿Considera usted que la actividad agrícola es?

**CUADRO No. 3  
ACTIVIDAD AGRÍCOLA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy buena		
Buena	201	69
Regular	91	31
Pésima		
<b>TOTAL</b>	<b>292</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.2**



Fuente: Agricultores de la Parroquia de Tumbabiro  
Elaborado por: El autor

### **ANÁLISIS:**

El porcentaje más alto corresponde al nivel de bueno es decir se sienten satisfechos con los ingresos que está generando la actividad agrícola que les permite vivir holgadamente y en ciertas ocasiones inclusive tener altos réditos.

### 3. ¿Cuáles son los productos de mayor productividad son?

**CUADRO No. 4**  
**PRODUCTOS DE MAYOR PRODUCTIVIDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Cereales	41	14
Hortalizas	38	13
Frutas	47	16
Frejol	81	28
Arveja	38	13
Otros	47	16
<b>TOTAL</b>	<b>292</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 3**



Fuente: Agricultores de la Parroquia de Tumbabiro

Elaborado por: El autor

### **ANÁLISIS:**

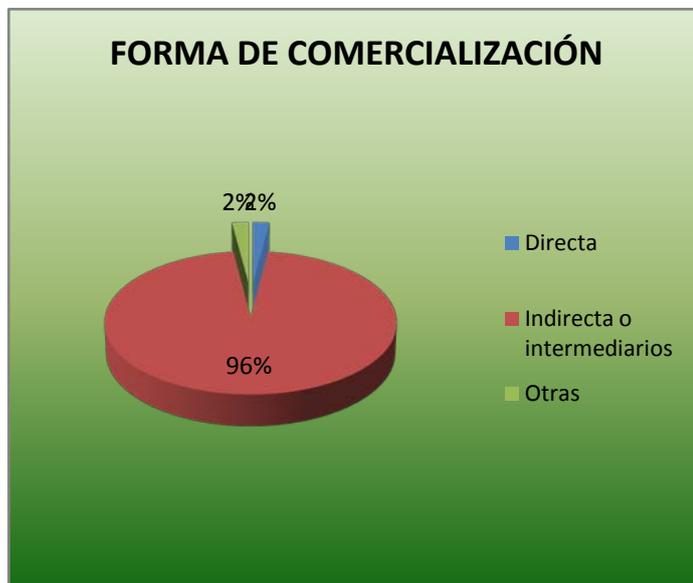
Entre los productos que cultivan el de mayor productividad y que es resistente a las variaciones climáticas es el frejol a demás este cultivo en la zona es de carácter tradicional con la finalidad de compensar de no producción de frejol también se han dedicado a la fruticultura de esta manera se tienen ingresos casi permanentes durante el año.

#### 4. ¿La comercialización de los productos lo hace?

**CUADRO No. 5**  
**FORMA DE COMERCIALIZACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Directa	6	2
Indirecta o intermediarios	280	96
Otras	6	2
<b>TOTAL</b>	<b>292</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 4**



Fuente: Agricultores de la Parroquia de Tumbabiro  
Elaborado por: El autor

#### **ANÁLISIS:**

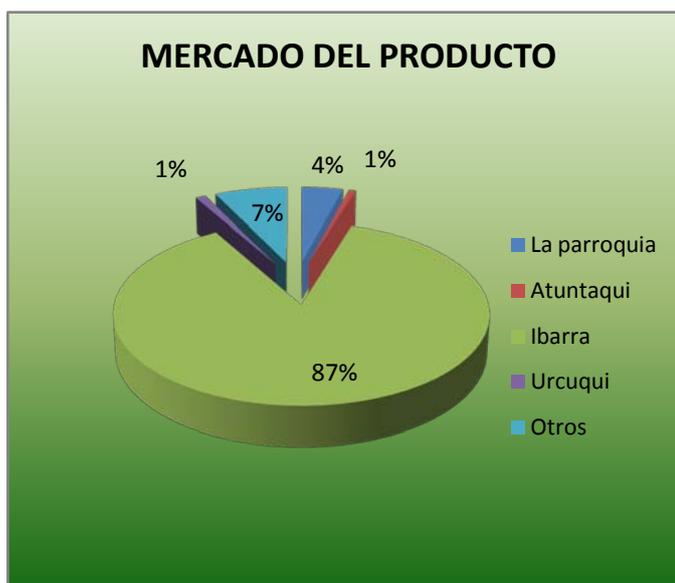
Referente a la comercialización agrícola existe un problema que no se lo ha podido resolver que es la intermediación por lo que la utilidad que se obtiene no es la adecuada sin embargo en una mínima porción de apenas el 3% que es un valor marginal tienen comercialización directa porque han logrado fidelizar clientes

5. ¿Los productos de la parroquia de Tumbabiro, a qué mercado atienden actualmente?

**CUADRO No. 6  
MERCADO DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
La parroquia	12	4
Atuntaqui	2	1
Ibarra	254	87
Urcuquí	3	1
Otros	21	7
<b>TOTAL</b>	<b>292</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 5**



Fuente: Agricultores de la Parroquia de Tumbabiro  
Elaborado por: El autor

**ANÁLISIS:**

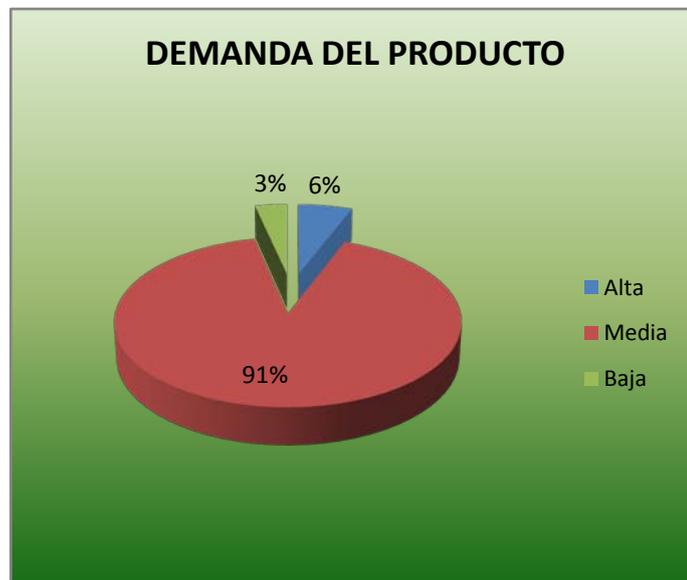
El mercado u objetivo de los agricultores de Tumbabiro que fueron encuestados en su totalidad expresan que es el mercado de Ibarra el escogido porque tiene un número significativo de compradores con un precio competitivo y además es de carácter permanente.

6. ¿La demanda de los productos de la parroquia de Tumbabiro es?

**CUADRO No. 7**  
**DEMANDA DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Alta	17	5,82
Media	265	90,75
Baja	10	3,42
<b>TOTAL</b>	<b>292</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 6**



Fuente: Agricultores de la Parroquia de Tumbabiro  
Elaborado por: El autor

**ANÁLISIS:**

La demanda de los productos es total es decir no existen inventarios rezagados aunque las variaciones que se origina son estacionales, lo que indica que el volumen demandado no es uniforme, por lo que proyectar el valor de la misma es incierto.

## 7. ¿La competencia que tiene es?

**CUADRO No. 8  
COMPETENCIA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Alta	23	7,88
Media	259	88,70
Baja	10	3,42
<b>TOTAL</b>	<b>292</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 7**



Fuente: Agricultores de la Parroquia de Tumbabiro  
Elaborado por: El autor

### **ANÁLISIS:**

La competencia existente para los productos del sector investigado es de un nivel intermedio ni alta ni baja porque los agricultores tienen un gran variedad de productos que ofertan evitando en monocultivo e inclusive buscando nuevas variedades para producir en mejores condiciones esto les ha permitido vivir sin sobresaltos económicos.

## 8. ¿Los precios de sus productos determina?

**CUADRO No. 9**  
**PRECIO DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Por los costos	11	3,77
Por el mercado	251	85,96
Por los intermediarios	30	10,27
<b>TOTAL</b>	<b>292</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 8**



Fuente: Agricultores de la Parroquia de Tumbabiro  
Elaborado por: El autor

### **ANÁLISIS:**

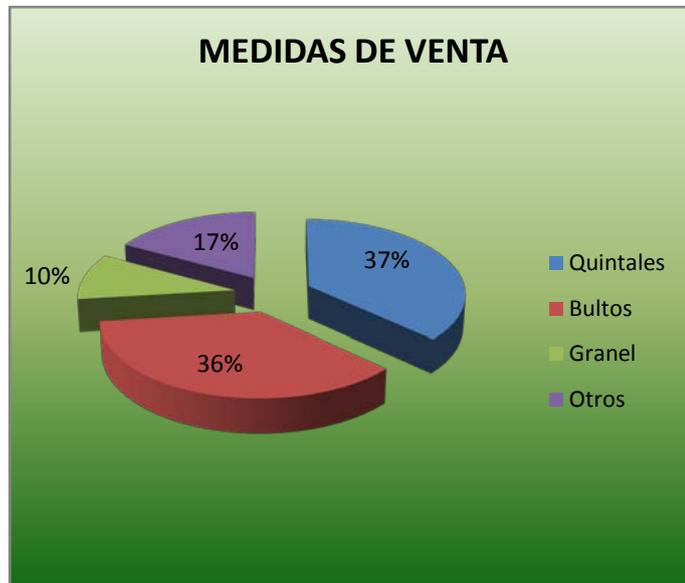
El precio de los productos no se fijan por condiciones particulares o deseos del agricultor sino que obedece a la ley del mercado que es la oferta y la demanda esto provoca una desestabilización en los precios porque en ciertas ocasiones por la sobre oferta los precios son irrisorios que incluso no cubren los costos de producción es por esta razón que siempre se está analizando nuevas oportunidades de producción agrícola.

9. ¿Los productos que usted vende los hace en?

**CUADRO No. 10  
MEDIDAS DE VENTA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Quintales	108	37
Bultos	105	36
Granel	29	10
Otros	50	17
<b>TOTAL</b>	<b>292</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 9**



Fuente: Agricultores de la Parroquia de Tumbabiro  
Elaborado por: El autor

**ANÁLISIS:**

La medida utilizada para la venta de la producción agrícola se comparte en quintales o en bultos, dependiendo naturalmente del producto si es producto seco lo hace en quintales y si es fresco en bultos porque así es la costumbre y la exigencia del mercado de Ibarra. Para el caso de las frutas tienen otra forma de medir que son cajas o cubetas por ser la presentación más adecuada para este producto.

**10. ¿La rentabilidad que obtienen los agricultores de la Parroquia de Tumbabiro es?**

**CUADRO No. 11  
RENTABILIDAD DE LA ACTIVIDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Alta	4	1,37
Media	263	90,07
Baja	25	8,56
<b>TOTAL</b>	<b>292</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 10**



Fuente: Agricultores de la Parroquia de Tumbabiro  
Elaborado por: El autor

**ANÁLISIS:**

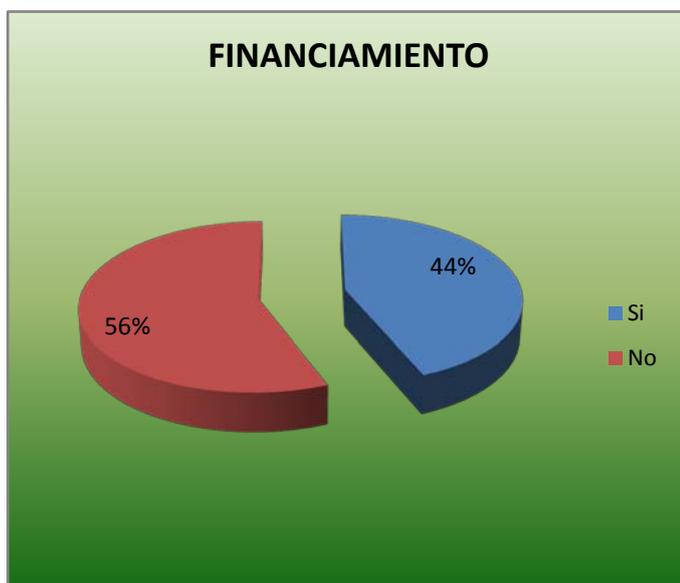
La rentabilidad obtenida en la actividad depende fundamentalmente del tipo del producto que se está ofertando y de la temporada por lo tanto no se puede afirmar que es totalmente rentable o poco rentable.

## 11. ¿Tiene acceso al financiamiento de su actividad?

**CUADRO No. 12  
FINANCIAMIENTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	128	43,84
No	164	56,16
<b>TOTAL</b>	<b>292</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 11**



Fuente: Agricultores de la Parroquia de Tumbabiro  
Elaborado por: El autor

### **ANÁLISIS:**

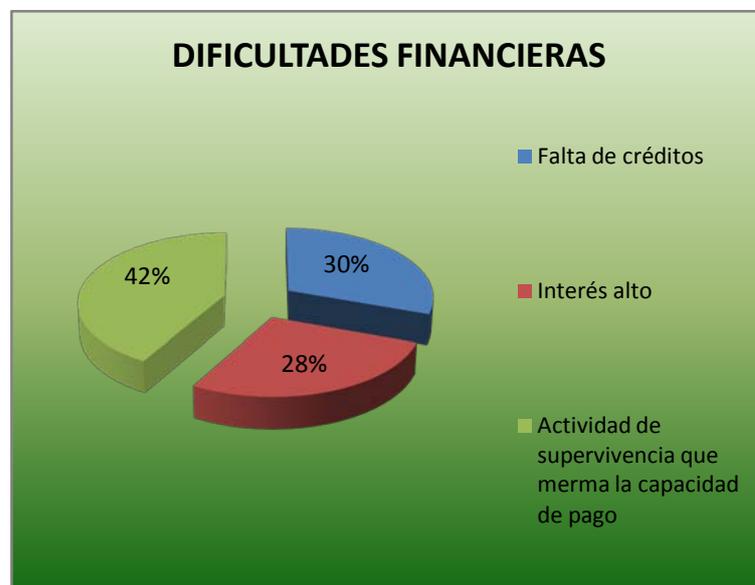
La mayoría de los agricultores investigados no disponen de financiamiento porque no han sido sujetos de créditos por parte de las entidades financieras ya que le consideran a esta actividad de alto riesgo esto impide que se incremente los niveles de productividad por falta de recursos y si es que han sido favorecidos con créditos la mayoría tienen dificultades en el pago por las altas tasas de interés por lo tanto el banco nacional de fomento no tiene una cobertura completa en la oferta de créditos agrícolas.

## 12. ¿Qué dificultades financiera enfrenta actualmente?

**CUADRO No. 13**  
**DIFICULTADES FINANCIERAS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Falta de créditos	89	30
Interés alto	81	28
Actividad de supervivencia que merma la capacidad de pago	122	42
<b>TOTAL</b>	<b>292</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 12**



Fuente: Agricultores de la Parroquia de Tumbabiro  
Elaborado por: El autor

### **ANÁLISIS:**

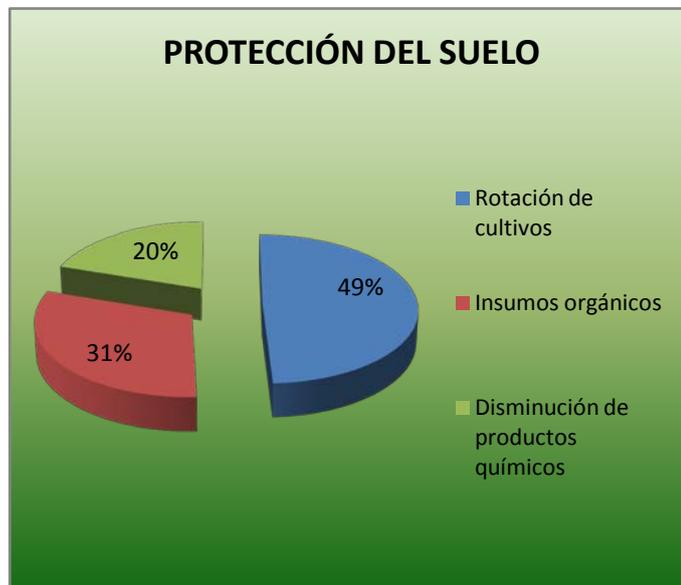
La dificultad financiera que restringe a la actividad agrícola es porque hay un alto nivel de riesgo por situaciones impredecibles, y las altas tasas de interés que se cobra desestimulan la petición de créditos a esto hay que agregar que la ausencia de una mejor tecnología en muchos casos los niveles de producción no cubren los costos operativos.

### 13. ¿Cómo protege usted el suelo?

**CUADRO No. 14  
PROTECCIÓN DEL SUELO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Rotación de cultivos	144	49
Insumos orgánicos	90	31
Disminución de productos químicos	58	20
<b>TOTAL</b>	<b>292</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 13**



Fuente: Agricultores de la Parroquia de Tumbabiro  
Elaborado por: El autor

### **ANÁLISIS:**

La agricultura en la zona analizada en un alto porcentaje se puede afirmar que existe una conciencia ambiental para proteger el suelo utilizando dos alternativas interesantes la rotación y el empleo de insumos orgánicos, porque se ha desterrado el monocultivo que acelera la degradación del suelo pero en la realidad los niveles de producción no son tan altos cuando se utilizan los insumos químicos.

14. ¿La actividad que realiza usted es basada en?

**CUADRO No. 15**  
**RAZÓN DE LA ACTIVIDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Únicamente por experiencia	271	93
Por capacitación	21	7
Otras		
<b>TOTAL</b>	<b>292</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 14**



Fuente: Agricultores de la Parroquia de Tumbabiro  
Elaborado por: El autor

**ANÁLISIS:**

Con respecto a esta pregunta casi la totalidad de los encuestados no han tenido una instrucción formal en el perfeccionamiento de técnicas agrícolas sino ha sido básicamente la experiencia la que ha generado conocimientos que han aplicado constantemente en los cultivos es decir la tradición y la repetición permanente son las fuentes de su formación como agricultores.

15. ¿La actividad agrícola en la parroquia de Tumbabiro se encuentra?

**CUADRO No. 16  
ORGANIZACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Organizada	14	5
No organizada	278	95
<b>TOTAL</b>	<b>292</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 15**



Fuente: Agricultores de la Parroquia de Tumbabiro  
Elaborado por: El autor

### **ANÁLISIS:**

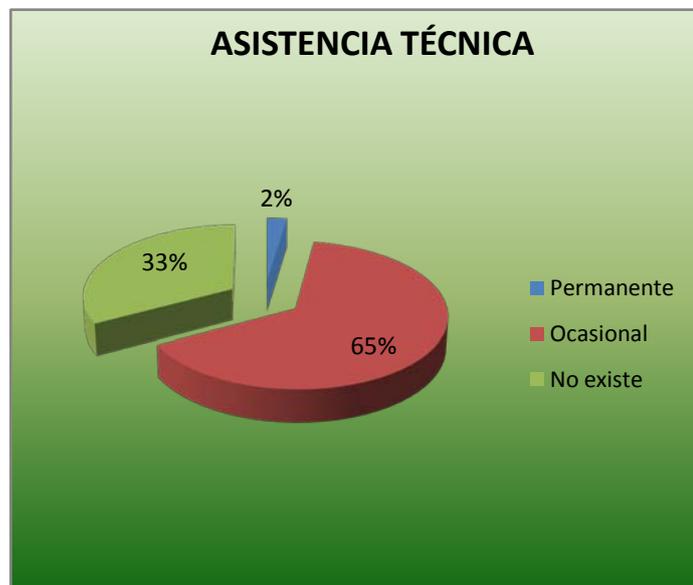
La mayoría de los agricultores de la zona se encuentran desorganizados y desarticulados es decir existe una competencia desleal entre ellos en la búsqueda de mejores precios para su producción lo que les hace una presa fácil de los intermediarios, aquellos que se han podido organizar que son muy pocos tienen mejores canales de comercialización.

## 16. ¿Recibe asistencia técnica para sus cultivos en forma?

**CUADRO No. 17**  
**ASISTENCIA TÉCNICA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Permanente	7	2
Ocasional	189	65
No existe	96	33
<b>TOTAL</b>	<b>292</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.16**



Fuente: Agricultores de la Parroquia de Tumbabiro  
Elaborado por: El autor

### **ANÁLISIS:**

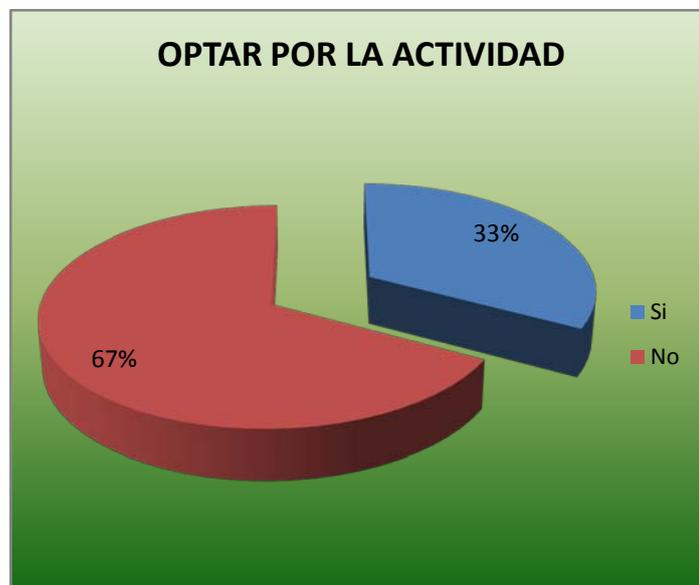
El ministerio de agricultura no ha implementado una política de atención permanente a la actividad agrícola de Tumbabiro es muy ocasional su presencia y por lo tanto los resultados son pobres e incluso muchos de ellos afirman que jamás han tenido un apoyo técnico.

**17. ¿Considera usted que las nuevas generaciones optaran por la actividad agrícola?**

**CUADRO No. 18  
OPTAR POR LA ACTIVIDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	96	33
No	196	67
<b>TOTAL</b>	<b>292</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 17**



Fuente: Agricultores de la Parroquia de Tumbabiro  
Elaborado por: El autor

**ANÁLISIS:**

Respecto a esta pregunta la mayoría de los jóvenes no ven un buen futuro en la agricultura y que la consideran más bien una actividad en decadencia lamentablemente esta percepción es errada por la ausencia de políticas estatales para defender la actividad agrícola tomando en cuenta que a futuro las necesidades de alimentos no disminuirán sino crecerán y si es que no se incentivan a las generaciones actuales a futuro se puede tener serias dificultades de aprovisionamiento de alimentos.

### **1.8. Identificación del problema diagnóstico.**

Realizada la investigación de campo y evaluados los resultados obtenidos de la problemática identificada en el sector agrícola de Tumbabiro la más significativa se traduce en: “ A pesar de tener un clima favorable la mayoría de los agricultores se centran en la producción de dos productos líderes frejol y arveja con muy pocas opciones de diversificar con la implementación de nuevas variedades de mayor rendimiento productivo y precio atractivo por lo tanto el cultivo de la chíá es un cereal de alto valor nutritivo de fácil cultivo y con un precio casi estable constituye una opción para bajar la dependencia que actualmente tiene el sector hacia los dos productos estrella que están sometidos a variaciones permanentes en los precios y por falta de tecnología está disminuyendo su rentabilidad.



## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. La Chía

Según la dirección electrónica [http://es.wikipedia.org/wiki/Salvia\\_hispanica](http://es.wikipedia.org/wiki/Salvia_hispanica), manifiesta: *La chía (Salvia hispanica) es una planta herbácea de la familia de las lamiáceas; junto con el lino (Linum usitatissimum), es una de las especies vegetales con la mayor concentración de ácido graso alfa-linolénico omega 3 conocidas hasta 2006. Se cultiva por ello para aprovechar sus semillas, que se utilizan molidas como alimento.*

#### ILUSTRACIÓN No. 1 PLANTA DE CHÍA



Fuente: Internet  
Elaborado por: El autor

Las semillas de chía, es una planta conocida científicamente como Salvia hispánica, tienen varios usos medicinales y aplicaciones curativas, las

cuáles pueden ser aprovechadas simplemente con ingerirla de manera habitual. La chía tiene excelentes propiedades hipocolesterolemiantes.

Su consumo está recomendado para las personas que tienen que reducir el colesterol en la sangre, y también para aquellas personas que deseen bajar de peso.

### **2.1.1. Origen de la Chía**

<http://es.origendechia.organic>. Manifiesta: La chía (*Salvia hispánica* L.) es un cultivo anual originario del sudoeste de México y Noroeste de América Central. Los pueblos asentados en esas regiones la consumen desde los tiempos precolombinos, siendo parte preponderante de su nutrición diaria.

