



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
PLANTA PROCESADORA DE CAFÉ EN LA CIUDAD DE MIRA,
PROVINCIA DEL CARCHI”.

**PROYECTO DE TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA.**

AUTORA: Katherine Tatiana Andrade Ruano

ASESOR: Dr. Otto Ayala

Ibarra, Diciembre, 2013

RESUMEN EJECUTIVO

Siendo el objetivo principal del presente estudio la creación de una Planta Procesadora dedicada a industrializar el café para la producción y venta en la ciudad de Mira, se ha llevado a cabo el análisis de los diferentes aspectos que intervienen en esta investigación. Luego de conocer la situación actual del sector y tener una visión clara de la actividad, se procedió a desarrollar el estudio de mercado en el que se analiza el comportamiento de la demanda, oferta, precio y las políticas de venta. Es también importante para llevar adelante este estudio, tener claro las conceptualizaciones de los asuntos que abordan este tema, permitiendo formar un criterio sostenido. Una vez conocido los resultados y siendo estos positivos, se procedió a establecer la macro y micro localización, el tamaño e ingeniería del proyecto; para lo cual se hizo el respectivo presupuesto de las inversiones que se van a requerir. Consecuentemente éstas se evaluaron y compararon con los ingresos mediante un análisis financiero, donde se ha determinado la viabilidad del proyecto. Posteriormente, se procedió a desarrollar la organización administrativa, donde las diferentes áreas están ubicadas acorde a los niveles jerárquicos que se muestran en el organigrama, así mismo se detalla las funciones de cada individuo que conforman esta organización. Finalmente, para determinar que impactos tiene este proyecto en el medio, se hace un análisis en los aspectos ambiental, económico, nutricional, social y cultural. Con la estructura antes mencionada y con los pasos aplicados eficientemente en la elaboración de este estudio, se justifica la necesidad de emprender el proyecto presentado y la conveniencia de la inversión.

SUMARY

As the main objective of this study the creation of a Micro-Production and Marketing of coffee in the city of Mira, has carried out analysis of different aspects involved in this investigation. After meeting the current situation of the sector and have a clear vision of micro enterprise activity, we preceded to develop the market study which analyzes the level and conditions under which is the production and marketing of Granola, as well as the behavior of demand, supply, pricing and selling policies. It is also important to conduct this study, to be clear conceptualizations of the issues that address this issue, allowing forming a sustained approach. Once you know these results and being positive, we proceeded to set the macro and micro location, size and engineering of the project, which was done for the budget, investments that will be required. Consequently they are evaluated and compared with income through financial analysis, which determined the feasibility of the project. Then, we proceeded to develop the administrative organization, where different areas are located according to the hierarchy shown in the vertical organization, ahs it detailed the functions of each individual under this organization. Finally, to determine what impact has this project in the middle is an analysis on social, economic, educational, business and environmental. With the above structure and the steps applied efficiently in the preparation of this study, justifies the need to undertake the project as presented and the suitability of the investment.

DECLARACIÓN

Yo, Katherine Tatiana Andrade Ruano, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Katherine Andrade

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Katherine Tatiana Andrade Ruano, para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA PROCESADORA DE CAFÉ EN LA CIUDAD DE MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI.”

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, Diciembre de 2013

Dr. Otto Ayala

DIRECTOR

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

Yo, KATHERINE TATIANA ANDRADE RUANO, con cédula de ciudadanía Nro. 040169458-3 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 autora del trabajo de grado denominado: “ Estudio de Factibilidad para la Creación de una Planta Procesadora de Café en la ciudad de Mira”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

Nombre: Katherine Tatiana Andrade Ruano

Cédula: 040169458-3

Ibarra, Diciembre del 2013

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 Técnica del Norte.

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

DATOS DE CONTACTO		
Cedula de Identidad	040169458-3	
Apellidos y Nombres	Andrade Ruano Katherine Tatiana	
Dirección	Mira – Carchi Urbanización los Artesanos	
Email	kattylu_bb@hotmail.com	
Teléfono Fijo 062280-401	Teléfono Móvil 0993706408	
DATOS DE LA OBRA		
Título	“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Planta Procesadora de Café en la Ciudad de Mira, Provincia del Carchi.”	
Autora	Andrade Ruano Katherine Tatiana	
Fecha	2013 – 12 - 3	
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO		
Programa <input type="checkbox"/>	Pregrado <input type="checkbox"/>	Posgrado <input type="checkbox"/>
Título por el que Opta	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA	
Asesor/Director	Dr. Otto Ayala	

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Katherine Tatiana Andrade Ruano, con cédula de ciudadanía Nro. 040169458-3, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el repositorio digital institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte 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 144.

3. CONSTANCIA

La Autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló; sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original, y que es la autora 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 reclamaciones por parte de terceros.

Ibarra, Diciembre de 2013

AUTORA

Firma

Katherine Tatiana Andrade Ruano

040169458-3

ACEPTACIÓN

Firma

Ing. Bethy Chávez

JEFE DE BIBLIOTECA

Facultad Ciencias Administrativas y Económicas. Por Resolución del Concejo Universitario.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios, a mis padres y hermanos, hijo y esposo.

A Dios porque ha estado conmigo en cada paso de mi camino, cuidándome, guiándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres y hermanas, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi capacidad.

A mi hijo Josué y mi esposo Alex por brindarme ese amor y apoyo incondicional en cada instante de mi vida, es por ellos que ahora les dedico este trabajo por darme el impulso para continuar y cumplir con mi propósito.

Katherine Andrade

AGRADECIMIENTO

Deseo através de estas líneas expresar mi profundo agradecimiento por quienes de manera directa o indirecta han hecho posible la culminación de una de las etapas primordiales dentro del ámbito profesional.

Agradezco a mis padres que con sacrificio, esfuerzo, y el más profundo amor me supieron guiar en busca de la sabiduría, a mi amado esposo, y a la razón de mi vida, mi hijo.

Agradezco a cada uno de mis docentes que con gran voluntad y paciencia, impartieron sus conocimientos durante toda esta etapa académica, a la Universidad Técnica del Norte por haberme permitido pasar por sus aulas en busca del conocimiento, y de manera especial mi reconocimiento y mi eterna gratitud al Doctor Otto Ayala, por su incondicional colaboración en el desarrollo del presente trabajo.

Katherine Andrade

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una planta procesadora de café en la ciudad de Mira, Provincia del Carchi.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional del Cantón Mira y sus parroquias y las Amenazas, Oportunidades, Oponentes y Riesgos.
- Establecer la fundamentación teórica científica que sirva de base para el desarrollo del proyecto.
- Determinar a través de un estudio de mercado la oferta y la demanda del café que elaborará la planta procesadora.
- Realizar el Estudio Técnico para determinar la macro localización y micro localización del proyecto.
- Elaborar un Estudio Económico-Financiero para determinar la factibilidad del estudio o proyecto.
- Determinar la Estructura Organizacional que identifique las funciones y las políticas de la pequeña empresa.
- Analizar los principales impactos que implica la creación de una planta procesadora en el ámbito ambiental, económico, nutricional y social.

PRESENTACIÓN

El presente informe final de trabajo de grado, corresponde a un proyecto de Factibilidad para la Creación de una Planta Procesadora de Café en la Ciudad de Mira, Provincia del Carchi, está integrado por los siguientes capítulos:

El Capítulo I, referente al Diagnóstico Situacional, se lo ha realizado específicamente en la Ciudad de Mira y sus respectivas Parroquias, en donde se establece la realidad humana y económica del Cantón Mira.

El Capítulo II, hace referencia a las bases teórico científicas que sustentan la realización del proyecto, mediante una investigación bibliográfica documental en relación al presente estudio.

En el Capítulo III se ejecutó un análisis de las variables oferta, demanda, competencia y precios del café, con la finalidad de establecer la situación real a la que se enfrenta la pequeña empresa.

El Capítulo IV se realizó el Estudio Técnico en donde se detalla la macro y micro localización de la pequeña empresa, los procesos administrativos, contables y productivos.

En el Capítulo V que es el Estudio Económico Financiero, se estructura los diferentes presupuestos tanto de Materia Prima, Mano de Obra, CIF, Balances, Estados Financieros para realizar la evaluación económica y financiera del proyecto.

En el Capítulo VI para el diseño de la propuesta se siguió todos los pasos que implica crear una nueva empresa, como son: establecer su misión, visión, políticas, valores, estructura organizacional.

En el Capítulo VII se detallan los principales impactos analizando la incidencia de nuestro proyecto en el aspecto ambiental, económico, nutricional, social, cultural y general; determinando así sucesos positivos en la mayoría de los impactos.

Una vez terminado los capítulos anteriores, se procedió a establecer las conclusiones y recomendaciones, su bibliografía y sus anexos respectivos, donde se establecen conceptos básicos relacionados al desarrollo del presente trabajo.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	II
SUMARY	III
DECLARACIÓN	IV
ACEPTACIÓN DEL TUTOR	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	VII
DEDICATORIA	IX
AGRADECIMIENTO	X
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	XI
OBJETIVO GENERAL	xi
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	xi
PRESENTACIÓN.....	XII
ÍNDICE.....	XIV
ÍNDICE DE CUADROS.....	XXIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XXVII
CAPÍTULO I.....	29
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	29
ANTECEDENTES	29
OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	30
OBJETIVO GENERAL	30
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	31