Antes de la conquista de América, la chía era un alimento básico para las civilizaciones de América Central y México; su cultivo era probablemente el tercero en importancia económica, superado sólo por el maíz (*Zea mays*) y el frijol (*Phaseolus vulgaris*). Los aztecas imponían a sus pueblos tributarios una contribución de hasta 15.000 toneladas anuales; se empleaba como alimento, como ofrenda a los dioses, y como oleaginosa para producir un aceite como base para pinturas corporales y decorativas.

Se ofrendaban brotes de chía a Chicometóatl, la diosa del maíz, durante la fiesta de la veintena de hueytozotli; durante la veintena ritual de hueytecuilhuitl, se preparaba pinole de semillas de chía tostadas hasta llenar una embarcación, que se hacía flotar entre los asistentes, que tomaban de ella una porción hasta vaciarla.

A su vez, los purépecha de Michoacán empleaban el pinole para fabricar unos pequeños tamales que usaban como ofrenda en el altar de sus muertos.

### 2.1.2. Importancia de la chía en la salud

- **Proteínas:** tiene alto contenido
- **Antioxidantes:** combaten el envejecimiento y deterioro de los tejidos que causan enfermedades degenerativas (cáncer, apoplejía, infartos, artritis, etc.)
- **Vitamina A:** favorece la visión diurna y nocturna, la elasticidad del cutis, la formación de huesos fuertes, cabellos, dientes, encías sanas, previene manchas en la piel por la edad.
- **Niacina:** es una vitamina B que ayuda a combatir la depresión, stress, mejora notablemente el sistema nervioso y contribuye a la belleza de la piel.
- **Calcio:** previene la osteoporosis o suaviza sus efectos, y las mujeres en edad de menopausia tanto como los atletas necesitan grandes cantidades, siendo esencial en la formación de huesos y dientes.
- **Fósforo:** nutre el sistema nervioso y mejora la actividad cerebral como por ejemplo la memoria.
- **Potasio:** evita calambres, sobre todo en deportistas, mejora la actividad muscular y ayuda a mantener la presión sanguínea estable.
- **Magnesio:** es uno de los minerales esenciales, gran energizante físico, fundamental en la dieta del deportista, y que además ayuda en la absorción del Potasio y Calcio, y en problemas de depresión, debilidad muscular y presión alta.

- **Zinc:** promueve el sistema inmunológico saludable, agudiza el gusto y el olfato, gobierna la contractibilidad de los músculos y es importante para las glándulas prostáticas y órganos reproductores.

**Fuente:** PALMETTI, Néstor 2011, Alimentos Saludables, Segunda edición

### 2.1.3. Clasificación científica

**CUADRO No.19  
CLASIFICACIÓN CIENTÍFICA**

<b>Clasificación científica</b>	
Reino:	Plantae
Subreino:	Tracheobionta
División:	Magnoliophyta
Clase:	Magnoliopsida
Subclase:	Asteridae
Orden:	Lamiales
Familia:	Lamiaceae
Subfamilia:	Nepetoideae
Tribu:	Mentheae
Género:	<i>Salvia</i>
Especie:	<i>S. hispánica</i>
<b>Nombre binomial</b>	
<i>Salvia hispánica</i> L.	

Fuente: PALMETTI, Néstor 2011, Alimentos Saludables, Segunda edición

Elaborado por: El autor

#### 2.1.4. Usos y aplicaciones de la Chía

- Hay varios libros con recetas para usar la chía, en la cocina se le puede utilizar para que los alimentos “crezcan o abunden” con esto disminuyendo su valor calórico y dando la sensación de llenura. Por ejemplo se puede añadir gel de chía a pan queques, mayonesa etc. para crear volumen.
- En la cocina también se le usa para espesar.
- Se utiliza como alimento animal para enriquecer productos como huevos, carne, pollo jamón, leche y quesos. Se le usa en la crianza de gallinas para que los huevos tengan más alto contenido de los ácidos grasos omega 3.
- Se le usa en la fabricación de cosméticos y suplementos alimenticios.
- Se le usa en algunos alimentos procesados para enriquecerlos.
- El aceite de las semillas lo usan en la fabricación de pinturas.
- Contrario a otros aceites y semillas como la linaza la chía tiene la ventaja poder almacenarse por años sin sufrir deterioros.
- Entera en las comidas diarias mezclada con otros alimentos y emulsionada con agua como bebida refrescante.
- Molida en harina integrando medicinas.
- Prensada para obtener su aceite, utilizado luego como base para pinturas cosméticas tanto para el rostro como para el cuerpo.
- En la guerra fue indispensable por su condición energizante.

- Para pagar los tributos anuales que los aztecas exigían a los pueblos conquistados.
- Fue ofrecida a los dioses en las ceremonias religiosas.

### **2.1.5. Beneficios nutricionales de la Chía**

Según la dirección electrónica [http://es.wikipedia.org/wiki/Salvia\\_hispanica](http://es.wikipedia.org/wiki/Salvia_hispanica), los beneficios de la chía son:

- Si bien la moderna investigación de la chía se basa en su gran aporte de ácidos grasos esenciales, estas pequeñas semillas deben ser consideradas como excelentes integradores alimentarios, dada su riqueza en componentes nutricionales. Las semillas de chía representan la fuente vegetal con más alta concentración de omega 3. Poseen un 33% de aceite, del cual el ácido linolénico (omega 3) representa el 62% y el linolénico (omega 6) el 20%. La chía es el cultivo con mayor porcentaje de AGE al tener el 82% de sus lípidos con dicha característica.
- Los ácidos grasos esenciales (AGE), y sobre todo los omega 3, cumplen importantísimas funciones orgánicas. Dado que el tema excede el marco de esta obra, invitamos a consultar el libro “Las Grasas”. Aquí nos limitamos a indicar sus principales beneficios para la salud: disminuyen el índice de enfermedades coronarias; ayudan a normalizar la presión arterial elevada; reducen el nivel de colesterol; protegen al corazón contra daños causados por ataques cardíacos; juegan un papel fundamental en el mejora de los sistemas nervioso e inmunológico; ayudan en el sano desarrollo del embarazo y del crecimiento infantil.

- Además de los AGE , la semilla de chía está muy bien dotada de antioxidantes, los cuales, además de resultar un saludable aporte dietario y terapéutico, sirven a la buena conservación del aceite. Esto explica como los mayas, sin grandes técnicas de conservación, podían almacenar la harina de chía durante largos períodos sin que se pusiese rancia, algo poco habitual en semillas oleaginosas. Los antioxidantes, además de proteger los ácidos grasos, nos protegen de tumores, afecciones cardiovasculares, inflamaciones, virus y radicales libres. Es importante señalar la importancia de los antioxidantes naturales que contiene la chía (principalmente flavonoides), en relación al amplio uso de compuestos sintéticos que hace la industria para preservar los aceites; los antioxidantes sintéticos están sospechados de ser cancerígenos y de inhibir el efecto de ciertas medicaciones.
- Más allá de su excelente perfil lipídico, la chía tiene buena dosis de proteína (23%), sin ausencia de los aminoácidos esenciales y con buen contenido de lisina, aminoácido limitante en los cereales. La chiano posee gluten, o sea que puede ser consumida por los celíacos. En materia de vitaminas, es una buena fuente del grupo B. La carencia de vitamina B es uno de los factores que incrementan el índice de homocisteína en sangre, lo cual favorece la formación de depósitos de placas en las paredes arteriales e incrementa el riesgo de afecciones cardiovasculares y apoplejía.
- Pero es en materia de minerales que la chía vuelve a destacarse. En materia de calcio, posee 714 mg en la semilla entera y 1.180 mg en las semillas parcialmente desgrasadas (harina); para dar una idea, la leche tiene apenas 125 mg, o sea entre 6 y 10 veces menos. Además posee gran riqueza en magnesio (390 mg), potasio (700 mg) y fósforo (1.057 mg), minerales sinérgicos al calcio. En materia de oligoelementos, la chía es una gran fuente de hierro (16,4 mg).

Este valor trepa a 20,4 mg en la harina y casi triplica al hígado vacuno. La chía también contiene buenos valores de cinc y manganeso, siendo muy pobre en sodio.

- Otra virtud de la chía es su buena cantidad (27%) y calidad de fibra, sobre todo en forma de fibra soluble (mucílagos). Este tipo de fibra retarda el índice de glucosa en sangre y reduce la absorción de colesterol.

## 2.2. La microempresa

**Según, MONTEROS, Edgar. (2005). Manifiesta: “La microempresa es una asociación de personas que operando en forma organizada utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos, y tecnológicos para la elaboración de productos o servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación”.Pág.15**

Tomando en cuenta lo manifestado por el autor la microempresa se la define como una organización pequeña de un número menor de personas ya sean familias o personas particulares que se unen aportando con capitales propios para poder invertir en un proyecto, el propósito que persiguen es obtener un ingreso seguro para mejorar la economía en sus hogares y lograr que la microempresa se mantenga firme en el mercado.

### 2.2.1. Características de la microempresa

**VÁSQUEZ, Lola(2006).presenta las características de la microempresa además menciona que para la mayoría de tratadistas y de acuerdo a la norma vigente se establecen como características las siguientes:**

- ❖ **Trabajo Familia:** Las microempresas se forman generalmente por decisión familiar en donde la participación de miembros del hogar es de vital importancia para la sobrevivencia de la misma, especialmente en sus comienzos y en los periodos de crisis económicas.
- ❖ **Limitación de Capital:** Las microempresas operan con un capital limitado, que impide invertir en maquinaria, infraestructura, equipos etc.
- ❖ **Organización del trabajo:** No existe una clara separación de funciones y capital de la empresa, el microempresario es dueño y administrador, carecen de una definida división de trabajo.
- ❖ **Limitación Tecnológica:** Se caracterizan por la utilización de tecnologías simples y artesanales. La disponibilidad de maquinarias y herramientas es inferior a la observada en el extracto moderno.
- ❖ **Estrategia Comercial:** Las microempresas se orientan a mercados de fácil acceso o con pocas restricciones de entrada generalmente se trata de mercados locales

### 2.2.2. Importancia de la microempresa

VÁSQUEZ, Lola(2006).Manifiesta: la importancia del sector micro empresarial del país, lo constituye su contribución desarrollo como medio para adelantar procesos eficientes de distribución de ingresos y generación de empleo.

En las primeras fases del crecimiento económico las microempresa cumplen un rol muy fundamental, pues con sus aportes ya sean produciendo y ofertando bienes y/o servicios, demandando y comprando

productos o añadiendo valor agregado, constituyen un determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo.

### **2.2.3. Objetivos de la microempresa**

Según el autor antes mencionado los objetivos de la microempresa son:

Operativos y deben ser capaces de convertirse en metas y tareas específicas de todas las áreas de las que depende la supervivencia de la empresa. Para ello se tomara en cuenta los siguientes objetivos:

- **Objetivo de Innovación**  
Debe ser capaz de innovar, de lo contrario con el suministro, empleo y desarrollo de los recursos humanos.
- **Objetivo sobre Recursos Humanos**  
Debe determinar objetivos relacionados con el suministro, empleo desarrollo de los recursos humanos.
- **Objetivo de Productividad**  
Debe emplearse adecuadamente los recursos y la productividad debe crecer para que la microempresa sobreviva.

### **2.2.4. Clasificación de la microempresas**

En nuestro país las microempresas de carácter productivo comercial se rigen por las disposiciones de la Ley de Compañías, el código de comercio y el código civil.

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

- **Producción:** Son aquellas que transforman materias primas en productos elaborados, dentro de esta actividad se encuentra la elaboración de artesanías cuya actividad del MICIP se regula en base a la ley de Fomento Artesanal. Las microempresas de producción son las más importantes ya que son las que generan empleo productivo.
- **Comercio:** Son las que tienen como actividad la compra –venta de bienes y productos elaborados. Su actividad se reduce a la reventa de productos elaborados por las empresas de producción.
- **Servicios:** La cualidad de estas microempresas es el hecho de ser inmateriales, es decir de consumo inmediato, es una acción que busca llenar o satisfacer una necesidad
- **De sobrevivencia:** Tiene la urgencia de conseguir ingresos y su estrategia de competencia es ofrecer su mercadería a precios que apenas cubren sus costos. Como no llevan ningún tipo de contabilidad a menudo confunden sus ingresos con el capital. El dueño hace uso indistinto del dinero y hasta de la mercadería.
- **Subsistencia:** Son aquellas que logran recuperar la inversión y obtienen ingresos para remunerar el trabajo.
- **En crecimiento:** Tiene la capacidad de retener ingresos y reinvertirlos con la finalidad de aumentar el capital y expandirse, son generadoras de empleos. Aquí la microempresa se convierte en empresas.

### **2.2.5. Cómo crear una Microempresa**

Crear una microempresa se ha convertido en una ardua tarea que implica saber muy bien que se pretende y como se va a conseguir, teniendo en cuenta la diversidad de factores que condicionan su ubicación en el mercado.

Además la singularidad de cada proyecto requiere orientaciones específicas y particulares, ya que no hay ningún método capaz de responder a las necesidades y demandas de todos los emprendedores.

#### **a. El nombre o razón social**

No requiere de permiso o autorización. Este no debe atentar a la moral ni tomar un existente, el nombre debe ser escogido con mucho criterio y debe constituir un imán para las ventas.

#### **b. La microempresa entrega la constancia de haber recibido el aporte económico.**

El movimiento de los aportes será de responsabilidad del administrador de la microempresa.

#### **c. Los permisos de funcionamientos**

Los obtendrá una vez que inicie su actividad, y entre ellos tenemos:

- El permiso fiscal (RUC)
- El permiso municipal
- Permiso sanitario

### **2.3. La administración**

**JONES,Gareth R. y George Jennifer M, 2010. Manifiesta:**  
***“La administración es la planeación, organización, dirección y control de los recursos humanos y de otra***

***clase, para alcanzar las metas de la organización con eficiencia y eficacia”. Pág.5***

La administración consiste en saber manejar los bienes económicos de una organización, además aplicar mecanismos necesarios que permitan el crecimiento constante de la microempresa. A continuación se presentan aspectos importantes:

- **Desempeño organizacional.**-Es una medida de la eficiencia y la eficacia con que los gerentes aprovechan los recursos para satisfacer a los clientes y alcanzar las metas de la organización
- **Eficiencia.**-Es una medida de que tan bien o que tan productivamente se aprovechan los recursos para alcanzar una meta
- **Eficacia.**-Es una medida de pertinencia de las metas que los gerentes decidieron que persiguieran la organización y del grado en que esa organización alcanza tales metas.

### **2.3.1. Proceso administrativo**

**CHIAVENATO, Idalberto (2005). Manifiesta: “Es la conjunción dinámica de funciones y elementos que permiten al responsable de una unidad administrativa, desarrollar adecuadamente sus tareas”. Pág. 75**

El proceso administrativo es el alcance de la eficiencia y eficacia mediante todos los fines que se hayan planteado en la microempresa, en toda la organización la administración es de suma importancia porque sin ella se trabajaría sin objetivos a cumplir.

- **Planeación.**- Planear incluye seleccionar misiones y objetivos, así como las acciones para lograrlos, requiere la toma de decisiones, es decir, elegir proyecto de acción futuros de entre alternativas

- **Organización.-** Es la función administrativa que implica ensamblar y coordinar los recursos humanos, físicos, información y otros que se necesiten para alcanzar las metas.
- **Integración.-** Requiere mantener cubierta las posiciones en la estructura de la organización. Esto se logra al identificar los requisitos de fuerza de trabajo volver a inventariar a las personas disponibles, y reclutar, seleccionar, colocar, promover, evaluar y planear las carreras.
- **Dirección.-** Es la función de administrar los recurso de la microempresa por parte de los administradores demostrando su eficiencia y responsabilidad en sus funciones.
- **Control.-** Es el proceso de vigilar las actividades con el fin de asegurarnos que se realicen conforme a los planes y se corrijan las desviaciones importantes.

### 2.3.2. Misión

**WHEELEN, Thomas L. HUNDER, David J. (2007). Dice:**  
***“La misión de una organización es el propósito o razón de ella, declara lo que la empresa proporciona a la sociedad, el propósito exclusivo y fundamental que distingue a una empresa de otras de su tipo e identifica el alcance de sus operaciones con respecto a los productos que ofrece y los mercados que sirve.” Pág. 12***

La misión tiene el objetivo de mantener y conservar la imagen de la empresa dando un servicio o producto de calidad en donde el consumidor se sienta totalmente satisfecho, también tiene la obligación de conservar y alcanzar e los objetivos y las metas propuestas. La misión tiene es la imagen de la empresa que en ese momento se presenta.

### 2.3.3. Visión

**FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007). Expresa: “la visión de la empresa nos indica cuál es la meta que ella persigue a largo plazo; incluye la forma en que se piensa a sí misma en la actualidad y en el futuro.” Pág. 21.**

La visión de la microempresa consiste en lograr el proceso permanente obteniéndose el perfeccionamiento a futuro lo que incide que la empresa tenga mayor seguridad en el mercado, mejorando e innovando sus productos o servicios para mayor satisfacción de los clientes.

## 2.4. Fundamentos de Mercado

### 2.4.1. Estudio de mercado

**KOTLER, Philip. (2008). manifiesta. “Es la información que se usa para identificar y definir oportunidades y problemas de mercado, para generar, afinar y evaluar actos de mercadotecnia, para vigilar la actuación de esta función y para perfeccionar la comprensión del proceso mercadotécnico”. Pág. 127**

Tomando como base la definición del autor se puede decir que el estudio de mercado es parte fundamental de un plan de negocios ya que permite identificar oportunidades de inversión como también elaborar un plan de mercadeo acorde a las expectativas del mercado potencial.

### 2.4.2. Producto

**CHARLES W. Lamb, (2006). Dice: “Al producto se lo define como aquello, sea favorable y desfavorable que una persona recibe en un intercambio, un producto puede ser un bien tangible, sin embargo los servicios y las ideas también son productos.” Pág. 36.**

El producto es la representación de un bien o servicio que está disponible en distintos mercados el producto presenta características como: variedad, calidad, diseño, características, marca, envase, servicios y garantías, tanto los productos como los servicios deben estar constantemente preparados para los cambios en mejoras y poder enfrentar a la competencia.

#### **2.4.3. Oferta**

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

La oferta es la competencia real que está en el mercado, es decir son los productos o servicios que están listos para ser adquiridos por los consumidores, la oferta siempre está pendiente en el comportamiento del mercado para fijar el precio de sus productos y buscar nuevos mercados en donde les permite mantener una mejor estabilidad y llegar directamente al consumidor final

#### **2.4.4. Demanda**

**NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manifiesta: “la demanda es la cantidad de productos o servicios que se requiere o solicita en el mercado con el fin de satisfacer una necesidad específica a un precio determinado.” Pág. 27.**

La demanda se refiere a la necesidad que el mercado tiene por adquirir el producto o servicio para poder satisfacer al consumidor, muchas veces la demanda se presenta por la poca producción en el sector o por las pérdidas por las malas temporadas, en el caso de los servicios se dan por falta de calidad y eficiencia en los servicios y por no contar con los conocimientos suficientes para atender las necesidades de los clientes.

#### 2.4.5. Promoción

**FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007). Expresa: *“Es una herramienta de mercadotecnia diseñada para persuadir, estimular, informar y recordar al consumidor sobre la existencia de un producto o servicio, por medio de un proceso de comunicación, así como de ventas y de imagen de la empresa en un tiempo y lugar determinados”*. Pág. 59.**

La promoción es el elemento de la mezcla de marketing de una organización, que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto y / o su venta, con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario.

#### 2.4.6. Publicidad

**PHILIP K. Gary (2007). Expresa: *“Es una buena manera de informar y persuadir, ya sea que el propósito sea en vender y lograr que los consumidores prefieran el producto, ya que es una tarea específica de comunicación que se realiza con un público meta específico, durante un periodo determinado”*. Pág. 461**

La publicidad es la estrategia más aplicada para dar a conocer el producto o servicios que se presenta en el mercado, la misma permitirá que se mantenga en iguales condiciones o se incremente el número de ventas porque lograra atraer con la publicidad mayores ventajas para sus ventas.

#### 2.4.7. Precio

**KERIN, Roger A., HARTLEY, Steven W., RUDELIUS, William (2006). Afirman que: *“Es el dinero u otros elementos (incluyendo otros bienes y servicios) que se intercambian por la propiedad o el uso de un bien o de un servicio.”* Pág. 262.**

El precio es el valor está representado por el valor de cada bien y producto, es el costo que establece el mercado o también dependiendo su costo de producción que el consumidor debe pagar esta cantidad monetaria para adquirirlo. El precio es el único factor que otorga ya sea un ingreso o una pérdida en la empresa, se considera importante aplicar las siguientes variables:

- Precio de lista
- Descuentos
- Complementos
- Periodo de pago
- Condiciones de crédito

#### **2.4.8. Distribución**

**KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary, (2008). Afirma *“La mayoría de los productores recurren a intermediarios para que lleven sus productos al mercado. Tratan de forjar un canal de distribución, es decir, una serie de organizaciones independientes involucradas en el proceso de lograr que el consumidor o el usuario industrial pueda usar o consumir el producto o servicio.” Pág. 471***

La distribución es una estrategia que le ayuda al vendedor llegar con mejor rapidez y precisión al mercado logrando que su producto se lo comercialice de la mejor manera y en el lugar preciso. En síntesis se podría decir que la distribución son las distintas rutas o vías, que la propiedad de los productos toma; para acercarse cada vez más hacia el consumidor o usuario final de dichos productos.

#### **2.4.9. Comercialización**

**CHARLES W. Lamb, (2006). Menciona: *“Es la decisión de llevar un producto al mercado, ya que esto incide varias tareas como el embarque del producto a los***

***puntos de distribución capacitación de los vendedores y anuncios de nuevos productos a los negocios y a los consumidores.” Pág. 342.***

Requiere una planificación muy cuidadosa que debe contestar a una serie de preguntas:

- Cuando, en relación a los competidores
- Donde, solo en una área geográfica, o en el territorio
- A quien, a todo el mercado potencial, a solo un segmento aparte de la población, etc.
- Como, es decir, debe decidir cómo hará sus inversiones promocionales, cuánto tiempo dedicara a las actividades de la fuerza de ventas, cuanto a relaciones públicas, etc.

La comercialización es un canal de distribución que está formado y representado por personas y empresas que intervienen en las transferencias de la propiedad de un producto a medida de que este pasa de la planta de fabricación al consumidor final o usuario.

## **2.5. Contabilidad**

***BRAVO VALDIVIESO, Mercedes, 2009. Afirma: Es la ciencia el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable. Pág.3***

La contabilidad se encarga de recoger toda la información financiera y económica de la empresa y tiene la obligación de presentar los informes correspondientes a sus accionistas, para que ellos conozcan realmente qué situación mantiene hasta ese entonces la empresa, También controla los movimientos que diariamente se realizan en el mercado.

### **2.5.1. Importancia**

La contabilidad es importante ya que es un proceso de análisis de registro e interpretación logrando obtener en un tiempo determinado obtener los estados financieros correspondientes y necesarios para poder tomar decisiones y controles en el momento preciso y así poder dar paso al cumplimiento de objetivos y metas de la empresa.

### **2.5.2. Objetivo de la Contabilidad**

**ZAPATA, S. Pedro. (2008), en su obra Contabilidad General manifiesta:**

- Proporcionar la situación financiera del negocio en el momento en que se solicite.
- Permitir un conocimiento e interpretación adecuado a los usuarios de la información.
- Proyectar la ampliación de las actividades teniendo como base las realizadas en periodos anteriores
- Registrar las operaciones realizadas por la empresa de una manera clara y precisa
- Controlar eficientemente las actividades financieras de la empresa.

### **2.5.3. Libros a utilizar en la contabilidad**

- **Diario general:** El diario general es un libro contable donde se recogen, día a día los hechos económicos de una empresa. La anotación de un hecho económico en el libro diario se llama asiento,

es decir en él se registra todas las transacciones realizadas por una empresa.

- **Mayor general:** Es el libro de contabilidad en donde se organizan y clasifican las diferentes cuentas que movilizan la organización de sus activos, pasivos y patrimonio, para que estos registros sean válidos deben asentarse en el libro debidamente autorizado.
- **Balance de comprobación:** Es un documento contable elaborado por el empresario que le permite hacerse una idea sobre la situación de su empresa, y las operaciones realizadas en el periodo, su objetivo es comprobar que no existe asientos descuadrados en la contabilidad.

## 2.6. Estudio Técnico

**CORDOBA PADILLA, Marcial, (2006) expresa: “El estudio técnico busca responder a las interrogantes básicas: Cuánto, donde, como, y con que producirá mi empresa. Se busca diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio.” Pág.209**

El estudio técnico realiza el análisis del lugar en donde se llevara a cabo el desarrollo del proyecto también detalla los equipos y materiales de trabajo que se utilizara tanto para la área administrativa como para la de producción.

### 2.6.1. Macrolocalización

**FLORES U, Juan A. (2007). Afirma: “El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio,**

***conocido como la Macrolocalización, hasta identificar una zona urbana o rural, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto.” Pág.49***

La Macrolocalización describe el lugar en donde se llevara a cabo el proyecto, considerando la zona geográfica en donde estará ubicada, el propósito es conocer exactamente el sector para que no exista contratiempos de no conocer las direcciones correctas en donde estará ubicado la zona que se a designando para el trabajo.

### **2.6.2. Microlocalización**

***FLORES U, Juan A. (2007). Afirma: “Es el proceso de elegir la zona y dentro de esta el sitio preciso en donde se debe estudiar varias alternativas posibles, que una vez evaluadas, permitan la escogencia de aquella que integralmente incluya la gran mayoría de factores, considerados como los más relevantes e importantes.” Pág. 50***

En la micro localización se toma en cuenta un serie de factores que favorezcan el desarrollo del proyecto es decir el sector debe contar con los servicios básicos en perfectas condiciones, las vías de comunicación en perfecto estado, tomara en cuenta que el lugar sea idóneo para el tipo de proyecto que se va aplicar.

### **2.6.3. Ingeniería del Proyecto**

***CÓRDOBA, P. Marcial (2006). Afirma: “Es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.” Pág. 240.***

La ingeniería del proyecto permite conocer la aplicación del proceso productivo, es decir cómo se irá desarrollando, también consiste en dar una mejor utilización a los materiales y recurso que tenga disponible dentro de la empresa.

## **2.7. Estados Financieros**

**SAPAG N, SAPAG R, (2008) explica: “La última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de este etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad”.Pág.59**

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero.

### **2.7.1. Estado de Resultado Integral de Periodo**

**ZAPATA, S. Pedro. (2011), expone que: “es un informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el propósito de medir los resultados económicos, es decir, utilidad o pérdida de una empresa durante un periodo determinado.” Pág. 17**

Al estado de resultados se lo conoce como un documento que detalla claramente la situación económica financiera de la empresa, en donde se conoce en quien nivel se está recuperando la inversión, también detalla

los gastos con sus respectivos respaldos indica los ingresos de ventas que ha realizado la empresa.

### **2.7.2. Estado de Situación Financiera**

**ZAPATA, S. Pedro. (2011), Manifiesta: “es un informe contable que presente ordenada y sistemáticamente las cuentas de activo, pasivo y patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado” Pág. 22.**

Este estado contiene las cantidades de los activos de la empresa, es decir los bienes adquiridos por el trabajo desarrollado en la entidad. También se encarga de presentar los estados correspondientes en los respectivos meses a los socios, presentan un informe en donde se detalla las utilidades que están obteniendo durante el periodo económico.

### **2.7.3. Estado de Flujo de Efectivo**

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

Proporciona información contable sobre las habilidades para generar dinero y aplicar estas de manera eficaz. Presenta en forma condensada la información sobre el efectivo de la empresa, también presenta los cambios ocurridos en la situación financiera.

## 2.8. Técnicas de Evaluación Financiera

**FLORES U, Juan (2007). Afirma: “Se estudia en forma conjunta los indicadores con el objeto de tomar una adecuada decisión, se asocia en forma juiciosa, la interpretación de cada uno de ellos, de acuerdo con los criterios establecidos para efectos de análisis financieros.” Pág. 115**

La evaluación del proyecto por medio de métodos matemáticos, financieros es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo.

### 2.8.1. Valor Actual Neto (VAN)

**BLOCK, Stanley B. y HIRT, Geoffrey A.(2005). Manifiestan: “Vuelve a descontar los flujos de entrada a lo largo de la vida de la inversión para determinar si son iguales o si exceden a la inversión requerida.” Pág. 345.**

El valor del dinero en el tiempo confirma el hecho de que el dinero tiene un costo, llamado interés. Es de fácil aplicación pudiendo traer los valores futuros a valor presente, se debe calcular a una tasa mayor, permitiéndole cubrir ciertos riesgos.

Su fórmula es la siguiente:

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

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

- Si el valor presente neto es mayor que 0, se acepta el proyecto.
- Si el valor presente neto es menor que 0, se rechaza el proyecto.

### 2.8.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

**FONTAINE, R. Ernesto, (2008). Manifiesta: “Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero.” Pág.100**

La tasa interna de retorno en una inversión e la tasa de rendimiento requerida que produce como resultado un VAN cero cuando es utilizada como una tasa de descuento. De acuerdo con la reglas del TIR, una inversión es aceptable si su TIR excede al rendimiento requerido, caso contrario se rechaza la inversión.

Está representado por la siguiente fórmula:

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

Dónde:

Ti = tasa inferior

Ts = tasa superior

### 2.8.3. Periodo de Recuperación

**FLORES U, Juan A. (2007). Expresa: “Que la recuperación se da cuando dentro de un año el resultado obtenido del Flujo de Fondos totalmente netos se recupera la inversión.” Pág. 119**

Este indicador se encarga de medir la liquidez como también los riesgos del proyecto, anticipa para que se tomen medidas preventivas a tiempo para evitarse problemas a futuro. Es utilizado para conocer y poder medir el tiempo que se requiere para los flujos de efectivo de una inversión para que recupere sus costos o inversión final.

### 2.8.4. Relación Beneficio-Costo

**FLORES U, Juan A. (2007). Expresa: “Este criterio de análisis permite traer a valor presente la inversión inicial del plan de negocios, comparándola con los costos en que su ejecución se esperan incurrir, para determinar si los beneficios están por encima de los costos o viceversa.” Pág. 119.**

El costo benéfico da a conocer cuánto realmente puede rendir un proyecto y el tiempo en que se demora para su recuperación y determinar si la inversión tiene o no futuro, esto se realiza mediante la comprobación de los ingresos deflactados dividido para los egresos deflactados.

Para ello se utiliza la siguiente Fórmula:

$$\text{BENEFICIO} - \text{COSTO} = \frac{\text{FLUJOS ACTUALIZADOS}}{\text{INVERSIÓN INICIAL}}$$

### 2.8.5. Punto de Equilibrio

**NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manifiesta: “el punto de equilibrio es una herramienta usada en el estudio económico para determinar el punto a partir del cual la empresa comienza a tener ganancias, considerando sus funciones de costo total y de ingreso total.” Pág. 85.**

El punto de equilibrio demuestra la utilidad o la pérdida de la empresa cuando las ventas aceden o caen por debajo de este punto, de tal forma este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta genera utilidades, pero también un decremento ocasionara pérdidas, por tal razón se deberá analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas.

## CAPÍTULO III

### 3. ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1. Presentación

La finalidad del estudio de mercado abarca la investigación de algunas variables sociales y económicas que van a condicionar el proyecto, tiene como objetivo demostrar o probar que existe un número suficiente de individuos, empresas y otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones representan una demanda que justifique implementación del proyecto.

Para garantizar la calidad del estudio se deben cumplir las siguientes acciones:

- Identificar las variables más importantes que se encuentran en el mercado del producto que ofrece el proyecto.
- Acceder a la información precisa sobre el comportamiento de este mercado.
- Procesar y analizar la información recopilada
- Proyectar su comportamiento al futuro.

Para el análisis del estudio de mercado del proyecto de la producción y comercialización de chía, se tomarán en consideración los siguientes puntos:

- La caracterización del bien objeto del estudio.
- La determinación del mercado meta al cual está destinado el proyecto.
- La realización del diagnóstico tanto de la oferta como de la demanda del bien.
- El pronóstico de la oferta y demanda
- El análisis del precio del producto
- El diseño del plan comercial más adecuado al segmento del mercado meta.

### 3.2. Identificación del producto (Chía)

#### ILUSTRACIÓN No.2 PLANTA Y SEMILLA DE CHÍA



Fuente: Bibliográfica  
Elaborado por: El autor

#### 3.2.1. Propiedades de la chía

Para PALMETTI, Néstor (2011), en su obra “Alimentos Saludables”, las propiedades de la chía son:

## ❖ **Fibra**

La chía aporta 27,6 gr. de fibra por cada 100 gr. de semilla, lo que equivale al 100% de las recomendaciones diarias para la población adulta.

La fibra tiene la capacidad de aumentar el volumen del bolo fecal que transita en el tubo digestivo. Esto se debe principalmente a su capacidad para absorber una importante cantidad de agua. En consecuencia, la materia fecal, producto final de la digestión, se torna más voluminosa y suave, debido a que se encuentra más hidratada. Además, el aumento de tamaño del bolo fecal estimula el tránsito intestinal, lo que reduce su tiempo de permanencia en el aparato digestivo, a la vez que ayuda a regular los movimientos intestinales, evitando el estreñimiento.

Por otro lado, la fibra puede formar disoluciones con el contenido gastrointestinal, de tal forma que las sustancias que tienen que absorberse les cuestan más hacerlo, como le sucede a la glucosa (azúcar) y a las grasas.

Gracias a esta función, la fibra contribuye a la prevención de múltiples enfermedades como la enfermedad cardiovascular, diabetes, como se ha demostrado en innumerables estudios epidemiológicos.

## ❖ **Las proteínas**

La chía contiene 19-23% de proteína. Una cantidad mayor que los cereales tradicionales como el trigo (13.7%), maíz (9.4%), arroz (6.5%), avena (16.9%) y cebada (12.5%).

#### ❖ **Vitamina B**

La chía es una buena fuente de vitamina B. Si se compara el contenido de vitaminas de la chía con otros cereales, se muestra que esta es más alta en niacina que el maíz, la soya y el arroz

#### ❖ **Antioxidantes**

La contaminación atmosférica, el humo del tabaco, los herbicidas, pesticidas o ciertas grasas son algunos ejemplos de elementos que generan radicales libres que ingerimos o inhalamos

### **3.2.2. Beneficios de la chía**

**Para PALMETTI, Néstor (2011), en su obra “Alimentos Saludables”, los beneficios de la chía son:**

- La chía es la mayor fuente vegetal de ácido graso omega-3. Estas grasas también contenidas en la linaza y el aceite de pescado de agua fría son esenciales para la salud
- Contiene proteínas completas proporcionando todos los aminoácidos esenciales. Esto es importante para las personas vegetarianas
- Por su contenido de omega 3 ayuda a reducir el colesterol malo y los triglicéridos
- Da una sensación de llenura ayudando a controlar el apetito. Al poner la chía en el agua la semilla crece porque absorbe varias veces su peso en agua por esta razón da la sensación de llenura.
- Ayuda a regular la coagulación de la sangre. Células de la piel, membranas, mucosas y nervios. Esto ayuda a la regeneración de los tejidos y por esta razón la usan algunos atletas.

- Ayuda a que sea más fácil el crecimiento y la regeneración de los tejidos durante el embarazo y la lactancia.

### 3.3. Mercado meta

El mercado meta al cual va dirigido el producto por parte de la microempresa son los centros naturistas de la provincia de Imbabura con perspectivas a futuro de comercializar regionalmente.

### 3.4. Análisis de la Demanda

Para cuantificar la demanda se realizó una investigación de campo a los centros naturistas de la provincia de Imbabura, considerando que estos comercializan este tipo de productos, es por tal razón que estos centros representan la demanda potencial del producto propuesto.

Siendo 79 centros (dato proporcionado por la Dirección de Salud año 2012), distribuidos de la siguiente manera en la provincia.

**CUADRO No.20  
CENTROS NATURISTAS EN IMBABURA**

<b>CANTÓN</b>	<b>No. DE CENTROS</b>
IBARRA	38
OTAVALO	22
ANTONIO ANTE	9
COTACACHI	5
PIMAMPIRO	3
URCUQUI	2
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>

Fuente: Dirección de salud de Imbabura

Elaborado por: El autor

Considerando que el universo a investigar es pequeño se decidió efectuar un censo.

**Resultados de la investigación de campo efectuado a los centros naturistas de los cantones de la provincia de Imbabura.**

**1. Cuánto tiempo lleva en la actividad**

**CUADRO No.21  
TIEMPO EN LA ACTIVIDAD**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Menos de 3 años	11	14
Entre 3 y 5 años	27	34
Más de 5 años	41	52
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.18**



Fuente: Centros naturistas  
Elaborado por: El autor

**ANÁLISIS:**

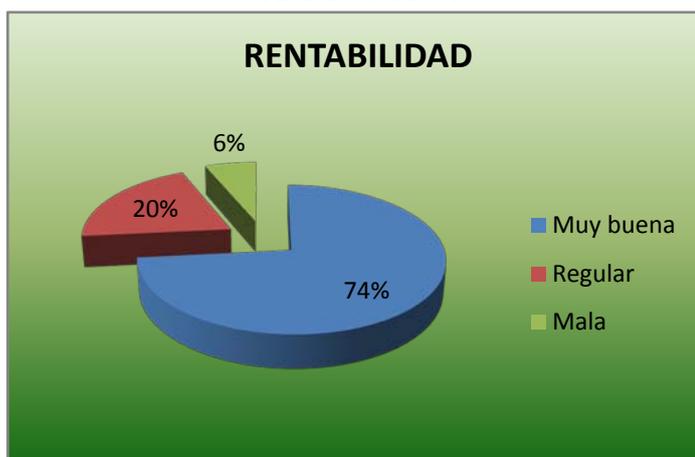
Tomando en cuenta la investigación de campo la mayor parte de centros naturistas llevan en la actividad más de 5 años, lo que significa que los productos ofertados por estos locales tienen gran aceptación en los consumidores, existe en menor porcentajes centros que está en la actividad menos de 5 años, lo que confirma que cada día crece la venta de productos naturales.

2. ¿Cómo considera la rentabilidad del negocio de productos naturales?

**CUADRO No.22  
RENTABILIDAD**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Muy buena	58	73
Regular	16	20
Mala	5	6
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.19**



Fuente: Centros naturistas  
Elaborado por: El autor

**ANÁLISIS:**

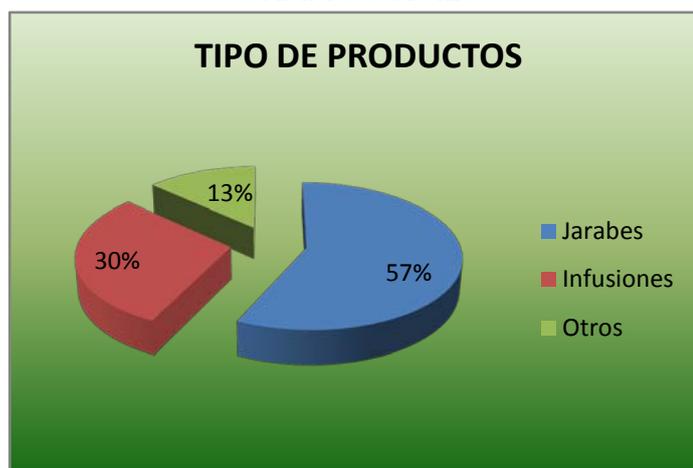
La mayor parte de los encuestados afirman que la rentabilidad de la venta de productos naturales es muy buena, debido a la alta aceptación de estos productos, existe un menor porcentaje que manifiestan que es regular y mala por no tener variedad de productos para comercializar.

### 3. Qué tipo de productos naturales son elaborados por usted?

**CUADRO No.23**  
**TIPO DE PRODUCTOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Jarabes	45	57
Infusiones	24	30
Otros	10	13
TOTAL	79	100

**GRÁFICO No.20**



Fuente: Centros naturistas  
Elaborado por: El autor

#### **ANÁLISIS:**

Los productos que mayormente se pueden producir son las infusiones porque no requieren de mayor cocimiento para realizarlas, además también existen otros tipos de productos que se pueden realizar con las plantas naturales que son aceptadas en grandes cantidades en el mercado.

#### 4. ¿Conoce usted las bondades de la chía?

**CUADRO No.24  
CONOCIMIENTO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Mucho	21	27
Poco	55	69
Nada	3	4
TOTAL	79	100

**GRÁFICO No.21**



Fuente: Centros naturistas

Elaborado por: El autor

#### **ANÁLISIS:**

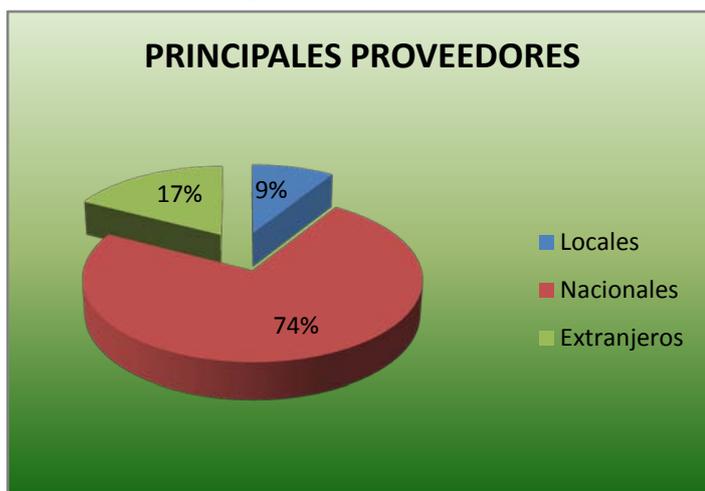
Tiene pocos conocimientos los encuestados sobre los beneficios de la chía, básicamente los necesarios para dar a conocer a los clientes la importancia que radica el consumirlo, otros conocen muchos sobre las bondades que la chía presenta porque consideran que saben asesorar adecuadamente a su clientes

## 5. ¿Cuáles son sus principales proveedores?

**CUADRO No.25  
PRINCIPALES PROVEEDORES**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Locales	7	9
Nacionales	58	74
Extranjeros	14	17
TOTAL	79	100

**GRÁFICO No.22**



Fuente: Centros naturistas

Elaborado por: El autor

### **ANÁLISIS:**

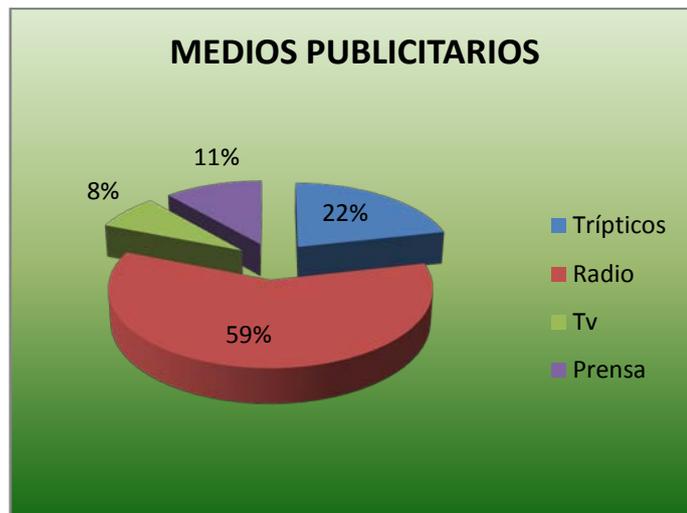
Los principales proveedores de los productos naturales la mayoría son nacionales de las distintas ciudades del país, a diario se reciben visitas de los representantes de las empresa productora de productos naturales ofertando su producto, también cuentan con proveedores extranjeros que ofertan productos de calidad.

6. ¿La comercialización de los productos que usted vende son publicados a través de?

**CUADRO No.26**  
**MEDIOS PUBLICITARIOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Trípticos	17	22
Radio	47	59
Tv	6	8
Prensa	9	11
TOTAL	79	100

**GRÁFICOS No.23**



Fuente: Centros naturistas

Elaborado por: El autor

**ANÁLISIS:**

La mayor parte de los centros naturistas utilizan el medio de comunicación radial para dar a conocer sus productos, también aplican la estrategia de venta a través trípticos donde se detalla las características más importantes de los productos naturistas.

7. ¿Tomando en cuenta que la chía es un buen sustituto de productos de alto valor nutritivo y curativo, estaría dispuesto adquirir?

**CUADRO No.27  
DISPUESTOS A ADQUIRIR**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	72	91
No	7	9
TOTAL	79	100

**GRÁFICO No.24**



Fuente: Centros naturistas

Elaborado por: El autor

### **ANÁLISIS:**

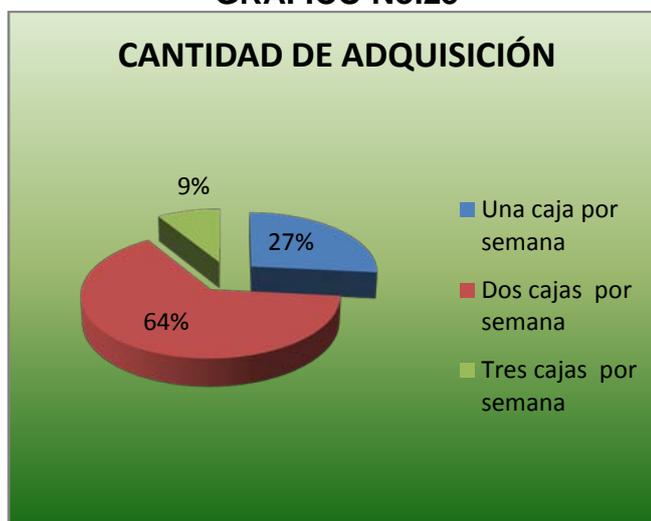
De acuerdo a los resultados obtenidos se determina que los centros naturistas tienen una significativa predisposición en la adquisición del producto, consideran que es buena opción ya que en ocasiones se escasea los productos sustitutos, lo que significa que no se puede cubrir la demanda del producto en el mercado, otros comentan que la adquisición que ellos realizarían es poca porque demora hasta que los clientes sienten que es un buen producto sustituto.

8. ¿En caso de que usted acepte a la chía como un producto de gran valor nutricional cuantas cajas de 3 kilos estaría dispuesto a adquirir semanalmente?

**CUADRO No.28  
CANTIDAD DE ADQUISICIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Una caja por semana	21	27
Dos cajas por semana	51	65
Tres cajas por semana	7	9
TOTAL	79	100

**GRÁFICO No.25**



Fuente: Centros naturistas

Elaborado por: El autor

### **ANÁLISIS:**

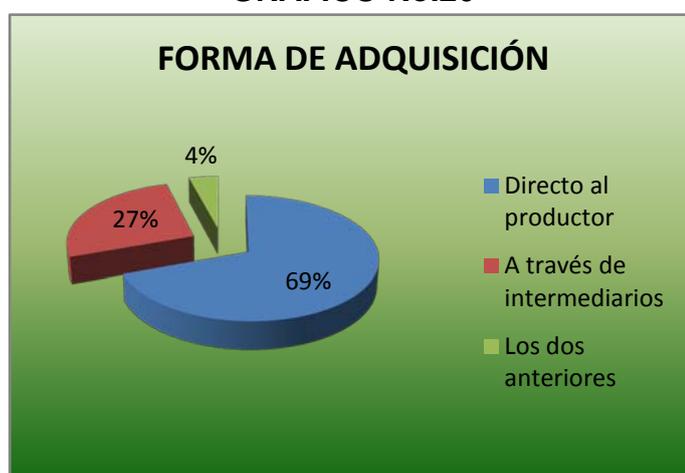
El volumen que están dispuestos a adquirir la mayoría de centros es de dos cajas de chía de 3 kilos por semanal debido a que consideran que es un buen sustituto de otros productos, otros consideran que la cantidad adecuada es de 1 caja por semana para lograr despachar el producto y en un mínimo porcentaje es de tres cajas por semana esto se debe a la falta de conocimiento de los beneficios del producto.

## 9. ¿La adquisición de la chía le gustaría que sea?

**CUADRO No.29**  
**FORMA DE ADQUISICIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Directo al productor	55	69
A través de intermediarios	21	26
Los dos anteriores	3	4
TOTAL	79	100

**GRÁFICO No.26**



Fuente: Centros naturistas

Elaborado por: El autor

### **ANÁLISIS:**

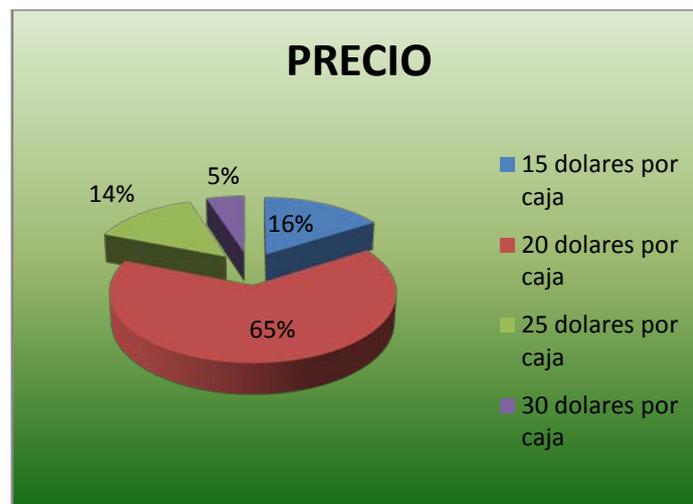
La forma de adquisición más solicitada por los centros naturista es que sea directamente del productor, porque existen ventajas que favorecen a los compradores, existiría un precio razonable donde las dos partes se beneficiaran, otros consideran que lo refieren a través de intermediarios porque ya no estarían pasando el tiempo de buscar el producto.

**10. ¿El precio al cual estaría dispuesto a pagar por una caja de 3 kilos de chía es?**

**CUADRO No.30  
PRECIO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
15 dólares por caja	13	16
20 dólares por caja	51	65
25 dólares por caja	11	14
30 dólares por caja	4	5
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.27**



Fuente: Centros naturistas  
Elaborado por: El autor

**ANÁLISIS:**

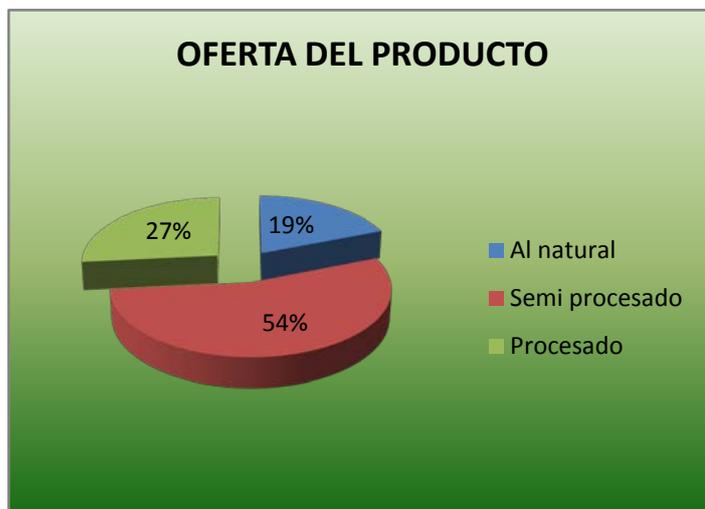
Según la investigación campo efectuada el precio más adecuado para la caja de chía de 3 kilos es de 20 dólares debido a la presentación y el contenido, una mínima parte opinan que los precios debería ser de 15, 25 y 30 dólares por caja, este análisis debe ser tomado en cuenta a la hora de fijar el precio del producto.

## 11. ¿Cómo le gustaría que se le oferte el producto?

**CUADRO No.31  
OFERTA DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Al natural	15	19
Semi procesado	43	54
Procesado	21	27
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.28**



Fuente: Centros naturistas  
Elaborado por: El autor

### **ANÁLISIS:**

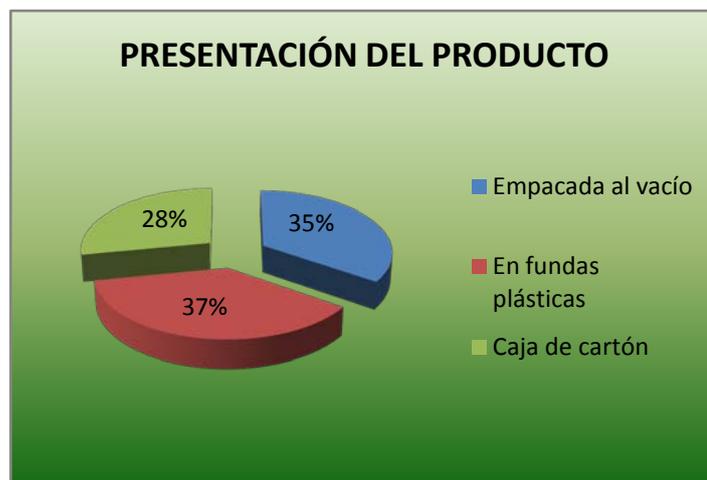
Lo más conveniente al ser ofertado el producto es semi procesado a si manifiestan los investigados, debido a que el producto debe tener un valor agregado , un porcentaje considerable afirma que el producto debe ser procesado para que llegue al mercado en diferentes presentaciones, existe un porcentaje menor que desea que el producto sea natural.

## 12. ¿La presentación del producto le gustaría que sea?

**CUADRO No.32**  
**PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Empacada al vacío	28	35
En fundas plásticas	29	37
Caja de cartón	22	28
TOTAL	79	100

**GRÁFICO No.29**



Fuente: Centros naturistas

Elaborado por: El autor

### **ANÁLISIS:**

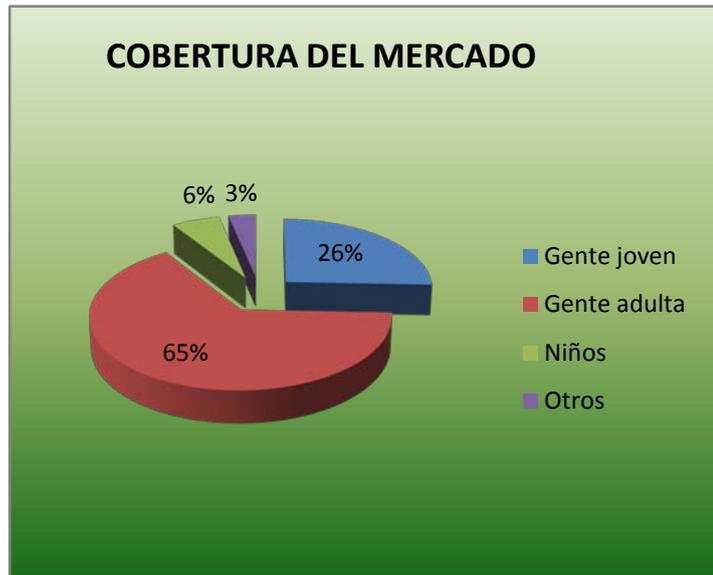
La opción más adecuada para la presentación del producto es realizarlo en fundas plásticas donde se detalle las características del productos, beneficios que contiene y demás especificaciones, porcentajes similares manifiestan que el producto debe comercializarse en cajas de cartón y empacadas al vacío.

### 13. ¿La cobertura de su mercado es?

**CUADRO No.33  
COBERTURA DEL MERCADO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Gente joven	21	26
Gente adulta	51	65
Niños	5	6
Otros	2	3
TOTAL	79	100

**GRÁFICO No.30**



Fuente: Centros naturistas

Elaborado por: El autor

### **ANÁLISIS:**

Para este tipo de producto la cobertura del mercado es la gente adulta debido conforme pasan los años las personas comienzan a presentar enfermedades, que requieren de tratamientos, también esta dirigido para la gente joven que presentan problemas a temprana edad de vida.

### 3.4.1. Comportamiento de la demanda actual

Una vez efectuado la investigación decampo a los centros se ha podido establecer la demanda de chía, tomando como base la pregunta 7, 8 donde se indaga acerca de la predisposición de compra, la cantidad y frecuencia, quedando los siguientes resultados, de los 79 centros el 91% están dispuestos adquirir el producto, de ahí se desprende la demanda anual en kilos.

**CUADRO No.34**  
**COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ACTUAL**

DISPUESTOS A ADQUIR EL PRODUCTO 91%	FRECUENCIA DE CONSUMO	%	N° DE CENTROS	N° VECES DE CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO POR CAJAS	CONSUMO ANUAL EN CAJAS	PESO POR CAJA EN KILOS	CONSUMO ANUAL EN KILOS
72	Una caja por semana	26	19	52	1	988	3	2964
	Dos cajas por semana	65	47	52	2	4888		14664
	Tres cajas por semana	9	6	52	3	936		2808
	TOTAL	100	72			<b>6812</b>		<b>20436</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

El cuadro anterior demuestra la gran aceptación de la chía en el mercado ya que es un producto de gran valor nutritivo y curativo, de ahí se tiene que para el 2012 la demanda de chía es de 20436 kilos

### 3.4.2. Proyección de la demanda

Para proyectar la demanda se utilizó la tasa de crecimiento del 5% anual que representa el incremento de la demanda de productos naturales en los centros naturistas, aplicando la siguiente fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

Donde:

C<sub>n</sub>: consumo futuro

Co: demanda determinada en las encuestas.

i: tasa de crecimiento

n: año proyectado.

**CUADRO No.35  
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE CHÍA**

<b>AÑO</b>	<b>CONSUMO FUTURO EN KILOS</b>
2013	21458
2014	22531
2015	23657
2016	24840
2017	26082

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Como se puede apreciar la demanda futura de chía es muy atractiva la cual puede ser captada por el proyecto propuesto

### **3.5. Oferta del proyecto**

Para plantear la oferta del proyecto se ha tomado en cuenta los siguientes aspectos: capacidad del proyecto, capacidad administrativa, capacidad operativa y la existencia del mercado suficiente para el producto, quedando de la siguiente manera para el primer año de funcionamiento el proyecto captara el 28% de la demanda potencial identificada en el año 2013 del cuadro anterior.

#### **3.5.1. Proyección de la oferta del proyecto**

El proyecto entregará al mercado en el año 2013, 6063 kilos de chía aptas para la venta satisfaciendo a la demanda potencial identificada en el primer año de funcionamiento del proyecto en un 28%, a continuación se presenta la demanda captada por el proyecto.

**CUADRO No.36  
PRONÓSTICO DEL PROYECTO**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA ANUAL EN KILOS</b>	<b>OFERTA ANUAL DE CHÍA EN KILOS</b>	<b>PARTICIPACION EN EL MERCADO DE CHÍA EN %</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA EN %</b>
2013	21458	6063	28	72
2014	22531	7275	32	68
2015	23657	8488	36	64
2016	24840	9700	39	61
2017	26082	10913	42	58

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: El autor

### **3.6. Competencia del producto**

Dentro del análisis de la competencia para la chía se encuentran los productos sustitutos entre los que se puede mencionar:

- Linaza
- Uña de gato
- Cartílago de tiburón
- Damasco
- Pistacho
- Castaña de caju
- Lino
- Sarraceno, entre otros.

### **3.7. Análisis y determinación del precio**

El precio de la caja de chía de 3 kilos cada una fue determinada en base al análisis de costos y gastos más un margen de utilidad, como también tomando en consideración el mercado.

Para determinar el precio se utilizó el siguiente procedimiento:

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas (CAJAS)}}$$

$$CFu = \frac{16803,14}{2021}$$

$$CFu = 8,31$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas (CAJAS)}}$$

$$CVu = \frac{10505,38}{2021}$$

$$CVu = 5,20$$

$$\text{PRECIO} = CFu + CVu + 48\%CTu$$

$$\text{PRECIO} = 8,31 + 5,20 + 48\%CTu$$

$$\text{PRECIO} = 8,31 + 5,20 + 48\%(13,51)$$

$$\text{PRECIO} = 8,31 + 5,20 + 6,49$$

$$\text{PRECIO} = 20 \text{ dólares}$$

El precio por cada caja de chía de 3 kilos será 20,00 dólares

**CUADRO No.37**  
**PROYECCIÓN DEL PRECIO DE LA CAJA DE CHÍA**

PRODUCTO	2013	2014	2015	2016	2017
Precio por cada caja de chía de 3 kilos en dólares	20,00	21,08	22,22	23,42	24,68

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El Autor

Para la proyección del cuadro anterior se la efectuó en base a la inflación anual del año 2011 que es del 5,41%

### 3.8. Estrategias comerciales

#### ILUSTRACION No. 3 SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN



Elaborado por: El Autor

Las estrategias diseñadas están basadas a las 4 P's.

#### 3.8.1. Producto

El producto que el proyecto presenta brinda beneficios nutricionales que favorecen para una buena calidad de vida, para mejor conocimiento sobre el producto se ha considerado ciertas estrategias que hacen posible su comercialización a continuación se comenta cada una de ellas:

##### Marca

- Estimula la demanda mediante publicidad, ventas personales y otras formas de promoción, y mantener una calidad estable y adecuada.
- Si el producto no satisface la calidad que el cliente demanda lo reflejará desfavorablemente en la marca, ya que a la larga no deseará comprar no solo el artículo, sino cualquier producto de la misma marca.

- **Etiqueta**

- La etiqueta gracias a su evolución se ha convertido en una pieza publicitaria más. En algunos casos la etiqueta ayuda al consumidor a encontrar el producto, en otros lo único que hace es confundirlo.
- La causa principal de esta confusión es el diseño de la etiqueta que se elabora con la finalidad de impactar psicológicamente al consumidor.
- La etiqueta es la parte del producto que contiene la información escrita sobre el artículo; una etiqueta puede ser parte del embalaje (impresión o puede ser solamente una hoja adherida directamente al producto).
- Lo que espera el consumidor de la etiqueta son inscripciones claras, definidas, precisas, comprensibles, completas, informativas, sobre todo menos manipuladoras, que expliquen el uso, el contenido y la fórmula de éste.

La finalidad de la etiqueta es identificar al producto con el propósito de distinguirlo de los demás. Informando también sobre la calidad y servicio del mismo.

## **Empaque**

- Empaque se caracteriza por llevar registrado las características del producto que permite al consumidor informarse.
- Es necesario conocer el proceso del producto desde que éste se envasa hasta que llega a ser consumido, por tanto, se debe buscar el empaque que más se acomode a su funcionalidad.

Como criterio de la toma de decisión del empaque es crear un empaque lo más óptimo posible para el producto y es una preocupación constante de los diseñadores porque debe estar diseñado de acuerdo al gusto del cliente, se ha decidió que la comercialización del producto será en un contenido de 3 kilos por caja.

### **3.8.2. Precio**

La estrategia de precios es un paso fundamental que la microempresa debe tener porque establece las directrices y límites para:

- **Equipararse con los precios de los competidores:** Se empleara cuando haya gran cantidad de productos en el mercado y estén poco diferenciados.
- **Diferenciarse de los competidores con precios superiores:** La idea principal de ésta estrategia de precios esta en transmitir una imagen de calidad o exclusividad a fin de captar los segmentos con mayor poder adquisitivo.
- **Diferenciarse de los competidores con precios inferiores:** La idea principal de ésta estrategia de precios es la de estimular la demanda de los segmentos actuales y/o de los segmentos potenciales que son sensibles al precio.
- **Mantenimiento del precio frente a la competencia:** La idea principal de ésta estrategia es la de mantener los precios para evitar reacciones imprevistas de los consumidores ante una subida de precios.

### 3.8.3. Publicidad

Es la forma impersonal de dar a conocer a los productos para esta se aplicara los diferentes medios entre ellos tenemos:

**CUADRO No.38**  
**MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

• Radio
• Periódico
• Revistas
• Folletos carteles
• Internet

Estos medios de comunicación suelen ser flexibles ya que brinda a la microempresa la oportunidad de llegar a muy grandes audiencias seleccionadas o centrarse en una más pequeña y definida. Es muy eficaz en cuanto a su costo muy bajo y permite repetir el mensaje ininidad de veces, permitiendo que el producto sea conocido.

Además se aplicara otras estrategias que permita incentivar a la compra a los consumidores potenciales.

#### **Venta Personal**

Esta estrategia consiste en informar y persuadir a los consumidores para que compren el producto por sus beneficios. El costo es más elevado que el de la publicidad, pero los esfuerzos de la venta llegan a tener mejores resultados.

#### **Promoción de ventas**

Esta manera permite dar a conocer los productos en forma directa y personal, además de ofrecer valores o incentivos adicionales del producto a vendedores o consumidores, no es muy constante.

#### **3.8.4. Plaza o distribución**

Estas estrategias están basadas en la cobertura que la distribución está dispuesta, de acuerdo al número de intermediarios.

**Distribución intensiva.-** En este tipo de distribución la microempresa buscara el mayor número de puntos de venta posibles.

**Distribución selectiva.-**El producto está dirigido a un mercado en especial al cual se podrá vender el producto.

**Estrategia de Push “presión o empuje”.-**La estrategia consiste en orientar el esfuerzo de la comunicación a los intermediarios con la finalidad de promocionar más la marca del producto.

#### **Estrategias de Pull “jalon o espiración”**

Esta estrategia concentrara los esfuerzos de promoción sobre el consumidor final.

#### **3.9. Conclusión del estudio**

Del estudio realizado tanto de la demanda como de la oferta del producto, se puede concluir que existe un mercado potencial que está predispuesto a adquirir el producto, con esta premisa se determina que existe factibilidad de mercado para el producto. Ya que el estudio arroja (pregunta 7) que de un total de 79 centros naturistas 72 están dispuestos a adquirir nuestro producto por las bondades que presenta y estamos en capacidad de satisfacer tan solo un 28% en el primer año.



## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **Presentación**

El propósito del estudio técnico es determinar los aspectos técnicos del proyecto en función del manejo de los recursos existentes tomando en cuenta la utilización óptima de los mismos.

Para mejores resultados se analiza los siguientes aspectos:

- La localización del proyecto
- El tamaño del proyecto
- La distribución de la plantación
- El proceso productivo
- Presupuesto de inversión

#### **4.1. Localización óptima del proyecto**

La localización óptima del proyecto tiene la finalidad de analizar la macro y microlocalización, es decir investigar el lugar en donde se desarrollara el proyecto.

##### **4.1.1. Macrolocalización**

La macrolocalización del proyecto será:

País: Ecuador

Provincia: Imbabura.

Cantón: Urcuqui

#### ILUSTRACIÓN No.4 UBICACIÓN DEL CANTÓN URQUQUI



FUENTE: Investigación directa  
ELABORADO POR: El Autor

La provincia de Imbabura conocida también como la provincia de los lagos, limita al Norte, con las provincias de Carchi y Esmeraldas, al Sur, con Pichincha, al Este con Sucumbíos y al Oeste con la provincia de Esmeraldas. Su capital es Ibarra, fundada el 28 de septiembre de 1606. Tiene una superficie de 4.986 Km<sup>2</sup>, con 398.244 habitantes según el censo del 2010.

Esta provincia posee una diversidad de pisos climáticos que van desde el meso térmico húmedo y semihúmedo, pasando por el meso térmico seco, hasta el páramo. La temperatura promedio oscila entre los 8°C y 28°C.

El Cantón San Miguel de Urcuquí se encuentra rodeado de un paisaje natural incomparable y un acogedor clima. De las entrañas de la madre tierra brotan aguas con poder curativo por lo que es visitado por turistas nacionales y extranjeros que buscan en ellas una terapia para su cuerpo y alma. Este rincón está habitado por gente amable y trabajadora con deseo de luchar.

Rodeado de majestuosas montañas que representan un legado histórico, y un paisaje natural incomparable, nace el Cantón San Miguel de Urcuquí, como una bendición a la naturaleza y al hombre. El poder curativo de sus aguas que brotan de las entrañas de la tierra y el acogedor clima, atrae al turista nacional e internacional fascinándolo con el encanto de una tierra amable, gestora de hijos trabajadores con deseo de luchar y alcanzar el más alto curul de progreso.

Lugar considerado ideal por reunir las siguientes características:

Clima: Desde el templado subtropical hasta el frío en los páramos

Temperatura: 18<sup>0</sup> en promedio

Suelos: aptos para una diversidad de cultivos según el MAGAP

#### **4.1.2. Microlocalización**

El sector estratégico o de micro localización es en donde se desarrollará el proyecto es la parroquia de Tumbabiro Cantón Urcuquí, sector de la hacienda San Francisco y con 1213agricultores de donde 594 son mujeres y 619 son hombres, el cual cuenta con factores que favorecen el desarrollo del proyecto cuenta con un clima apto para laproducción que la microempresa desea cultivar, además tiene disponibilidad de los servicios básicos, vías de acceso en buen estado etc.

## ILUSTRACIÓN No.5 UBICACIÓN MICRO DEL PROYECTO



FUENTE: Investigación directa  
ELABORADO POR: El Autor

### 4.2. Tamaño del proyecto

#### 4.2.1. Factores que condicionan el tamaño del proyecto

Los factores más importantes para la determinación del tamaño del proyecto que se deben considera son:

- La demanda
- Disponibilidad de la materia prima.
- Tecnología.
- Financiamiento.

- **La demanda**

La demanda es uno de los factores más importantes que se deben analizar porque depende de la predisposición del mercado para que el producto tenga éxito en las ventas, lo que permitirá que poco a poco vaya abriendo mercados en otros lugares.

La demanda identificada para el producto (chía) asciende a 21458kilos para el año 2013, con un crecimiento al año 2017 de 26082 kilos.

- **Disponibilidad de materia prima.**

Al contar con las vías en buen estado no existe ninguna dificultad para la adquisición de la materia prima y materiales que serán utilizados en la producción y comercialización de la chía. Entre los materiales que serán utilizados tenemos:

- Semilla
- Insecticidas
- Herramientas de trabajo

- **Tecnología**

Se considera importante la aplicación de la tecnología para el proceso de producción y comercialización de la chía, porque resulta un mecanismo que permite minimizar costos y aumentar la productividad del cultivo.

- **Financiamiento**

Con respecto al capital que se necesita para la creación de la microempresa se puede financiar a través de instituciones como el Banco de fomento o través de la CFN debido a que estas instituciones maneja programas para el apoyo de nuevos emprendimientos.

### 4.3. Capacidad del proyecto

Para definir la capacidad del proyecto se tomó en cuenta lo siguiente:

**Área de cultivo:** se dará inicio con cinco hectáreas, cada año se aumentará una hectárea más, llegando a cultivar en el quinto año 9 hectáreas.

**Producción promedio:** 1250 kilos por hectárea.

**Horizonte del proyecto:** 5 años.

- **PROGRAMA DE PRODUCCIÓN**

**CUADRO No.39  
PROGRAMA DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
PRODUCCIÓN PROMEDIO POR HECTAREA EN KILOS	1250	1250	1250	1250	1250
NÚMERO DE HECTÁRES	5	6	7	8	9
<b>PRODUCCIÓN TOTAL</b>	<b>6250</b>	<b>7500</b>	<b>8750</b>	<b>10000</b>	<b>11250</b>

Fuente: Opinión de experto

Elaborado por: El autor

Para determinar la producción chía apta para la venta se consultó a un experto en el tema, el cual manifestó que se debe manejar un 3% de la producción como no apta para la venta.

- **PRODUCCIÓN APTA PARA LA VENTA**

**CUADRO No.40  
PRODUCCIÓN APTA PARA LA VENTA**

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Producción Total	100%	6250	7500	8750	10000	11250
Apta para la venta	97%	6063	7275	8488	9700	10913
No apta	3%	188	225	263	300	338

Fuente: Opinión de experto

Elaborado por: El autor

Para obtener en número de cajas de chíá que se comercializará se dividió el total de la producción de chíá apta para la venta para 3 kilos ya que es el contenido de cada caja a comercializar.

• **PRODUCCIÓN APTA PARA LA VENTA EN CAJAS DE 3 KILOS**

**CUADRO No.41  
PRODUCCIÓN APTA PARA LA VENTA EN CAJAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Producción apta para la venta en kilos	6.063	7.275	8.488	9.700	10.913
Producción apta para la venta en cajas de 3 kilos	2.021	2.425	2.829	3.233	3.638

Elaborado por: El autor

**4.4. Distribución de la Planta**

El área que se destina para la construcción de la infraestructura es de 126m<sup>2</sup>, lo restante se destina para la plantación:

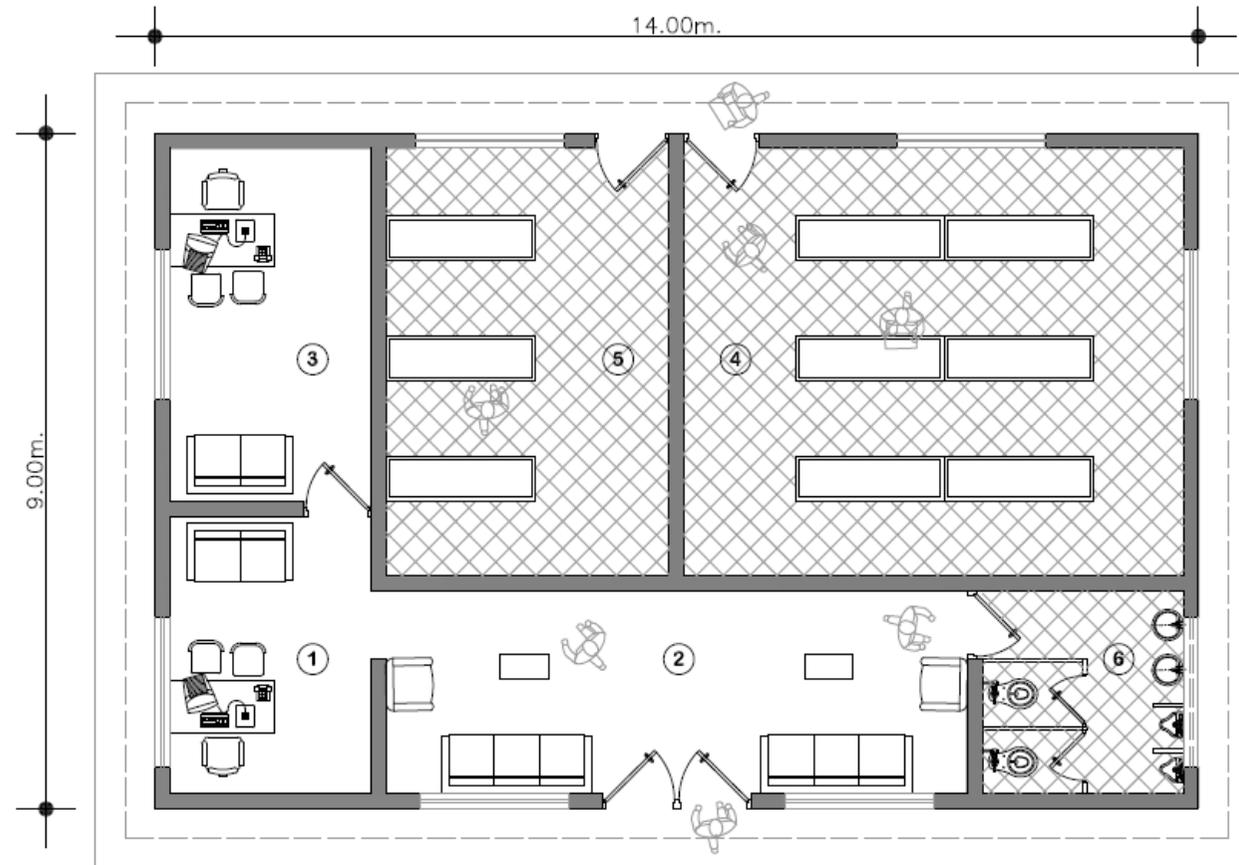
**CUADRO No.42  
DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES**

N°	ÁREA	m2
1	GERENCIA	16
2	RECEPCIÓN	24
3	CONTABILIDAD	12
4	BODEGA DEL PRODUCTO	42
5	CUARTO DE HERRAMIENTAS	23
6	BAÑO	9
<b>TOTAL</b>		<b>126</b>

Elaborado por: El autor

### 4.3.1. Diseño de la planta

#### ILUSTRACIÓN No.6 DISEÑO DE INSTALACIONES DE LA PLANTA



Elaborado por: El autor

#### **4.5. Proceso de producción.**

A continuación se detalla las etapas de producción de la chía.

- **Preparación del Terreno**

El cultivo de la chía prospera más en los suelos francos y bien drenados, para realizar este tipo de producto se aconseja aplicar técnicas, que consiste acumulación de agua en el suelo de las primeras lluvias que se presenten, para que sea utilizado por las plantas una vez sembradas.

- **Rastrado**

El rastrado es importante realizarlo cuando el suelo esta húmedo y cuando las semillas de las malezas hayan germinado, para así poder eliminarlas, se rastra de manera cruzada para así lograr una buena nivelación.

- **Desterronado**

Este proceso se lo realiza cuando todavía quedan terrones en la tierra para realizar este procesos se utiliza dos tipos de rodillos el cultipaker, que es un cilíndrico provisto de dientes alrededor de su superficie, y el de la cabra.

- **Surcado**

Se efectúa con sus surcos distanciados entre 35 a 40cm, con la yunta, al cual se adiciona ramas en forma transversal a la reja, para que efectué. Es indispensable mantener un sistema de una mejor expansión de surco.

- **Siembra**

Esta operación consiste en colocar la semilla en un terreno debidamente preparado para facilitar su desarrollo. Antes de la siembra se debe

realizar el mullido o desterronado, con la finalidad de algunas malezas que germinaron.

- **Época de siembra**

Estas varían de acuerdo a la zona y las variedades que se van a cultivar también depende de la presencia de la lluvia y del grado de humedad del suelo.

- **Densidad de la siembra**

La densidad depende de la extensión de la tierra que se vaya a cultivar para poder fijar que cantidad de semillas pueden entrar.

- **Profundidad de siembra**

Se recomienda de 2 a 3 cm de profundidad pudiendo llegar hasta 5cm esto puede variar de acuerdo a la humedad del suelo, es decir a mayor humedad la siembra es más superficial y a menor humedad se debe sembrar a mayor profundidad con la finalidad de evitar el quemado de las semillas por los rayos solares.

- **Métodos de siembras**

La siembra se efectúa distribuyendo la semilla uniformemente, ya sea con la mano o usando unos tubos con pequeñas perforaciones en la base, debiendo colocar en el fondo del surco y evitando que las semillas no estén con los fertilizantes pues esto producirá daños severos en la semilla.

- **Fertilización o abonamiento**

Antes de aplicar fertilizantes siempre es recomendable hacer un análisis de suelo previo a la siembra para poder determinar la cantidad de nutrientes disponibles para el cultivo.

## **LABORES DEL CULTIVO**

- **Deshierbo**

Se lo realiza para evitar la competencia entre cultivo y maleza, fundamentalmente por agua, luz, nutrientes y suelo, así mismo la maleza son mas vivaces, soportan mejor las condiciones adversas y son hospederas de plagas.

- **Purificación de variedad**

Esta labor consiste en eliminar plantas de chíá que no unen características varietales del cultivo se debe realizar antes de la floración cuando haya una buena diferenciación entre otras variedades y el cultivo con la finalidad de eliminarlas.

- **Cosecha**

La cosecha se la realiza una vez que las plantas hayan alcanzado su madurez fisiológica y estas se reconocen cuando las hojas inferiores se forman completamente

- **Limpieza**

Después de haber realizado la trilla de la chíá, es necesario realizar el venteo o limpieza para eliminar los residuos finos que esta conformado por los: tallos, hojas, inflorescencias y flores, generalmente esta labrio se la realizara en las horas de la tarde, donde el viento es mas fuertes y continuo.

- **Secado de grano de chíá**

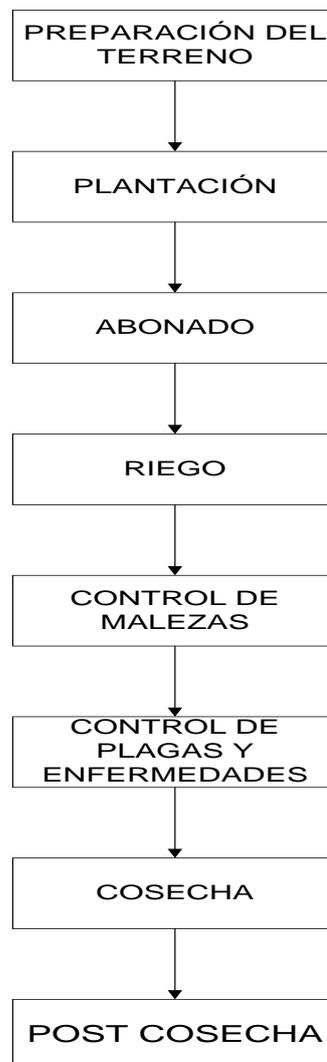
Una vez realizado el venteo y limpiado de granos se debe realizar el secado del mismo, exponiéndolos a la radiación solar, ya que los granos

húmedos pueden fermentar y adquirir una coloración amarillenta desmejorando la calidad.

- **Almacenamiento**

Se recomienda un almacenamiento adecuado para evitar mayores pérdidas especialmente por el ataque de roedores y polillas. Se debe de realizar el almacenamiento en lugares secos con buena ventilación, empleando envases de polietileno, colocando en tarimas de madera.

#### 4.5.1. Diagrama de Bloque



Elaborado por: El autor

#### 4.6. Presupuesto de inversión

Para la gestión del presente proyecto se efectuará las siguientes inversiones.

##### 4.6.1. Inversión fija

- **Infraestructura**

**CUADRO No.43  
INFRAESTRUCTURA**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Infraestructura	m2	126	75,00	9.450,00
<b>TOTAL</b>				<b>9.450,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor.

- **Vehículo**

**CUADRO No.44  
VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vehículo 2002	1	8.500,00	8.500,00
<b>TOTAL</b>			<b>8.500,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor.

- **Maquinaria**

**CUADRO No.45  
MAQUINARIA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de Fumigación a motor	1	780,00	780,00
Selladora de Polipropileno	1	270,00	270,00
Analizador de humedad	1	80,00	80,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.130,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor.

- **Herramientas para la producción**

**CUADRO No.46  
HERRAMIENTAS PARA LA PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Carretilla	1	160,00	160,00
Azadones	2	12,00	24,00
Palas	5	6,00	30,00
Rastrillos	4	9,00	36,00
Trinches	4	7,00	28,00
Tanque de gas	1	45,00	45,00
<b>TOTAL</b>			<b>323,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor.

- **Muebles y enseres**

**CUADRO No.47  
MUEBLES Y ENSERES**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio Modular Pequeño	2	170,00	340,00
Archivador vertical	2	120,00	240,00
Sillas giratorias	2	45,00	90,00
Sillas	6	20,00	120,00
Mesa de madera grande	1	130,00	130,00
Estanterías	3	150,00	450,00
<b>TOTAL</b>			<b>1370,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor.

- **Equipo de computación**

**CUADRO No.48  
EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador PC	2	580,00	1.160,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.160,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor.

- **Equipo de oficina**

**CUADRO No.49  
EQUIPO DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Impresora Multifunción	1	240,00	240,00
Teléfono	1	80,00	80,00
<b>TOTAL</b>			<b>320,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor.

- **Resumen de inversión fija**

**CUADRO No.50  
RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA**

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Infraestructura	9.450,00
Maquinaria y equipo	1.130,00
Herramientas para la producción	323,00
Vehículo	8.500,00
Muebles y enseres	1.370,00
Equipo de computación	1.160,00
Equipo de oficina	320,00
Imprevistos 3%	667,59
<b>TOTAL</b>	<b>22.920,59</b>

Elaborado por: El autor.

#### 4.6.2. Inversión diferida

**CUADRO No.51  
INVERSIÓN DIFERIDA**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Estudio de factibilidad y diseño	1400
Permisos	170
<b>TOTAL</b>	<b>1570</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor.

#### 4.6.3. Inversión variable o capital de trabajo

El capital de trabajo está presupuestado para 6 meses, dinero que ayudara hasta que el proyecto adquiriera independencia operativa.

**CUADRO No.52  
INVERSIÓN VARIABLE**

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		
Preparación del terreno	60,00	
Materia prima e insumos	625,00	
Mano de obra	3214,70	
Alquiler de trilladora	125,00	
Arriendo del terreno	1.000,00	
Pago agua de riego	75,00	
<b>Subtotal (CP)</b>		<b>5.099,70</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
Sueldos	4.933,02	
Servicios básicos	210,00	
Servicio de comunicación	258,00	
Suministros de oficina	83,05	
Mantenimiento Computación	90,00	
<b>Subtotal total (GA)</b>		<b>5.574,07</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		
Sueldos	2256,87	
Publicidad	350,00	
Empaque	166,72	
Combustible y mantenimiento	600,00	
<b>Subtotal total (GV)</b>		<b>3.373,59</b>
<b>Total</b>		<b>14.047,35</b>
Imprevistos 2%		280,95
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>14.328,30</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El autor.

#### 4.6.4. Talento Humano

Para efectuar las actividades del proyecto se necesita el siguiente talento humano.

#### PERSONAL DE OPERACIÓN DEL PROYECTO

ÁREA	PERSONAL	Nº	REMUNERACIÓN
ADMINISTRATIVA	Gerente	1	350
	Contadora	1	292
PRODUCCIÓN	Técnico agrónomo	1	300
COMERCIALIZACIÓN	Vendedor	1	292
<b>TOTAL</b>		4	1.234

Fuente: Investigación directa

Elaborado por:El autor



## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero tiene como objetivo establecer las inversiones, además pronosticar ingresos, analizar los egresos, para poder estructurar los respectivos estados proforma, para luego aplicar la evaluación financiera que determinara la factibilidad de gestionar el proyecto.

#### 5.1. Estructura de la Inversión.

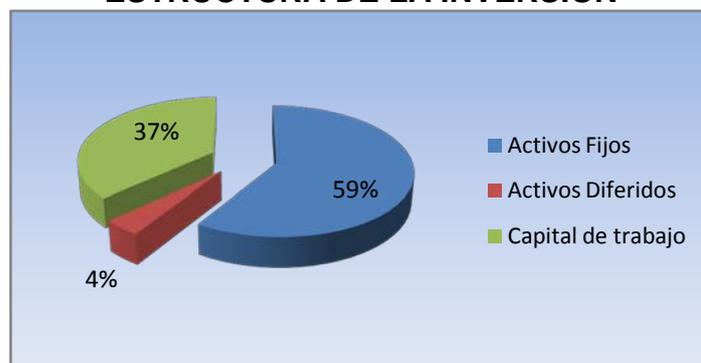
La inversión que se necesita para la creación de la microempresa de producción y comercialización de chía asciende a un monto de 38.818,89 dólares, el mismo será cubierto por el 22,78% por capital propio y el 77,28% restante será necesario solicitar un crédito.

**CUADRO No.53  
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Activos fijos	22.920,59
Activos diferidos	1.570,00
Capital de trabajo	14.328,30
<b>TOTAL</b>	<b>38.818,89</b>

Elaborado por: El autor

**GRÁFICO No.31  
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**



Elaborado por: El autor

## 5.2. Ingresos.

Los ingresos que obtendrá la microempresa están representados por las ventas que se realice de la chía, la cual se la efectuara en cajas de 3 kilos.

Para establecer el pronóstico de venta se analizó la capacidad de producción de la plantación, como se explicó en el capítulo técnico

### 5.2.1. Proyección de Ingresos

La proyección de ingresos se la estableció dependiendo del nivel de ventas que se pronostique realizar durante el año, esto se llevara a acabo según la demanda del producto que se encuentre en el mercado y la capacidad de producción de la microempresa. Las ventas esta representadas por la cantidad de cajas de chía que se obtengan de la producción, el precio se fijó en base al análisis de costos y gastos de producción más un margen de utilidad, estos crecen según la tendencia de inflación del 5,4% registrada en el año 2011.

**CUADRO No.54  
INGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Cajas de 3 kg	2.021	2.425	2.829	3.233	3.638
Precio unitario	20,00	21,08	22,22	23,42	24,68
<b>Total de ingresos proyectado</b>	<b>40.416,67</b>	<b>51.119,00</b>	<b>62.859,33</b>	<b>75.718,55</b>	<b>89.783,27</b>

Elaborado por: El autor

## 5.3. Egresos.

Los egresos son las erogaciones que se realizan para cubrir los costos de producción, gastos administrativos y ventas, los mismos son utilizados para realizar el trabajo en la microempresa. Se encuentran proyectados al 5,4% según la inflación del 2011, a excepción del talento humano que se

lo proyectó al 9,9% según la tendencia del crecimiento del sueldo básico de los últimos 5 años.

### 5.3.1. Costos de Producción.

Los costos de producción son aquellos que son destinados a la preparación del suelo, la compra de materia e insumos, mano de obra directa y los costos indirectos, los mismos se encuentra proyectada en función a las necesidades para la producción, el costo crece en base a la inflación del 5,4% del año 2011.

#### ➤ RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN DE LA CHÍA

**CUADRO No.55  
RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN DE LA CHÍA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
<b>Costos directos</b>					
Preparación del terreno	120,00	151,776	186,63	224,81	266,57
Materia prima e insumos	1250,00	1581,00	1944,10	2341,81	2776,80
Mano de obra directa	6429,40	7694,05	8753,24	9915,36	11189,52
<b>Costos indirectos de producción</b>					
Alquiler de trilladora	250,00	316,20	388,82	468,36	555,36
Arriendo del terreno	2000,00	2529,60	3110,56	3746,90	4442,88
Pago de agua	150,00	189,72	233,29	281,02	333,22
Imprevistos 3%	305,98	373,87	438,50	509,35	586,93
<b>TOTAL</b>	<b>10505,38</b>	<b>12836,22</b>	<b>15055,16</b>	<b>17487,61</b>	<b>20151,29</b>

Elaborado por: El autor

### 5.3.2. Gastos Administrativos.

Dentro de los gastos administrativos se encuentran las erogaciones de oficina. Para su proyección se ha utilizado la tasa de inflación del 5,4%. Excepto los sueldos administrativos.

➤ **Sueldos Administrativos.**

Los sueldos administrativos son los pagos que se realizan a los trabajadores de cada departamento, existe un rango en donde dependiendo al cargo y a las funciones que desempeña se establece un mensual.

**CUADRO No.56  
SUELDOS BÁSICO UNIFICADO MENSUAL**

SUELDO BASICO UNIFICADO MENSUAL						
No.	PERSONAL	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
1	Gerente	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57
1	Contadora	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
	MENSUAL	642,00	705,56	775,41	852,17	936,54
	ANUAL	<b>7704,00</b>	<b>8466,70</b>	<b>9304,90</b>	<b>10226,08</b>	<b>11238,47</b>

**CUADRO No.57  
PROYECCIÓN DE COSTO TOTAL DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS					
DESCRIPCION	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Salario Básico Unificado	7.704,00	8.466,70	9.304,90	10.226,08	11.238,47
Aporte Patronal	936,04	1.028,70	1.130,55	1.242,47	1.365,47
Fondos de Reserva		705,56	775,41	852,17	936,54
Décimo Tercero	642,00	705,56	775,41	852,17	936,54
Décimo Cuarto	584,00	641,82	705,36	775,19	851,93
Total costo de sueldos administrativos	9.866,04	11.548,33	12.691,62	13.948,09	15.328,95

Elaborado por: El autor

➤ **Servicios básicos**

Los servicios básicos son indispensables para la realización de las actividades de la microempresa.

**CUADRO No.58  
SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Luz	300,00	316,20	333,27	351,27	370,24
Agua	120,00	126,48	133,31	140,51	148,10
<b>TOTAL</b>	<b>420,00</b>	<b>442,68</b>	<b>466,58</b>	<b>491,78</b>	<b>518,34</b>

Elaborado por: El autor

➤ **Servicios de comunicación**

**CUADRO No.59  
SERVICIOS DE COMUNICACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Teléfono	300,00	316,20	333,27	351,27	370,24
Internet	216,00	227,66	239,96	252,92	266,57
<b>TOTAL</b>	<b>516,00</b>	<b>543,86</b>	<b>573,23</b>	<b>604,19</b>	<b>636,81</b>

Elaborado por: El autor

➤ **Suministros de Oficina**

Es indispensable la adquisición de los suministros de oficina porque son parte importante y complementaria para la realización de las actividades de las distintas áreas de la microempresa.

**CUADRO No.60  
SUMINISTROS DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Calculadora	2	15,00	30,00	31,62	33,32	35,12	37,02
Perforadora	2	1,50	3,00	3,16	3,33	3,51	3,70
Grapadora	3	3,25	9,75	10,27	10,83	11,41	12,03
Papel resma	10	3,50	35,00	36,89	38,88	40,98	43,19
Carpetas	10	0,30	3,00	3,16	3,33	3,51	3,70
Esferográfico	7	0,30	2,10	2,21	2,33	2,45	2,59
Tinta impresora	3	15,00	45,00	47,43	49,99	52,69	55,53
Cuaderno	4	1,50	6,00	6,32	6,66	7,02	7,40
Lápiz	8	1,50	12,00	12,64	13,33	14,05	14,81
Borrador	5	0,25	1,25	1,31	1,38	1,46	1,54
Basureros	3	5,00	15,00	15,81	16,66	17,56	18,51
Libretines (facturas)	1	4,00	4,00	4,21	4,44	4,68	4,93
<b>TOTAL</b>			<b>166,10</b>	<b>175,07</b>	<b>184,52</b>	<b>194,49</b>	<b>204,99</b>

Elaborado por: El autor

➤ **Mantenimiento Computación**

El mantenimiento de computación es una medida precautelaría para que el equipo de trabajo este en óptimas condiciones, ya que contiene la información completa de todos los movimientos que a realizado desde un inicio de su creación.

**CUADRO No.61  
MANTENIMIENTO DEL EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Mantenimiento computación	180,00	189,72	199,96	210,76	222,14

Elaborado por: El autor

**CUADRO No.62  
RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Sueldos	9866,04	11548,33	12691,62	13948,09	15328,95
Servicios Básicos	420,00	442,68	466,58	491,78	518,34
Servicios de comunicación	516,00	543,86	573,23	604,19	636,81
Suministros de Oficina	166,10	175,07	184,52	194,49	204,99
Mantenimiento Computación	180,00	189,72	199,96	210,76	222,14
<b>TOTAL</b>	<b>11148,14</b>	<b>12899,66</b>	<b>14115,92</b>	<b>15449,30</b>	<b>16911,23</b>

Elaborado por: El autor

**5.3.3. Gastos de Ventas.**

En los gastos de ventas incluye los pagos realizados por la publicidad que se aplica para la venta del producto, como también el sueldo que se paga al agente vendedor que día a día tiene la responsabilidad de incrementar la venta de los productos, además esta incluido el gasto por combustible y mantenimiento del vehículo y empaques. Estos crecen en función de la inflación del 5,4%

➤ **Sueldo en Ventas.**

**CUADRO No.63  
SUELDO EN VENTAS**

SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL						
No.	PERSONAL	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
1	Vendedor	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
	MENSUAL	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
	ANUAL	<b>3504,00</b>	<b>3850,90</b>	<b>4232,13</b>	<b>4651,12</b>	<b>5111,58</b>

Elaborado por: El autor

**CUADRO No.64  
PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE SUELDO EN VENTAS**

PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE SELDOS EN VENTAS					
DESCRIPCION	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Salario Básico Unificado	3.504,00	3.850,90	4.232,13	4.651,12	5.111,58
Aporte Patronal	425,74	467,88	514,20	565,11	621,06
Fondos de Reserva		320,91	352,68	387,59	425,96
Décimo Tercero	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
Décimo Cuarto	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
Total sueldo en ventas	4.513,74	5.281,50	5.804,37	6.379,01	7.010,53

Elaborado por: El autor

➤ **Publicidad.**

**CUADRO No.65  
PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Publicidad	700	738	778	820	864

Elaborado por: El autor

➤ **Empaques**

**CUADRO No.66  
EMPAQUES**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Empaques	333,44	421,73	518,59	624,68	740,71
<b>TOTAL</b>	<b>333,44</b>	<b>421,73</b>	<b>518,59</b>	<b>624,68</b>	<b>740,71</b>

Elaborado por: El autor

➤ **Combustible Mantenimiento Vehículo**

Son gastos necesarios que la microempresa debe cubrir, porque a cada momento se debe controlar el mantenimiento del vehículo de trabajo para que no se presente ningún problema.

**CUADRO No.67  
COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Combustible vehículo	840,00	885,36	933,17	983,56	1036,67
Mantenimiento vehículo	360,00	379,44	399,93	421,53	444,29
<b>TOTAL</b>	<b>1200,00</b>	<b>1264,80</b>	<b>1333,10</b>	<b>1405,09</b>	<b>1480,96</b>

Elaborado por: El autor

➤ **Resumen de gastos de ventas**

**CUADRO No.68  
RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Sueldo en ventas	4513,74	5281,50	5804,37	6379,01	7010,53
Publicidad	700,00	737,80	777,64	819,63	863,89
Empaques	333,44	421,73	518,59	624,68	740,71
Combustible y Mantenimiento	1200,00	1264,80	1333,10	1405,09	1480,96
<b>TOTAL</b>	<b>2233,44</b>	<b>2424,33</b>	<b>2629,33</b>	<b>2849,40</b>	<b>3085,57</b>

Elaborado por: El autor

#### **5.3.4. Gastos Financieros.**

➤ **Financiamiento**

Para llevar a cabo el siguiente proyecto se necesita un préstamo de 30.000 el mismo será financiado por la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés del 11%.

**CUADRO No.69  
DATOS DEL FINANCIAMIENTO**

PRESTAMO	30.000
TIEMPO	5 años
INTERÉS	11%
PERIODOS DE PAGO	TRIMESTRALES

Elaborado por: El autor

**CUADRO No.70  
AMORTIZACIÓN**

Trimestre	Cuota	Intereses	Amortización	amortizado	pendiente
0					30.000,00
1	1.970,15	825,00	1145,15	1.145,15	28.854,85
2	1.970,15	793,51	1176,64	2.321,80	27.678,20
3	1.970,15	761,15	1209,00	3.530,80	26.469,20
4	1.970,15	727,90	1242,25	4.773,05	25.226,95
5	1.970,15	693,74	1276,41	6.049,46	23.950,54
6	1.970,15	658,64	1311,51	7.360,97	22.639,03
7	1.970,15	622,57	1347,58	8.708,55	21.291,45
8	1.970,15	585,51	1384,64	10.093,18	19.906,82
9	1.970,15	547,44	1422,71	11.515,90	18.484,10
10	1.970,15	508,31	1461,84	12.977,74	17.022,26
11	1.970,15	468,11	1502,04	14.479,78	15.520,22
12	1.970,15	426,81	1543,35	16.023,12	13.976,88
13	1.970,15	384,36	1585,79	17.608,91	12.391,09
14	1.970,15	340,75	1629,40	19.238,31	10.761,69
15	1.970,15	295,95	1674,21	20.912,51	9.087,49
16	1.970,15	249,91	1720,25	22.632,76	7.367,24
17	1.970,15	202,60	1767,55	24.400,31	5.599,69
18	1.970,15	153,99	1816,16	26.216,47	3.783,53
19	1.970,15	104,05	1866,10	28.082,58	1.917,42
20	1.970,15	52,73	1917,42	30.000,00	0,00

Elaborado por: El autor

**CUADRO No.71  
GASTO INTERÉS DE LA DEUDA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Intereses	3108	2560	1951	1271	513

Elaborado por: El autor

**5.3.5. Depreciación y Amortización**

El cálculo de la depreciación se la realizara dependiendo del activo fijo al que corresponda el mismo consiste en calcular la vida útil de cada bien.

**CUADRO No.72  
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN**

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	% POR LEY	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Infraestructura	9.450,00	5%	472,5	472,5	472,5	472,5	472,5
Maquinaria y Equipo	1.130,00	10%	113	113	113	113	113
Herramientas de producción	323,00	10%	32,30	32,3	32,3	32,3	32,3
Muebles y Enseres	1370,00	10%	137	137	137	137	137
Equipo de Computación	1.160,00	33,33%	386,6667	386,67	386,67		
Renovación de equipo de Computación	1.206,40	33,33%				402,13	402,13
Equipo de Oficina	320,00	10%	32	32	32	32	32
Vehículo	8.500,00	20%	1700	1700	1700	1700	1700
<b>TOTAL</b>	<b>23.459</b>		<b>2.873</b>	<b>2.873</b>	<b>2.873</b>	<b>2.889</b>	<b>2.889</b>

Elaborado por: El autor

➤ **Amortización diferida**

**CUADRO No.73  
AMORTIZACIÓN DIFERIDA**

DESCRIPCIÓN	VALOR INICIAL	AMORTIZACIÓN ANUAL	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Activo Diferidos	1.570,00	20%	314	314	314	314	314

Elaborado por: El autor

**5.3.6. Resumen de egresos**

**CUADRO No.74  
RESUMEN DE EGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Costos de producción	10.505,38	12.836,22	15.055,16	17.487,61	20.151,29
Gastos de administrativos	11.148,14	12.899,66	14.115,92	15.449,30	16.911,23
Gastos de ventas	2.233,44	2.424,33	2.629,33	2.849,40	3.085,57
Gastos financieros	3.107,56	2.560,47	1.950,67	1.270,97	513,37
Gastos por depreciación	2.873,47	2.873,47	2.873,47	2.888,93	2.888,93
Gasto de amortización diferidos	314,00	314,00	314,00	314,00	314,00
<b>TOTAL</b>	<b>30.181,98</b>	<b>33.908,15</b>	<b>36.938,54</b>	<b>40.260,22</b>	<b>43.864,39</b>

Elaborado por: El autor

**5.4. Estados Proforma.**

Después de haber analizado las inversiones, ingresos y egresos se procedió a estructurar los siguientes balances proforma.

#### 5.4.1. Estado de situación inicial

El balance de arranque representa la posición financiera de la microempresa en lo que se refiera a los activos y pasivos con los que da inicio la actividad.

**CUADRO No.75  
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL**

ACTIVO			PASIVO			
<b>ACTIVOS CORRIENTE</b>		14.328,30	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>		30.000,00	
Caja - bancos	14.328,30		Préstamo por pagar	30.000,00		
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		22.920,59				
Infraestructura	9.450,00		<b>CAPITAL</b>		8.818,89	
Vehículo	8.500,00		Inversión propia	8.818,89		
Equipo de Computación	1.160,00					
Equipo de Oficina	320,00					
Equipos y Materiales	1.130,00					
Herramientas de producción	323,00					
Muebles y enseres	1.370,00					
Otros	667,59					
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>			1.570,00			
Gastos de Constitución	1.570,00					
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>38.818,89</b>	<b>TOTAL PASIVOS Y CAPITAL</b>		<b>38.818,89</b>	

Elaborado por: El autor

## 5.4.2. Estado de Resultado Integral

El estado de resultado refleja los ingresos y gastos que la microempresa va teniendo durante su desarrollo definiendo de esa manera la utilidad o pérdida que a logrado el proyecto. Este representa la posición económica de la microempresa

**CUADRO No.76  
ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Ingresos proyectados	40.416,67	51.119,00	62.859,33	75.718,55	89.783,27
Costos de Producción	10.505,38	12.836,22	15.055,16	17.487,61	20.151,29
<b>(=)Utilidad Bruta</b>	<b>29.911,28</b>	<b>38.282,78</b>	<b>47.804,17</b>	<b>58.230,94</b>	<b>69.631,99</b>
Gastos Administrativos	11.148,14	12.899,66	14.115,92	15.449,30	16.911,23
Gastos de Venta	2.233,44	2.424,33	2.629,33	2.849,40	3.085,57
Depreciación	2.873,47	2.873,47	2.873,47	2.888,93	2.888,93
Amortización Diferidos	314,00	314,00	314,00	314,00	314,00
<b>(=)Utilidad Operativa Proyectada</b>	<b>13.342,24</b>	<b>19.771,32</b>	<b>27.871,46</b>	<b>36.729,31</b>	<b>46.432,26</b>
(-)Gastos Financieros Intereses	3.107,56	2.560,47	1.950,67	1.270,97	513,37
<b>(=) Utilidad neta antes del 15% trabajadores</b>	<b>10.234,68</b>	<b>17.210,85</b>	<b>25.920,79</b>	<b>35.458,33</b>	<b>45.918,89</b>
(-) 15% Prov. Trabajadores	1.535,20	2.581,63	3.888,12	5.318,75	6.887,83
<b>(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos</b>	<b>8.699,48</b>	<b>14.629,22</b>	<b>22.032,67</b>	<b>30.139,58</b>	<b>39.031,06</b>
Impuesto a la renta	2.087,88	3.364,72	4.847,19	6.630,71	8.586,83
<b>Utilidad Neta Proyectada</b>	<b>6.611,60</b>	<b>11.264,50</b>	<b>17.185,48</b>	<b>23.508,88</b>	<b>30.444,22</b>

Elaborado por: El autor

### 5.4.3. Flujo de Caja con Protección

Este estado financiero muestra la dinámica del efectivo en relación a sus entradas y salidas.

**CUADRO No.77  
FLUJO DE CAJA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>						
Inversión Inicial	-38.819					
Ingresos						
(-) Utilidad Neta Proyectada		6.612	11.265	17.185	23.509	30.444
Valor de rescate						9.061
Depreciación		2.873	2.873	2.873	2.889	2.889
<b>(=) Total Ingresos</b>		<b>9.485</b>	<b>14.138</b>	<b>20.059</b>	<b>26.398</b>	<b>42.394</b>
<b>EGRESOS</b>						
Pago al Principal		4.773	5.320	5.930	6.610	7.367
Reinversión					1.206	
<b>(=) Total Egresos</b>		<b>4.773</b>	<b>5.320</b>	<b>5.930</b>	<b>7.816</b>	<b>7.367</b>
<b>(=) FLUJO DE CAJA DE NETO PROYECTADO</b>	<b>-38.819</b>	<b>4.712</b>	<b>8.818</b>	<b>14.129</b>	<b>18.582</b>	<b>35.027</b>

Elaborado por: El autor

### 5.5. Evaluación de la Inversión.

Para evaluar el proyecto se aplicó índices financieros clásicos, que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo, tales como: VAN, TIR, PRI, C/B

#### 5.5.1. Costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio

El costo de oportunidad determina la tasa de rentabilidad que tendrá el proyecto frente a la tasa activa y pasiva, demostrando matemáticamente si es viable realizar la inversión en el presente proyecto.

**CUADRO No.78  
COSTO DE OPORTUNIDAD**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	8.818,89	22,72	4,60	104,50
Capital Financiado	30.000,00	77,28	11,00	850,10
<b>TOTAL</b>	<b>38.818,89</b>	<b>100,00</b>	<b>15,60</b>	<b>954,60</b>

Elaborado por: El autor

**Ck = 9,55%**

**5.5.2. Tasa de Rendimiento Medio**

**DATOS:**

Ck(costo de oportunidad) = 9,55%

if(inflación) = 5,4%

TRM= ((1+ck) (1+if))-1

TRM=0, 1546

**TRM=15, 46%**

**5.5.3. Valor Actual Neto.**

**5.5.4.**

**CUADRO No.79  
VALOR ACTUAL NETO**

AÑO	FL NETOS	FL ACTUAL 15,46%
0	-38818,89	-38818,89
1	4712,03	4081,09
2	8817,83	6614,52
3	14129,01	9179,46
4	18581,77	10455,89
5	35027,05	17070,48
	<b>VAN</b>	<b>8583</b>

Elaborado por: El autor

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

**VAN = 8.583**

De acuerdo a la evaluación realizada en el VAN para el estudio propuesto alcanza 8.583, valor que es mayor a cero por tal razón quiere decir que el proyecto es aceptado.

### 5.5.5. Tasa Interna de Retorno

Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es igual a cero (0).

**CUADRO No.80  
TASA INTERNA DE RETORNO**

<b>AÑO</b>	<b>FL NETOS</b>	<b>FLUJO 15,46%</b>	<b>FLUJO 23%</b>
0	-38818,89	-38818,89	-38818,89
1	4712,03	4081,09	3830,92
2	8817,83	6614,52	5828,43
3	14129,01	9179,46	7592,70
4	18581,77	10455,89	8118,33
5	35027,05	17070,48	12441,65
<b>VAN</b>		8582,55	-1006,87

Elaborado por: El autor

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

**TIR = 22,09%**

La Tasa Interna de Retorno que se obtuvo, indica la rentabilidad del proyecto en este caso del 22,09%, por tanto el proyecto se lo considera factible ya que es mayor que la tasa de rendimiento medio

### 5.5.6. Periodo de Recuperación de la Inversión

➤ **PRI con valores constantes**

**CUADRO No.81  
FLUJOS ACTUALIZADOS**

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR	FLUJO DEFLACTADO
1	4.712,03	0,87	4.081,09
2	8.817,83	0,75	6.614,52
3	14.129,01	0,65	9.179,46
4	18.581,77	0,56	10.455,89
5	35.027,05	0,49	17.070,48

Elaborado por: El autor

**CUADRO No.82  
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN**

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN
1	<b>38.818,89</b>	4.081,09	<b>4.081,09</b>	1 AÑO
2		6.614,52	<b>6.614,52</b>	2 AÑO
3		9.179,46	<b>9.179,46</b>	3 AÑO
4		10.455,89	<b>10.455,89</b>	4 AÑO
5		17.070,48	8.487,93	6 MESES

Elaborado por: El autor

La inversión se recupera en 4,6 años

### 5.5.7. Costo beneficio.

**CUADRO No.83  
COSTO BENEFICIO**

AÑOS	FNE	Tasa redescuento
		<b>0,1546</b>
1	4.712	<b>4.081</b>
2	8.818	<b>6.615</b>
3	14.129	<b>9.179</b>
4	18.582	<b>10.456</b>
5	35.027	<b>17.070</b>
SUMAN...		<b>47.401</b>

Elaborado por: El autor

$$C/B = \frac{\text{Flujos netos actualizados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$C/B = \frac{47.401}{38818,89}$$

$$C/B = 1,22$$

Este análisis indica que por cada dólar invertido en el proyecto generará 0,22 dólares adicionales.

### 5.5.8. Punto de Equilibrio del Proyecto

El análisis del punto de equilibrio es una herramienta que sirve para evaluar la relación entre el volumen de ventas y la rentabilidad. Al examinar el punto de equilibrio es indispensable tener presente los costos fijos y los costos variables cuya suma nos da el costo total. Este análisis determina el volumen de ventas que se necesita realizar para no perder ni ganar.

#### **Datos:**

Costo fijo = 16803,14

Precio de venta unitario = 20

Costo variable unitario = 5,20

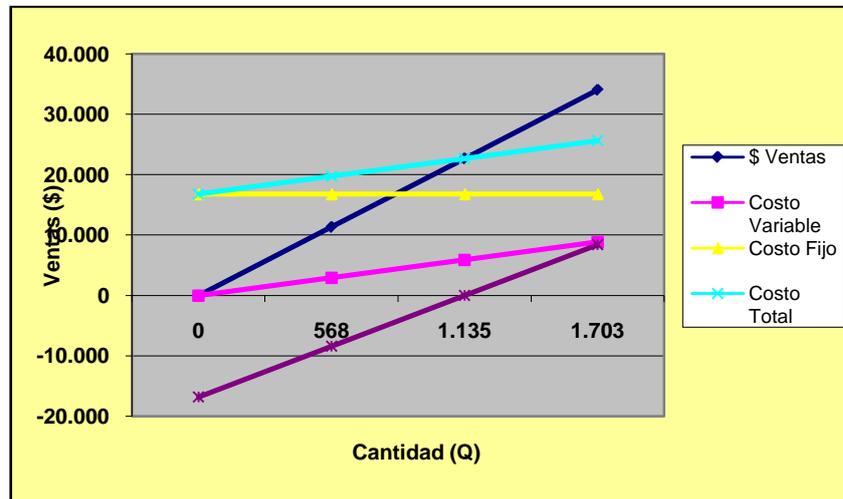
$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{PVu - CVu}$$

$$PE = \frac{16.811}{20 - 5,20}$$

Pto. Equilibrio = 1.135 cajas

\$ Ventas Equilibrio = 22.707 dólares

**GRÁFICO No.32  
PUNTO DE EQUILIBRIO**



Elaborado por: El autor

### 5.5.9. Resumen de la evaluación financiera

**CUADRO No.84  
RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA**

RATIO EVALUADOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM =		15,46%	
VAN =	VAN > 0	8.583	Aceptable
TIR % =	TIR > TRM	22,09%	Aceptable
PRI =		4,6	Años bueno
C/B =	R B/C > 1	1,22	Aceptable

Elaborado por: El autor

Finalmente, del capítulo financiero se puede concluir que el proyecto es factible en las condiciones estudiadas, para su implementación es necesario realizar ajustes de presupuesto, debido a que los escenarios son cambiantes.

## CAPÍTULO VI

### 6. ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA FAMILIAR

En esta parte del proyecto se detalla todos los aspectos que tienen relación con la estructura estratégica y de organización de la microempresa.

#### 6.1 Aspecto estratégico de la Microempresa

##### 6.1.1 Nombre de la Microempresa

La microempresa tendrá como nombre “*CHÍA VITALITY*”

Con la creación de la microempresa productora y comercializadora de chía se podrá sustituir a otros productos que brindan los mismos beneficios nutricionales.

##### 6.1.2 Base legal

La microempresa a constituirse será unipersonal de derecho privado de responsabilidad limitada, basada en la estructura jurídica creada por la ley 2005 – 27 que fue publicada en el registro oficial No. 19 del 26 de enero de 2006, la razón social se denomina “**CHÍA VITALITY**” y estará regida por la superintendencia de Compañías y se inscribirá en el registro mercantil, ajustándose en lo prescrito en la ley vigente de propiedad intelectual de derechos sobre marcas, nombres comerciales, logotipos, etc. Debidamente registrados en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).

## **Constitución**

Según el objetivo se constituye como microempresa productora y comercializadora, para su legal constitución se requiere seguir con los siguientes trámites legales.

### **Minuta de constitución**

Mediante un escrito redactado por un abogado se establece el pacto social de la organización, el mismo que incluye los siguientes procedimientos:

- a) Redacción de estatutos
- b) Designación de representante legal
- c) Duración del representante legal y su dependencia
- d) Delimitación de funciones

### **Escritura pública**

Mediante escritura pública elaborada por el notario público se registra la minuta de constitución con sus respectivos estatutos los mismos que regirán los procedimientos administrativos, financieros productivos y de comercialización.

### **Inscripción el registro**

El notario, luego de que la escritura pública ha sido suscrita, se elabora las partes y se envía a los registros públicos para su debida inscripción y registro.

## **Requisitos de funcionamiento**

Para legalizar el funcionamiento de la productora y comercializadora de chía se debe sacar el respectivo permiso de funcionamiento, y cumplir con los requisitos dispuestos por la ley.

## **El registro único de contribuyente (RUC)**

### **Requisitos**

- Cédula de representante legal
- Copia de certificado de votación
- Recibo de pago de agua, luz, teléfono

## **Patente municipal**

### **Requisitos**

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

## **Permiso de funcionamiento**

### **Requisitos**

- Llenar la solicitud del permiso de funcionamiento.
- Reunir la documentación necesaria requerida para ingresar junto con la solicitud.
- Luego se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- Entrega del permiso que tiene vigencia un año.

### **6.1.3 Misión**

La misión de la microempresa será:

**Promover y fortalecer el desarrollo agrícola a través de cultivos alternativos como la Chía, entregando al mercado un producto de calidad y de alto poder nutritivo**

### **6.1.4 Visión**

La visión de carácter prospectivo de la microempresa será:

**En el lapso de 5 años ser reconocido como una microempresa líder en el mercado en la producción y comercialización de chía**

### **6.1.5 Objetivos de la microempresa**

- Entregar al mercado un producto de calidad acorde a las exigencias del consumidor.
- Conquistar nuevos mercados que estén dispuestos a adquirir el producto.
- Dar un seguimiento constante al cumplimiento de los objetivos.
- Lograr la producción continua de la producción y comercialización de la chía.

### 6.1.6 Políticas de la microempresa

Las políticas que la microempresa aplicará para llevar un buen trabajo organizacional son las siguientes:

- Mensualmente tener reuniones para dar a conocer en que nivel se encuentra la microempresa.
- Considerar al personal como el recurso más importante de la organización.
- Brindar la oportunidad a su personal de trabajo de capacitarse y actualizarse en su profesión.
- Permitir que su personal de trabajo tenga la oportunidad de hacer carrera en la misma organización permitiéndole ascender de puestos.
- Aplicar estrategias que permita incrementar el nivel de ventas para obtener mejores utilidades.

### 6.1.7 Principios y Valores

- **Liderazgo.-** Liderar de manera efectiva a la organización para el cumplimiento de los objetivos.
- **Responsabilidad.-** Demostrar la suficiente responsabilidad en el cumplimiento de su trabajo.
- **Compromiso.-** Compromiso de trabajo eficiente y confiable con la microempresa.
- **Excelencia.-** Cuidar la imagen de la microempresa en la entrega de sus pedidos.

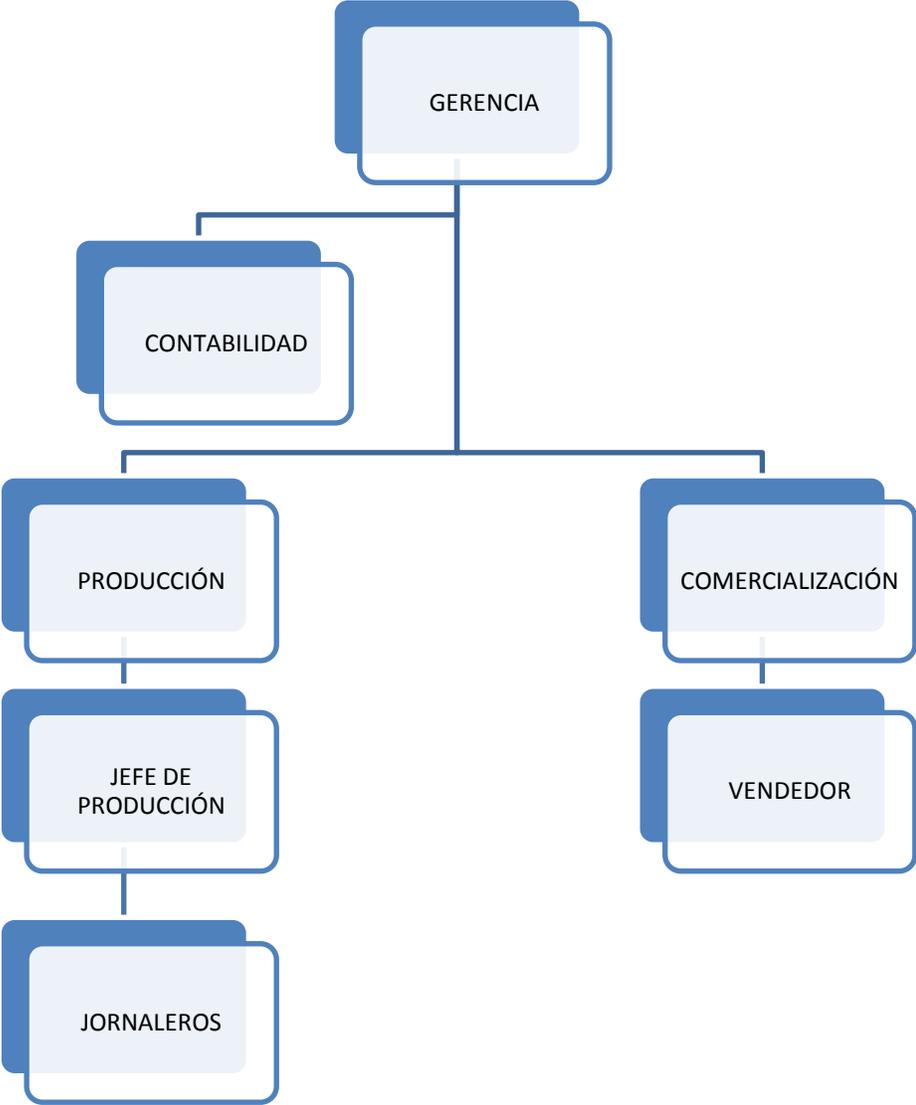
- **Integridad y justicia.-** Dar un trato justo a todos los empleados y demostrar que todos tienen los mismos derechos.

## **6.2 Aspecto organizativo**

### **6.2.4 Organización Estructural**

La estructura orgánica tiene el propósito de definir las responsabilidades de cada empleado, además define las áreas administrativas de la microempresa.

6.2.5 Organigrama Estructural



Elaborado por: El autor

## **6.2.6 Niveles administrativos de la microempresa**

### **6.2.7 Nivel directivo**

#### **GERENTE**

El gerente es la persona principal de la microempresa tiene a su responsabilidad cuidar que la organización marche de manera positiva y cuide los intereses económicos.

#### **FUNCIONES**

- Cumple y hace cumplir las responsabilidades de la entidad.
- Buscar estrategias que le permita buscar nuevos mecanismos de administración
- Preocuparse por la marcha y el buen funcionamiento de la microempresa.
- Es el líder de la microempresa que demuestra siempre optimismo para el alcance de las metas.
- Se preocupa por tener en constante capacitación al personal que tiene al mando.
- Busca los recursos necesarios para el cumplimiento de los planes de trabajo de la microempresa.
- Dirigir y coordinar las actividades de la microempresa.

## **REQUISITOS**

- Ing. Administración de empresas a o carreras a fines
- Experiencia en la actividad
- Trabajo a presión

### **6.2.8 Nivel de Apoyo**

## **CONTADOR**

La microempresa además tendrá una contadora que será la encargada de brindar información financiera y cuidar la documentación.

## **FUNCIONES**

- Presentar los estados financieros adjuntando notas explicativas
- Declarar las obligaciones tributarias a tiempo
- Realizar el rol de pagos para cada uno de los empleados
- Registrar diariamente las operaciones realizadas en la microempresa
- Tener preparada la agenda de los asuntos pendientes del día.
- Coordinar las citas del gerente con sus proveedores
- Realizar comunicaciones en caso de ser necesario
- Velar por la seguridad de los documentos de la microempresa
- Archivar correctamente la documentación.

## **REQUISITOS**

- Ing. Contabilidad CPA.
- Tener suficiente conocimientos de computación
- Conocimientos tributarios

- Experiencia en la actividad
- Dominio de los dos idiomas

### **6.2.9 Nivel Operativo**

Este nivel está compuesto por el personal que estará pendiente de la producción del cultivo de la chía.

#### **Técnico agrónomo**

Tiene a su cargo la responsabilidad de velar por el cuidado de la producción de la chía.

#### **FUNCIONES**

- Controlar el proceso de producción de la chía
- Cuidar que las plantas se encuentren libres de enfermedades.
- Presupuestar el gasto de insecticidas a utilizar
- Tomar medidas preventivas para evitar la aparición de plagas y enfermedades
- Supervisar el empaque del producto final

#### **REQUISITOS**

- Ing. Agronomía.
- Tener suficientes conocimientos en técnicas agrícolas
- Experiencia en la actividad
- Dominio de los dos idiomas

## **JORNALEROS**

Son trabajadores encargados en realizar el proceso de producción de la chía representado por los jornaleros.

### **FUNCIONES:**

- Seguir las instrucciones respectivamente tal y como los técnicos las indiquen para iniciar el proceso de producción de la chía.
- Realizar sus actividades agrícolas de manera eficiente
- Estar pendiente de la aparición de plagas y enfermedades en los cultivos
- Después de cada jornada informar sobre las anomalías presenciadas
- Empacar el producto según las indicaciones del técnico

### **REQUISITOS**

- Conocimientos agrícolas
- Experiencia en la actividad

## **6.2.10 Departamento de comercialización**

### **VENDEDOR**

El vendedor estará encargado de buscar mercados para la respectiva comercialización del producto.

### **FUNCIONES**

- Realizar estudios de mercados para lanzar al producto

- Buscar los mejores mecanismos para dar a conocer el producto en el mercado.
- Averiguar las necesidades más primordiales del mercado por el producto
- Realizar contactos permanentes con el cliente.
- Tener un inventario de productos para la venta
- Conducción del vehículo

## **REQUISITOS**

- Tener suficientes conocimientos de mercado y ventas
- Licencia de conducir tipo B.
- Experiencia en la actividad
- Trabajo a presión

## **6.3 Estrategias Operacionales**

### **PRODUCCIÓN**

Las estrategias de producción a aplicarse son:

- Uso eficiente de material e insumos con respecto a la producción.
- Se aplicarán técnicas de cultivo alternativas para mejorar la productividad.
- Para reducir los costos en mano de obra, se utilizarán máquinas de mayor cobertura como por ejemplo: en la fumigación, labores culturales o agrícolas que son manuales.

- Utilización de insumos agrícolas que son amigables con el medio ambiente como los de sello verde.
- Mantener una rotación del producto en función de los pedidos del producto.

## **COMERCIALIZACIÓN**

Para la comercialización, se aplicará las siguientes estrategias:

### **Producto**

La microempresa de producción y comercialización de chía tendrá su marca personal que estará enfocada a la entrega de un producto de calidad.

Las ventas del producto se lo realizará al consumidor a través de los medios de comunicación escritos como también la página web, en donde existan portales que exhiban el producto.

### **Canales de distribución**

Se estima en primera instancia cubrir el mercado local, teniendo como meta expandirse hacia los mercados provinciales y regionales, a través de contactos y convenios con micro mercados para la distribución.

### **Publicidad y promoción**

- Los medios de comunicación que se utilizaran son:
- Hojas volantes
- Medios escritos

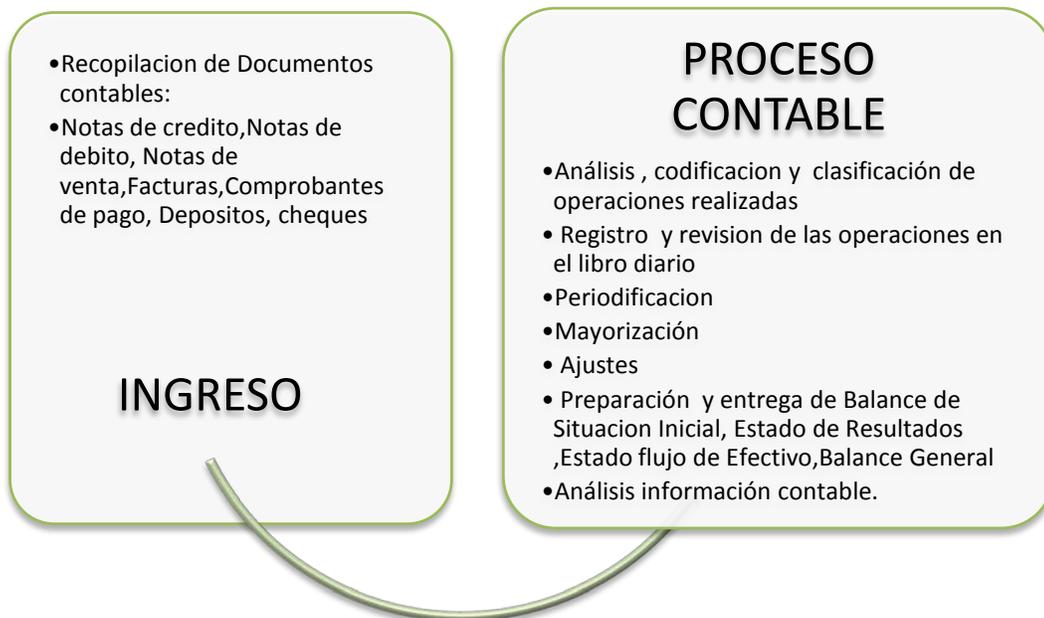
- Trípticos del producto que se oferta y de la microempresa
- Medios informativos como la radio
- Tarjetas de presentación

## CONTABLES

### Contabilización

Todas las transacciones realizadas en la Microempresa serán de carácter fiable de acuerdo a los principios contables generalmente aceptados, poseerán sus respectivos documentos de soporte, estarán debidamente clasificadas y ordenadas para proceder al registro contable, esto permitirá acceder a la información fácilmente.

### ESTRUCTURA CONTABLE



La Contabilidad se encargará de recopilar y analizar todos los documentos fuente partiendo desde el documento fuente que nos permitirá elaborar el Balance de Inicial, lo que dará origen a los registros contables, respaldando todas y cada una de las transacciones que realizará la microempresa.

Los documentos más utilizados son: Cheques, factura, Notas de venta. Comprobantes de retención, documentos autorizados por el SRI.

### **Comprobantes de Ingresos y Egresos**

Los Comprobantes de Ingreso y Comprobantes de Egreso son documentos que elabora el auxiliar contable, en donde se registran todas las operaciones que originan movimientos de dinero y valores, alimentan directamente a la contabilidad.

### **Estado de situación inicial**

Al comienzo del ejercicio, la microempresa dispondrá de cierto patrimonio, que aparecerá plasmado contablemente en un balance de situación.

La Microempresa tendrá los siguientes procesos contables.

### **LIBRO DIARIO**

Consiste en registrar todos los asientos contables en el Diario General, tendrán un orden cronológico y secuencial de todas las transacciones realizadas por la empresa.

### **AJUSTES**

Se elaboran al término de un período contable o ejercicio económico, y son estrictamente necesarios para que las cuentas que han intervenido en la

contabilidad demuestren su saldo real o verdadero y faciliten la preparación de los Estados Financieros. Lo más frecuentes se refieren:

- Acumulados
- Diferidos
- Depreciaciones
- Amortizaciones
- Provisiones

### **MAYORIZACIÓN**

El libro mayor contendrá tantas cuentas como lo requiera la empresa de acuerdo a la codificación en el Plan o Catálogo de cuentas. La Mayorización no es más que el traslado de valores de los asientos contables al mayor general, que contiene un registro individual de los movimientos de cada cuenta, estableciendo saldos.

### **PERIODIFICACIÓN**

La periodificación contable consiste en que la microempresa tiene la obligación fiscal de determinar el resultado que ha obtenido durante cada ejercicio-económico.

Para ello, tiene que considerar tantos los ingresos obtenidos durante año contable como los gastos que han incurrido.

### **ESTADOS FINANCIEROS**

La meta final de la teneduría de libros es llegar a la elaboración de los estados contables al final del periodo contable lo que permitirá administrar los recursos financieros de la empresa en forma eficiente, planear y controlar

las operaciones financieras para evitar contratiempos que nos generen egresos innecesarios y permitirán tomar decisiones en el manejo eficiente de los inventarios y la cartera para evitar pérdidas económicas.

Los Estados Financieros a presentar son los siguientes:

### **Estado de Situación Financiera**

Se elabora al finalizar el período contable para determinar la situación económica de la microempresa a una fecha determinada, la capacidad que tiene la empresa de generar utilidades, la capacidad de la empresa para cancelar sus deudas oportunamente.

### **Estado de Resultado Integral**

Se presenta conjuntamente con el estado de Situación Financiera, contiene el detalle de Ingresos percibidos y gastos realizados, así como el resultado final pérdida o ganancia del periodo.

### **Estado de Evolución del Patrimonio**

Es un informe que consiste en la especificación de las actividades de financiamiento y de inversión durante un período contable, sirve como complemento con respecto a los cambios realizados en la posición financiera de la microempresa.

### **Flujo de Efectivo**

Este estado permite evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia de la empresa, es útil para proporcionar la habilidad de la empresa para generar efectivo y sus equivalentes que ayudará en el crecimiento económico a través de decisiones acertadas.

## **PLAN DE CUENTAS**

El plan de cuentas a utilizarse por parte de la microempresa es el siguiente:

### **MICROEMPRESA “*CHÍA VITALITY*”**

#### **PLAN GENERAL DE CUENTAS**

##### **1. ACTIVOS**

##### **1.1. ACTIVOS CORRIENTES**

##### **1.1.01. CAJA**

##### **1.1.01.01. Caja Chica**

##### **1.1.01.02. Caja General**

##### **1.1.02. BANCOS**

##### **1.1.02.01. Banco Fomento Cta. Cte. N°**

##### **1.1.02.02. Banco Austro Cta. Cte. N°**

##### **1.1.03. CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR**

##### **1.1.03.01. Clientes**

##### **1.1.03.02. Clientes por cobrar**

##### **1.1.03.03. Otras cuentas por cobrar**

##### **1.1.04. INVENTARIO**

##### **1.1.04.01. Útiles de oficina**

##### **1.1.04.02. Materiales y Suministros**

##### **1.1.05. OBLIGACIONES TRIBUTARIAS**

##### **1.1.05.01. IVA Pagado**

##### **1.2. ACTIVO FIJO**

##### **1.2.01. DEPRECIABLES**

##### **1.2.01.01. Edificio**

##### **1.2.01.01.99. Depreciación Acumulada Edificio**

##### **1.2.01.02. Muebles y enseres**

##### **1.2.01.02.99. Dep. Acum. Muebles y enseres**

##### **1.2.01.03. Herramientas de producción**

1.2.01.03.99. Dep. Acum. Herramientas de producción

1.2.01.04. Equipo de cómputo

1.2.01.04.99. Dep. Acum. Equipo de cómputo

1.2.01.05. Vehículo

1.2.01.04.99. Dep. Acum. Vehículo

1.2.01.06. Maquinaria y equipo

1.2.01.05.99. Dep. Acum. Maquinaria y equipo

## 2. PASIVOS

### 2.1. PASIVO CORRIENTE

#### 2.1.01. CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR

2.1.01.01. Proveedores

2.1.01.02. IESS por pagar

#### 2.1.02. OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

2.1.02.01. IVA por pagar

### 2.2. PASIVO LARGO PLAZO

2.2.1. Préstamo bancario por pagar

## 3. PATRIMONIO

### 3.1. CAPITAL

3.1.01. Capital Social

### 3.2. RESULTADOS

3.2.01. Pérdida / Utilidad ejercicios anteriores

3.2.02. Pérdida / Utilidad del ejercicio

## 4. INGRESOS

### 4.1 INGRESOS OPERACIONALES

4.1.01. VENTAS

## 5. GASTOS

### 5.1. GASTOS OPERACIONALES

5.1.01. ADMINISTRATIVOS

5.1.01.01. Sueldos y salarios

### 5.2. GASTOS

5.2.01. GASTOS ADMINISTRATIVOS

5.2.01.01. Suministros de oficina

5.2.02. GASTOS DE VENTAS

5.2.02.01. Artículos

5.2.03. GASTOS DE PERSONAL

5.2.03.01. Gasto remuneración

5.2.03.02. IESS Patronal

5.2.04. GASTOS DE DEPRECIACIÓN

5.2.04.01. Depreciación vehículo

5.2.04.02. Depreciación muebles y enseres

5.2.04.03. Depreciación herramientas de producción

5.2.04.04. Depreciación equipo de cómputo

5.2.04.05. Depreciación maquinaria y equipo

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS

Es fundamental realizar el análisis de los impactos que genera la creación de la nueva microempresa, para su valoración se considera aplicar la tabla la cual permitirá medir el nivel que alcanza cada uno de los impactos presentados durante sus desarrollo, el proyecto está expuesto a generar algunos impactos entre los más importantes tenemos:

- Impacto social
- Impacto económico
- Impacto empresarial
- Impacto educativo-cultural
- Impacto ambiental

**CUADRO No.85**  
**MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS**

<b>POSITIVO</b>	<b>NIVEL</b>
1	Bajo
2	Medio
3	Alto
<b>NEGATIVO</b>	<b>NIVEL</b>
-1	Bajo
-2	Medio
-3	Alto

Elaborado por: El autor

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

## 7.1. IMPACTO SOCIAL

**CUADRO No. 86**  
**IMPACTO SOCIAL**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Seguridad familiar						X		2
Nuevas fuentes de trabajo.							X	3
Estabilidad laboral						X		2
Migración						X		2
<b>TOTAL</b>						6	3	9

Elaborado por: El autor

$$\text{NI(SOCIAL)} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{NI} = \frac{9}{4}$$

$$\text{NI} = 2,25$$

### ANÁLISIS:

Con el análisis realizado al impacto social, este genera un nivel medio positivo en el sector, porque en parte brindara mayor seguridad familiar, por crear nuevas fuentes de trabajo para las personas del sector las mismas contaran con una estabilidad laboral ya no tendrán la necesidad de migrar a otros lugares por conseguir trabajo.

## 7.2. IMPACTO ECONÓMICO

**CUADRO No. 87**  
**IMPACTO ECONÓMICO**

<b>FACTORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Demanda de mano de obra						X		2
Estabilidad económica							X	3
Generación de ingresos al sector						X		2
Mejoramiento nivel de ingresos							X	3
<b>TOTAL</b>						4	6	10

Elaborado por: El autor

$$NI(\text{ECONÓMICO}) = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{10}{4}$$

$$NI = 2,5 = 3$$

### **ANÁLISIS:**

El impacto económico genera un nivel alto positivo en el sector porque la microempresa demandaría de la mano de obra de las personas del lugar, esto genera un estabilidad económica, porque se estaría generando ingresos tanto para la microempresa como para los habitantes del lugar las dos partes mejorarían el nivel del ingreso económico.

### 7.3. IMPACTO EMPRESARIAL

**CUADRO No. 88**  
**IMPACTO EMPRESARIAL**

<b>FACTORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Clima organizacional						X		2
Mejores niveles competitivos							X	3
Incremento de niveles productivos						X		2
Crecimiento agrícola							X	3
<b>TOTAL</b>						4	6	10

Elaborado por: El autor

$$NI(\text{EMPRESARIAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{10}{4}$$

$$NI = 2,5 = 3$$

#### **ANÁLISIS:**

La microempresa de producción y comercialización de chíá genera impactos alto positivos porque la microempresa maneja un clima organizacional que garantice los mejoramientos competitivos del producto hacia el mercado, cada vez se aplicara niveles productivos que permitan mejorar el crecimiento agrícola dentro de la zona.

#### 7.4. IMPACTO EDUCATIVO-CULTURAL

**CUADRO No.89**  
**IMPACTO EDUCATIVO-CULTURAL**

<b>FACTORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Generación de conocimiento						X		2
Mejoramiento tecnológico						X		2
Capacitación continua							X	3
Aplicación de nuevas técnicas						X		32
<b>TOTAL</b>						6	3	9

Elaborado por: El autor

$$NI(\text{EDUCATIVO} - \text{CULTURAL}) = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2,25$$

#### **ANÁLISIS:**

El impacto educativo-cultural genera un nivel medio positivo, porque esta microempresa en parte aplicara la generación de conocimientos para las personas del sector a través de capacitación al personal de trabajo, como también aplicando nuevas técnicas con la ayuda de la tecnología para obtener mejores resultados en el manejo de la microempresa.

## 7.5. IMPACTO AMBIENTAL

**CUADRO No. 90**  
**IMPACTO AMBIENTAL**

<b>FACTORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Manejo de desechos						X		2
Uso racional del suelo							X	3
Manejo de químicos						X		2
Utilización de medidas preventiva						X		2
<b>TOTAL</b>						6	3	9

Elaborado por: El autor

$$NI(\text{AMBIENTAL}) = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2,25$$

### **ANÁLISIS:**

Con la producción de la chía el impacto ambiental que genera alcanza un nivel medio positivo, porque la microempresa contara con medidas preventivas, tomará en cuenta el procesos necesario para el manejo de desechos, como también se dará el uso adecuado al suelo, para el manejo de químicos se ayudará con la asistencia técnica de un agrónomo, el mismo permitirá conocer las medidas preventivas para evitar efectos secundarios.

## 7.6. IMPACTO GENERAL

**CUADRO No.91  
IMPACTO GENERAL**

<b>FACTORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Impacto Social						X		2
Impacto Económico							X	3
Impacto Empresarial							X	3
Impacto Educativo-Cultural						X		2
Impacto Ambiental						X		2
<b>TOTAL</b>						6	6	12

Elaborado por: El autor

$$NI(\text{GENERAL}) = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{12}{5}$$

$$NI = 2,4$$

### **ANÁLISIS:**

Con los resultados obtenidos del análisis de los indicadores de cada uno de los impactos que el proyecto genera se obtuvo como resultado que la creación de la microempresa productora y comercializadora de chía genera efectos de un nivel medio positivo porque tiene el propósito de mejorar muchos aspectos en el sector.



## CONCLUSIONES

De la investigación efectuada se debe resaltar varios puntos considerados básicos y que permiten concluir que el proyecto para la **CREACIÓN DE UNA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHÍA**, justifica su inversión por tales razones como:

- En el análisis del diagnóstico se determinó la situación actual de la parroquia Tumbabiro, existe el monocultivo razón por la cual sus habitantes no generan mayores recursos, hay que destacar que la zona presenta las condiciones agronómicas idóneas para nuevas alternativas de producción.
- Del el estudio de mercado, se puede decir que la investigación de campo detecto datos que confirman la gran aceptación del consumo de la chía debido a la existencia de diferentes derivados para su consumo, en lo referente a la oferta no existe productores en la zona.
- Del estudio técnico se concluye que la parroquia de Tumbabiro es un lugar estratégico porque cuenta con todos los servicio necesarios parta una buena producción y comercialización del producto.
- Con el análisis financiero se establece que la inversión justifica la puesta en marcha del proyecto, ya que al aplicar los evaluadores clásicos financieros confirman la factibilidad del proyecto.
- La organización de la microempresa estará estructurada verticalmente y con un personal preparado y capacitado para cumplir con sus actividades para el éxito de la microempresa.

- Por último se concluye que los impactos que genera el proyecto son positivos, en el ámbito social, económico, empresarial, educativo-cultural y ambiental.

## RECOMENDACIONES

A continuación se menciona algunas recomendaciones importantes para mejorar los resultados del proyecto:

- Poner en marcha el proyecto con la finalidad de crear oportunidades de trabajo en la zona y mejorar su nivel económico con un nuevo cultivo, además buscar apoyo con los organismos gubernamentales para socializar nuevos emprendimientos en relación a la producción de la chía.
- Captar el mercado con un producto de calidad, como también buscar nuevos segmentos de mercado en donde la chía tenga mejores oportunidades.
- Aprovechar las condiciones agronómicas y la localización estratégicas del proyecto, para incrementar el área de producción y poder conseguir mayor cobertura de mercado.
- Llevar un control permanente de la situación financiera de la microempresa para la toma de decisiones adecuadas y poder corregir errores a tiempo.
- Fomentar un clima organizacional donde el factor humano sea el más importante, además mantener en constantes capacitación para fortalecer sus conocimientos.
- Realizar controles sobre los impactos que puede producir el proyecto aplicando medidas de seguridad en los procesos productivos.



## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Activo:** Está formado por todos los valores propiedad de la empresa o institución, cuya fuente de financiamiento originó aumentos en las cuentas pasivas. Conjunto de bienes y derechos reales y personales sobre los que se tiene propiedad.

**Activos circulantes:** Conjunto de cuentas dentro de los activos de una empresa que se anticipan su conversión en efectivo en un plazo menor a un año. Están constituidos generalmente por caja y bancos, cuentas por cobrar, inventarios, etc.

**Activos intangibles:** Activos de tipo inmaterial, tales como patentes.

**Agricultura:** La agricultura es la labranza o cultivo de la tierra e incluye todos los trabajos relacionados al tratamiento del suelo y a la plantación de vegetales. Las actividades agrícolas suelen estar destinadas a la producción de alimentos y a la obtención de verduras, frutas, hortalizas y cereales.

**Agricultura orgánica:** se refiere a un procedimiento que utiliza métodos que respetan el medio ambiente desde las diversas fases de la producción, a través de la manipulación y transformación de los productos. La producción orgánica no sólo se interesa por el producto final que llega al consumidor.

**Amortización:** Pago parcial o total del principal de un préstamo.

**Capital de Trabajo:** Diferencia del activo circulante respecto al pasivo circulante, cuyo margen positivo permite a las empresas cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

**Capital Social:** Es el conjunto de aportaciones suscritas por los socios o accionistas de una empresa, las cuales forman su patrimonio, independientemente de que estén pagadas o no.

**Capitalización:** Inversión de recursos en una empresa por parte de sus propietarios.

**Costo de oportunidad:** El costo de oportunidad se entiende como aquel costo en que se incurre al tomar una decisión y no otra. Es aquel valor o utilidad que se sacrifica por elegir una alternativa A y despreñar una alternativa B. Tomar un camino significa que se renuncia al beneficio que ofrece el camino descartado.

**Costos de producción:** Es la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso. Se define como el valor de los insumos que requieren las unidades económicas para realizar su producción de bienes y servicios.

**Costo directo:** Cualquier costo de producción que es directamente identificable en el producto final.

**Costo fijo:** Costo que no varía ante cambios en el nivel de producción.

**Costo marginal:** Adición al costo total como resultado de incrementar la producción en una unidad.

**Cuello de botella:** Cualquier factor que impide o reduce el flujo normal de un proceso, ya sea este productivo o económico.

**Demanda:** se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un

consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

**Depreciación:** Reducción del valor contable o de mercado de un activo.

**Desembolso:** Representa una salida de fondos.

**Diagrama de bloque:** Es la representación gráfica del funcionamiento interno de un sistema, que se hace mediante bloques y sus relaciones, y que, además, definen la organización de todo el proceso interno, sus entradas y sus salidas.

**Diagnóstico:** Es el resultado de un proceso de investigación relacionado con la organización y el funcionamiento de las empresas, que permite determinar y evaluar las relaciones de causas-efectos de los problemas detectados y dar solución integral a los mismos.

**Dividendo:** Pago de una empresa a sus propietarios por concepto de distribución de utilidades generadas.

**Egresos:** Erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto. Desembolsos o salidas de dinero, aun cuando no constituyan gastos que afecten las pérdidas o ganancias.

**Estados financieros:** son informes que utilizan las instituciones para reportar la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado. Esta información resulta útil para la Administración, gestores, reguladores y otros tipos de interesados como los accionistas, acreedores o propietarios.

**Estado de resultado integral:** Muestra la Utilidad de la empresa durante un período, es decir, las ganancias y/o pérdidas que la empresa tuvo o espera tener.

**Estado de situación inicial:** El Balance inicial refleja la situación patrimonial de la empresa en el momento preciso en que están a punto de iniciarse las operaciones de la empresa, es decir justo antes de comenzar a registrarse éstas.

**Estado de flujo de caja:** El estado de flujos de efectivo es el estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Un Estado de Flujos de Efectivo es de tipo financiero y muestra entradas, salidas y cambioneto en el efectivo de las diferentes actividades de una empresa durante un período contable, en una forma que concilie los saldos de efectivo inicial y final

**Estudio de factibilidad:** es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran.

**Estudio de mercado:** es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

**Estudio técnico:** es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar como se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial.

**Estudio financiero:** es una técnica o herramienta que, mediante el empleo de métodos de estudio, permite entender y comprender el comportamiento del pasado financiero de una entidad y conocer su capacidad de financiamiento e inversión propia.

**Flujo grama:** consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos.

**Gastos: administrativos:** Son las erogaciones que corresponden a las oficinas generales, el departamento de contabilidad, la oficina de personal, el departamento de crédito y cobranza y demás actividades distintas de la venta de mercancías. Es una subdivisión de los gastos de operación.

**Gastos de ventas:** Son las erogaciones que están directamente relacionadas con la operación de ventas.

**Gastos financieros:** Gastos incurridos por la empresa en la obtención de recursos financieros y que están representados por los intereses y comisiones tanto de préstamos como de créditos recibidos por la empresa.

**Impuesto:** Tributo que se exige en función de la capacidad económica de los obligados a su pago.

**Indicador:** Magnitud utilizada para medir o comparar los resultados efectivamente obtenidos, en la ejecución de un proyecto, programa o actividad.

**Índice de precios:** Medida que refleja el nivel de precios de una economía en un momento dado.

**Inflación:** Aumento sostenido y generalizado de los índices de precios.

**Ingresos:** el concepto ingreso puede hacer referencia a las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicio.

**Interés:** Es el precio pagado por el uso de un dinero prestado.

**Inversión fija:** es la asignación de recursos reales y financieros para obras físicas.

**Inversión diferida:** que es un desembolso de la etapa Pre-Operativa

**Inversión variable (capital de trabajo):** El capital de trabajo es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio, que cubre el desfase natural entre el flujo de ingresos y egresos. Entre los activos circulantes y los pasivos circulantes.

**Inversionista:** Persona física o jurídica que aporta sus recursos financieros con el fin de obtener algún beneficio futuro.

**Impactos:** El impacto se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general.

**Jerarquía:** Forma de organización dentro de una institución de acuerdo a la importancia o autoridad de los cargos designados.

**Liquidación:** Conclusión de un negocio o proyecto mediante la venta de todos sus activos y la cancelación de todas sus deudas.

**Liquidez:** Estado de la posición de efectivo de una empresa y capacidad de cumplir con sus obligaciones de corto plazo.

**Mercado:** Conjunto de compradores y vendedores.

**Mercado meta:** Consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir.

**Obligación:** Cualquier tipo de deuda.

**Pasivos:** Obligaciones que tiene una empresa ante terceros.

**Pasivos circulantes:** Conjunto de cuentas dentro de los pasivos de una empresa que deben cancelarse en un período menor a un año.

**Patrimonio:** Propiedad real de una empresa o individuo, definida como la suma de todos los activos, menos, la suma de todos los pasivos.

**Período de recuperación:** Período que se requiere para que los ingresos netos de una inversión sean iguales al costo de la inversión.

**Período fiscal:** Período contable de 12 meses respecto al cual se da la información económica de las actividades de la empresa para los efectos del pago del impuesto sobre la renta.

**Población económicamente activa:** Comprende al conjunto de personas posibilitadas de trabajar y que cumplen los requisitos de edad para ello.

**Presupuesto:** Estimación financiera anticipada, generalmente anual, de los egresos e ingresos, necesarios para cumplir con las metas de los programas establecidos.

**Producto:** El producto no es más que un objeto físico que hace representación de una serie de satisfacciones o necesidades para el consumidor o comprador.

**Producto Interno Bruto:** Valor de los bienes y servicios producidos dentro de una economía durante un período específico.

**Publicidad:** La colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualesquiera de los medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones no lucrativas, agencias del estado y los individuos que intentan informar y/o persuadir a los miembros de un mercado meta en particular o a audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas

**Sensibilidad del proyecto:** En todo proyecto se trabaja con algunos factores sobre los que se tiene poder de decisión (variables controlables), y otros sobre los que sólo se pueden realizar estimaciones (variables no controlables). De acuerdo a lo anterior podemos definir al análisis de sensibilidad como el proceso de medición de variables que afectan el desarrollo del proyecto de inversión.

**Solvencia:** Capacidad de pago de las obligaciones.

**Tasa interna de retorno (TIR):** Tasa de rendimiento sobre una inversión de activos.

**Utilidades:** Son la medida de un excedente entre los ingresos y los costos expresados en alguna unidad monetaria.

**Utilidades retenidas:** Porción de las utilidades no pagadas como dividendos.

**Valor actual neto (VAN):** Es el valor presente (a hoy) de los flujos de efectivo de un proyecto descontados a una tasa de interés dada.

**Variable:** una variable es un **símbolo** que permite identificar a un elemento no especificado dentro de un determinado grupo.



## **BIBLIOGRAFÍA**

- BRAVO, Mercedes, (2009), "Contabilidad General", Novena Edición, Editorial Nuevo día, Quito-Ecuador
- BRIGHAN, Eugene. Y HOUSTON Joel. (2005). Fundamentos de Administración Financiera, Décima Edición, Thomson Editores, México.
- BLOCK, Stanley B., HIRT, Geoffrey A., Año 2005, Administración Financiera, Segunda edición en español, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C. V., México, D. F.
- BACA URBINA, Gabriel. (2006) Evaluación de Proyectos. Quinta Edición Mac Graw Hill, México.
- CÓRDOBA, Marcial. (2006) Formulación y Evaluación de Proyectos. Primera Edición, Ecoe Ediciones, Colombia.
- CHARLES W, Lamb, (2006) Obra Marketing Octava Edición Edición Thomson - México.
- CARL, Daniel; (2006); Marketing; Octava Edición. Mac Graw Hill México
- CHIAVENATO, Idalberto (2007) Administración de Recursos Humanos Octava Edición Mac Graw Hill México.
- DÍAZ, M. Ángel. (2008) David y Goliat Iniciación del Proyecto. Primera Edición, Grupo Editor Alfaomega. México.
- FLORES U, Juan, (2007). Proyectos de Inversión para las PYME, Primera Edición, Editorial Ecoe Ltda. Colombia.

- FRACÉS, Antonio. (2006) Estrategias y Planes para la Empresa, Primera Edición, Pearson Educación, México.
- FONTAINE R, Ernesto, (2008) Evaluación Social de Proyectos, Decimotercera Edición, Editorial PEARSON.
- FERNÁNDEZ V, Ricardo. (2007) Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia Primera Edición, McGraw-Hill Interamericana. México.
- GITMAN, Laurence J. (2007) Principios de Administración financiera. Décimo Primera Edición, Pearson Educación, México.
- GALINDO, R. Carlos J. (2008) Manual para la Creación de Empresas. Tercera Edición, Ecoe Ediciones. Colombia
- JÁCOME, Walter (2005) Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión – CUDIC Editorial Universitaria –Ibarra Ecuador
- KERIN, Roger A., HARTLEY, Steven W., RUDELIUS William, Año 2006, Marketing “CORE”, Segunda edición en español, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA DE ESPAÑA S. A. U., Aravaca (Madrid).
- KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary, Año 2008, Principios de Marketing, Duodécima edición, Editorial PEARSON EDUCACION S.A., Madrid (España).
- KOMIYA S, Raúl (2004) Marketing para PYMES Primera Edición, Editora Palomino. Perú

- MONTAÑO, S. Francisco. A., Año 2005, Mercadotecnia, Investigación y Análisis para el éxito, Primera edición, Editorial TRILLAS, S.A. de C.V., México, D.F.
- NÚÑEZ, Z. Rafael (2007) Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Trillas. México
- PALMETTI, Néstor (2011), Alimentos Saludables, Segunda edición
- ROMERO, Javier, (2006) Principios de Contabilidad, Tercera Edición Editorial McGraw-Hill Interamericana México.
- SAPAG, CH. Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo., Año (2008), Preparación y Evaluación de proyectos, Quinta edición, McGRAW-HILL INTERAMERICANA, S.A., México.
- SARMIENTO, R. Rubén. (2005) Contabilidad General Décima Edición Editorial Voluntad. Ecuador.
- VÁSQUEZ, Lola y SALTOS Napoleón: Ecuador su realidad, fundación José Peralta, Quito Ecuador, 2006.
- WHEELLEN, Thomas L. HUNDER, David J. (2007) Administración Estratégica y Política de Negocios Décima Edición, Pearson Educación México.
- ZAPATA, Sánchez Pedro, Año 2011, Contabilidad general, Septima edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.



## LINCOGRAFÍA

- <http://www.monografias.com/trabajos14/administracion-empresas>
- <http://www.usochiamedicina.shtml>
- <http://www.origenchia.com>
- [www.monografias.com/ trabajos/mercado](http://www.monografias.com/trabajos/mercado)
- <http://www.foromarketing.com>
- <http://www.inec.gov.ec>
- <http://www.iniap-ecuador.gov.ec>
- <http://www.magap.gov.ec>



# **ANEXOS**



**ANEXO A:ENCUESTA DIRIGIDA A LOS AGRICULTORES DE LA  
PARROQUIA DE TUMBABIRO**



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

**Objetivo:** La presente encuesta tiene por objeto conocer la situación actual de la Parroquia de Tumbabiro.

**1. ¿Qué tipo de cultivos dispone actualmente?**

- Cereales ( )
- Hortalizas ( )
- Frutas ( )
- Frejol ( )
- Arveja ( )
- Otros ( )

**2. ¿Considera usted que la actividad agrícola es?**

- Muy buena ( )
- Buena ( )
- Regular ( )
- Pésima ( )

**3. ¿Cuáles son los productos de mayor productividad son?**

- Cereales ( )
- Hortalizas ( )
- Frutas ( )
- Frejol ( )
- Arveja ( )
- Otros ( )

**4. ¿La comercialización de los productos lo hace?**

- Directa ( )
- Indirecta o intermediarios ( )
- Otras ( )

**5. ¿Los productos de la Parroquia de Tumbabiro, a qué mercado atienden actualmente?**

- La parroquia ( )
- Atuntaqui ( )
- Ibarra ( )
- Urcuqui ( )
- Otros ( )

**6. ¿La demanda de los productos de la Parroquia de Tumbabiro es?**

- Alta ( )
- Media ( )
- Baja ( )

**7. ¿La competencia que tiene es?**

- Alta ( )
- Media ( )
- Baja ( )

**8. ¿Los precios de sus productos determina?**

Por los costos ( )

Por el mercado ( )

Por los intermediarios ( )

**9. ¿Los productos que usted vende los hace en?**

Quintales ( )

Bultos ( )

Granel ( )

Otros ( )

**10. ¿La rentabilidad que obtienen los agricultores de la Parroquia de Tumbabiro es?**

Alta ( )

Media ( )

Baja ( )

**11. ¿Tiene acceso al financiamiento de su actividad?**

Si ( )

No ( )

**12. ¿Qué dificultades financiera enfrenta actualmente?**

Falta de créditos ( )

Interés alto ( )

Actividad de supervivencia que merma la capacidad de pago

**13. ¿Cómo protege usted el suelo?**

Rotación de cultivos ( )

Insumos orgánicos ( )

Disminución de productos químicos ( )

**14. ¿La actividad que realiza usted es basada en?**

Únicamente por experiencia ( )

Por capacitación ( )

Otras ( )

**15. ¿La actividad agrícola en la parroquia de Tumbabiro se encuentra?**

Organizada ( )

No organizada ( )

**16. ¿Recibe asistencia técnica para sus cultivos en forma?**

Permanente ( )

Ocasional ( )

No existe ( )

**17. ¿Considera usted que las nuevas generaciones optaran por la actividad agrícola?**

Si ( )

No ( )

**ANEXO B: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CENTROS NATURISTAS DE LOS CANTONES DE LA PROVINCIA DE IMBABURA.**



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

**Objetivo:** La presente encuesta tiene finalidad determinar la aceptabilidad del producto en los centros naturistas.

**1. Cuanto tiempo lleva en la actividad**

Menos de 3 años ( )

Entre 3 y 5 años ( )

Más de 5 años ( )

**2. ¿Cómo considera la rentabilidad del negocio de productos naturales?**

Muy buena ( )

Regular ( )

Mala ( )

**3. Qué tipo de productos naturales son elaborados por usted?**

Jarabes ( )

Infusiones ( )

Otros ( )

**4. ¿Conoce usted las bondades de la chía?**

Mucho ( )

Poco ( )

Nada ( )

**5. ¿Cuáles son sus principales proveedores?**

Locales ( )

Nacionales ( )

Extranjeros ( )

**6. ¿La comercialización de los productos que usted vende son publicados a través de?**

Trípticos ( )

Radio ( )

TV ( )

Prensa ( )

**7. ¿Tomando en cuenta que la chía es un buen sustituto de productos de alto valor nutritivo y curativo, estaría dispuesto adquirir?**

Si ( )

No ( )

**8. ¿En caso de que usted acepte a la chía como un producto de gran valor nutricional cuantas cajas de 3 kilos c/u, estaría dispuesto a adquirir semanalmente?**

Una caja por semana ( )

Dos cajas por semana ( )

Tres cajas por semana ( )

**9. ¿La adquisición de la chía le gustaría que sea?**

Directo al productor ( )

A través de intermediarios ( )

Los dos anteriores ( )

**10. ¿El precio al cual estaría dispuesto a pagar por una caja de 3 kilos de chía es?**

15 dólares por caja ( )

20 dólares por caja ( )

25 dólares por caja ( )

30 dólares por caja ( )

**11. ¿Como le gustaría que se le oferte el producto?**

Al natural ( )

Semi procesado ( )

Procesado ( )

**12. ¿La presentación del producto le gustaría que sea?**

Empacada al vacío ( )

En fundas plásticas ( )

Caja de cartón ( )

**13. ¿La cobertura de su mercado es?**

Gente joven ( )

Gente adulta ( )

Niños ( )

Otros ( )



### ANEXO C: DETERMINACIÓN DE LA TENDENCIA DE CRECIMIENTO DEL SUELDO BÁSICO.

AÑO	SUELDO BÁSICO	$i = \frac{C_n}{C_0} - 1$
2007	200	
2008	218	0,09
2010	240	0,10
2011	264	0,10
2012	292	0,11
<b>TOTAL</b>		$\Sigma i = 0,397$

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0,397}{4} = 0,099$$

$$i = 9,9\%$$

### ANEXO D: ROL DE PAGOS DEL TÉCNICO DE PRODUCCIÓN

SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL						
No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Técnico agrónomo	300,00	329,70	362,34	398,21	437,63
	MENSUAL	300,00	329,70	362,34	398,21	437,63
	ANUAL	<b>3600,00</b>	<b>3956,40</b>	<b>4348,08</b>	<b>4778,54</b>	<b>5251,62</b>

PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	3.600,00	3.956,40	4.348,08	4.778,54	5.251,62
Aporte Patronal	437,40	480,70	528,29	580,59	638,07
Fondos de Reserva		329,70	362,34	398,21	437,63
Decimo Tercero	300,00	329,70	362,34	398,21	437,63
Decimo Cuarto	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
Total costo de mano de obra	4.629,40	5.417,41	5.953,73	6.543,15	7.190,93

## ANEXO E: COSTOS DE PRODUCCIÓN DE LOS 5 AÑOS

### PRIMER AÑO

#### JORNALES

Actividad	No. aplicaciones	jornal por hectárea	número de hectáreas	año 1
Siembra	1	5	5	25
Aplicación de fertilizantes	2	5	5	50
Aplicación de insecticidas	3	5	5	75
Aplicación control de malezas	2	5	5	50
Cosecha	1	5	5	25

#### INSUMOS EN KILOS

Actividad	No. aplicaciones	kilos por hectárea	número de hectáreas	AÑO 1
Fertilizante	2	75	5	750
Insecticidas y fungicidas	3	1	5	15
Herbicidas	2	2	5	20

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
<b>A. COSTOS DIRECTOS (CD)</b>				
<b>1. Preparación del suelo</b>				
Arada y rastrada	horas/tractor	5	16	80
Surcado	horas/tractor	2,5	16	40
<b>Subtotal preparación del suelo</b>				<b>120</b>
<b>2. Mano de Obra</b>				
Técnico de producción	suelo			4.629,40
Siembra	jornal	25	8	200
Fertilización	jornal	50	8	400
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	75	8	600
Control de malezas	jornal	50	8	400
Cosecha	jornal	25	8	200
<b>Subtotal mano de obra</b>				<b>6.429,40</b>
<b>3. Materia prima e Insumos</b>				
Semilla	kilos	125,00	4	500,00
Fertilizantes	kg	750	0,6	450
Insecticidas, fungicidas	kg	15	8	120
Herbicidas	kg	20	9	180
<b>Subtotal materia prima e insumos</b>				<b>1250,00</b>
<b>SUBTOTAL (CD)</b>				<b>7799,40</b>
<b>B. COSTOS INDIRECTOS (CI)</b>				
Alquiler de trilladora	Hectárea	5	50	250
Arriendo del terreno	Hectárea	5	400	2000
Pago del agua de riego	Hectárea	5	30	150
<b>SUBTOTAL (CI)</b>				<b>2400,00</b>
<b>TOTAL DE COSTOS (CD+CI)</b>				<b>10199,40</b>
Imprevistos 3 %				305,98
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>				<b>10505,38</b>

## SEGUNDO AÑO

### JORNALES

Actividad	No. aplicaciones	jornal por hectárea	número de hectáreas	año 2
Siembra	1	5	6	30
Aplicación de fertilizantes	2	5	6	60
Aplicación de insecticidas	3	5	6	90
Aplicación control de malezas	2	5	6	60
Cosecha	1	5	6	30

### INSUMOS EN KILOS

Actividad	No. aplicaciones	kilos por hectárea	número de hectáreas	AÑO 2
Fertilizante	2	75	6	900
Insecticidas y fungicidas	3	1	6	18
Herbicidas	2	2	6	24

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
<b>A. COSTOS DIRECTOS (CD)</b>				
<b>1. Preparación del suelo</b>				
Arada y rastrada	horas/tractor	6	16,86	101,184
Surcado	horas/tractor	3	16,86	50,592
<b>Subtotal preparación del suelo</b>				<b>151,776</b>
<b>2. Mano de Obra</b>				
Técnico de producción	sueldo			5.417,41
Siembra	jornal	30	8,43	252,96
Fertilización	jornal	60	8,43	505,92
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	90	8,43	758,88
Control de malezas	jornal	60	8,43	505,92
Cosecha	jornal	30	8,43	252,96
<b>Subtotal mano de obra</b>				<b>7694,05</b>
<b>3. Materia prima e Insumos</b>				
Semilla	kilos	150,00	4,22	632,40
Fertilizantes	kg	900	0,63	569,16
Insecticidas, fungicidas	kg	18	8,43	151,776
Herbicidas	kg	24	9,49	227,664
<b>Subtotal materia prima e insumos</b>				<b>1581,00</b>
<b>SUBTOTAL (CD)</b>				<b>9426,83</b>
<b>B. COSTOS INDIRECTOS (CI)</b>				
Alquiler de trilladora	Hectárea	6	52,70	316,20
Arriendo del terreno	Hectárea	6	421,60	2529,60
Pago del agua de riego	Hectárea	6	31,62	189,72
<b>SUBTOTAL (CI)</b>				<b>3035,52</b>
<b>TOTAL DE COSTOS (CD+CI)</b>				<b>12462,35</b>
Imprevistos 3 %				373,87
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>				<b>12836,22</b>

## TERCER AÑO

### JORNALES

Actividad	No. aplicaciones	jornal por hectárea	número de hectáreas	año 3
Siembra	1	5	7	35
Aplicación de fertilizantes	2	5	7	70
Aplicación de insecticidas	3	5	7	105
Aplicación control de malezas	2	5	7	70
Cosecha	1	5	7	35

### INSUMOS EN KILOS

Actividad	No. aplicaciones	kilos por hectárea	número de hectáreas	AÑO 3
Fertilizante	2	75	7	1050
Insecticidas y fungicidas	3	1	7	21
Herbicidas	2	2	7	28

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
<b>A. COSTOS DIRECTOS (CD)</b>				
<b>1. Preparación del suelo</b>				
Arada y rastrada	horas/tractor	7	17,77	124,42
Surcado	horas/tractor	3,5	17,77	62,21
<b>Subtotal preparación del suelo</b>				<b>186,63</b>
<b>2. Mano de Obra</b>				
Técnico de producción	suelo			5.953,73
Siembra	jornal	35	8,89	311,06
Fertilización	jornal	70	8,89	622,11
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	105	8,89	933,17
Control de malezas	jornal	70	8,89	622,11
Cosecha	jornal	35	8,89	311,06
<b>Subtotal mano de obra</b>				<b>8.753,24</b>
<b>3. Materia prima e Insumos</b>				
Semilla	kilos	175,00	4,44	777,64
Fertilizantes	kg	1050	0,67	699,88
Insecticidas, fungicidas	kg	21	8,89	186,63
Herbicidas	kg	28	10,00	279,95
<b>Subtotal materia prima e insumos</b>				<b>1944,10</b>
<b>SUBTOTAL (CD)</b>				<b>10883,98</b>
<b>B. COSTOS INDIRECTOS (CI)</b>				
Alquiler de trilladora	Hectárea	7	55,55	388,82
Arriendo del terreno	Hectárea	7	444,37	3110,56
Pago del agua de riego	Hectárea	7	33,33	233,29
<b>SUBTOTAL (CI)</b>				<b>3732,68</b>
<b>TOTAL DE COSTOS (CD+CI)</b>				<b>14616,66</b>
Imprevistos 3 %				438,50
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>				<b>15055,16</b>

## CUARTO AÑO

### JORNALES

Actividad	No. aplicaciones	jornal por hectárea	número de hectáreas	año 4
Siembra	1	5	8	40
Aplicación de fertilizantes	2	5	8	80
Aplicación de insecticidas	3	5	8	120
Aplicación control de malezas	2	5	8	80
Cosecha	1	5	8	40

### INSUMOS EN KILOS

Actividad	No. aplicaciones	kilos por hectárea	número de hectáreas	AÑO 4
Fertilizante	2	75	8	1200
Insecticidas y fungicidas	3	1	8	24
Herbicidas	2	2	8	32

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
<b>A. COSTOS DIRECTOS (CD)</b>				
<b>1. Preparación del suelo</b>				
Arada y rastrada	horas/tractor	8	18,73	149,88
Surcado	horas/tractor	4	18,73	74,94
<b>Subtotal preparación del suelo</b>				<b>224,81</b>
<b>2. Mano de Obra</b>				
Técnico de producción	sueldo			6.543,15
Siembra	jornal	40	9,37	374,69
Fertilización	jornal	80	9,37	749,38
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	120	9,37	1.124,07
Control de malezas	jornal	80	9,37	749,38
Cosecha	jornal	40	9,37	374,69
<b>Subtotal mano de obra</b>				<b>9.915,36</b>
<b>3. Materia prima e Insumos</b>				
Semilla	kilos	200,00	4,68	936,72
Fertilizantes	kg	1200	0,70	843,05
Insecticidas, fungicidas	kg	24	9,37	224,81
Herbicidas	kg	32	10,54	337,22
<b>Subtotal materia prima e insumos</b>				<b>2341,81</b>
<b>SUBTOTAL (CD)</b>				<b>12481,99</b>
<b>B. COSTOS INDIRECTOS (CI)</b>				
Alquiler de trilladora	Hectárea	8	58,55	468,36
Arriendo del terreno	Hectárea	8	468,36	3746,90
Pago del agua de riego	Hectárea	8	35,13	281,02
<b>SUBTOTAL (CI)</b>				<b>4496,28</b>
<b>TOTAL DE COSTOS (CD+CI)</b>				<b>16978,26</b>
Imprevistos 3 %				509,35
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>				<b>17487,61</b>

## QUINTO AÑO

### JORNALES

<b>Actividad</b>	<b>No. aplicaciones</b>	<b>jornal por hectárea</b>	<b>número de hectáreas</b>	<b>año 5</b>
Siembra	1	5	9	45
Aplicación de fertilizantes	2	5	9	90
Aplicación de insecticidas	3	5	9	135
Aplicación control de malezas	2	5	9	90
Cosecha	1	5	9	45

### INSUMOS EN KILOS

<b>Actividad</b>	<b>No. aplicaciones</b>	<b>kilos por hectárea</b>	<b>número de hectáreas</b>	<b>AÑO 5</b>
Fertilizante	2	75	9	1350
Insecticidas y fungicidas	3	1	9	27
Herbicidas	2	2	9	36

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
<b>A. COSTOS DIRECTOS (CD)</b>				
<b>1. Preparación del suelo</b>				
Arada y rastrada	horas/tractor	9,000	19,746	177,715
Surcado	horas/tractor	4,500	19,746	88,858
<b>Subtotal preparación del suelo</b>				<b>266,573</b>
<b>2. Mano de Obra</b>				
Técnico de producción	suelo			7.190,93
Siembra	jornal	45	9,87	444,29
Fertilización	jornal	90	9,87	888,58
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	135	9,87	1.332,87
Control de malezas	jornal	90	9,87	888,58
Cosecha	jornal	45	9,87	444,29
<b>Subtotal mano de obra</b>				<b>11.189,52</b>
<b>3. Materia prima e Insumos</b>				
semilla	kilos	225,00	4,936537436	1110,72
Fertilizantes	kg	1350	0,740480615	999,64
Insecticidas, fungicidas	kg	27	9,873074872	266,57
Herbicidas	kg	36	11,10720923	399,85
<b>Subtotal materia prima e insumos</b>				<b>2776,80</b>
<b>SUBTOTAL (CD)</b>				<b>14232,90</b>
<b>B. COSTOS INDIRECTOS (CI)</b>				
Alquiler de trilladora	Hectárea	9	61,71	555,36
Arriendo del terreno	Hectárea	9	493,65	4442,88
Pago del agua de riego	Hectárea	9	37,02	333,22
<b>SUBTOTAL (CI)</b>				<b>5331,46</b>
<b>TOTAL DE COSTOS (CD+CI)</b>				<b>19564,36</b>
Imprevistos 3 %				586,93
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>				<b>20151,29</b>

## ANEXO F: GASTOS MENSUALES

### SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	25	300
Agua	10	120
<b>TOTAL</b>		<b>420</b>

### SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Teléfono	25	300
Internet	18	216
<b>TOTAL</b>		<b>516</b>

### MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	15	180
<b>TOTAL</b>		<b>180</b>

### PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio	100	200
Prensa	60	120
Trípticos	28	224
Internet	13	156
<b>TOTAL</b>		<b>700</b>

### EMPAQUES

AÑO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Caja y etiquetas	2.021	0,165	333,44
2	Caja y etiquetas	2.425	0,17	421,73
3	Caja y etiquetas	2.829	0,18	518,59
4	Caja y etiquetas	3.233	0,19	624,68
5	Caja y etiquetas	3.638	0,20	740,71

## COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO DEL VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Combustible vehículo	70	840
Mantenimiento vehículo	30	360
<b>TOTAL</b>		<b>1200</b>