VARIABLES DIAGNÓSTICAS	31
INDICADORES DE LAS VARIABLES	31
SITUACIÓN SOCIO-ECONÓMICA	32
PRODUCCIÓN	32
COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN	32
TALENTO HUMANO	32
MATRIZ RELACIÓN DIAGNÓSTICA	33
MECÁNICA OPERATIVA	34
DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN	34
DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	37
INFORMACIÓN PRIMARIA	37
INFORMACIÓN SECUNDARIA	37
TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	38
ENCUESTAS APLICADAS A LA POBLACIÓN CANTÓN MIRA ESTA COMO TITULO EN EL INDICE	39
ENTREVISTAS REALIZADAS A PROVEEDORES ESTA COMO TÍTULO EN EL TITULO	52
ENTREVISTA REALIZADA A FUNCIONARIOS	55
DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y RIESGOS	57
ALIADOS	57
OPONENTES	57
OPORTUNIDADES	58
RIESGOS	58
CRUCES ESTRATÉGICOS	58
ALIADOS Y OPORTUNIDADES	58

ALIADOS Y RIESGOS	58
OPONENTES Y OPORTUNIDADES	59
OPONENTES Y RIESGOS	59
CONCLUSIÓN DIAGNÓSTICA	59
CAPÍTULO II.....	61
MARCO TEÓRICO	61
INTRODUCCIÓN	61
LA ADMINISTRACIÓN	61
FUNCIONES ADMINISTRATIVAS BÁSICAS.	62
FUNCIONES ADMINISTRATIVAS	62
PLANEACIÓN	63
ORGANIZACIÓN	63
DIRECCIÓN	64
CONTROL	64
TIPOS DE ADMINISTRACIÓN	64
ADMINISTRACIÓN CONTABLE	64
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA.	65
ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS	65
LA EMPRESA	65
OBJETIVO	66
IMPORTANCIA	67
ORGANIGRAMA	67
LA CONTABILIDAD	67
OBJETIVO	68
IMPORTANCIA	68

NIIF	68
PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	70
MISIÓN	71
VISIÓN	71
PRINCIPIOS	71
POLÍTICAS	72
MERCADOTECNIA	72
MARKETING MIX	73
PRODUCTO	73
PRECIO	74
PLAZA	74
PROMOCIÓN	75
PUBLICIDAD	75
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	76
COMERCIALIZACIÓN	76
MICRO COMERCIALIZACIÓN	77
MACRO COMERCIALIZACIÓN	77
RELACIÓN ENTRE LA COMERCIALIZACIÓN Y LA PRODUCCIÓN	78
CAFÉ	78
HISTORIA	78
GENERALIDADES	79
IMPORTANCIA	79
VARIETADES DE GRANOS DE CAFÉ	80
LA IMPORTANCIA DE LA PRODUCCIÓN Y CONSUMO DE CAFÉ:	82
EVALUACIÓN ECONÓMICA	83

INVERSIÓN	83
INTERÉS	84
PROYECCIÓN DE INGRESOS	84
PUNTO DE EQUILIBRIO	85
FLUJO DE CAJA	85
TÉCNICAS DE EVALUACIÓN FINANCIERA	86
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	86
TASA INTERNO DE RETORNO (TIR)	87
COSTO BENEFICIO	87
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	87
CAPÍTULO III.....	89
ESTUDIO DE MERCADO.....	89
PRESENTACIÓN	89
OBJETIVO GENERAL	89
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	89
EVOLUCIÓN DE LA OFERTA	90
DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA	90
ESTRUCTURA DEL MERCADO META	90
SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	90
DEMANDA HISTÓRICA DEL CAFÉ.	91
CONSUMIDORES	91
LUGARES DE COMPRA	91
CANTIDAD DEMANDADA	92
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	92
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	93

ANÁLISIS DE OFERTA	93
FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA	93
OFERTA HISTÓRICA Y ACTUAL	94
PROYECCIÓN DE LA OFERTA	94
ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA	95
ANÁLISIS DEL PRECIO	96
CADENAS DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN.	97
CADENA DE COMERCIALIZACIÓN	97
ESTRATEGIAS DE MERCADO	98
ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD	98
ESTRATEGIAS DE PRECIO	99
ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN.	99
CAPÍTULO IV.....	100
ESTUDIO TÉCNICO.....	100
TAMAÑO DEL PROYECTO	100
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	100
MACRO LOCALIZACIÓN	100
CANTÓN	102
DATOS DEL CANTÓN MIRA	103
MICRO LOCALIZACIÓN	103
DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA	104
ASPECTOS PARA LA DETERMINACIÓN DEL PROYECTO	106
INGENIERÍA DEL PROYECTO	108
CAPACIDAD DEL PROYECTO	108
FLUJO GRAMA DEL PROCESO	110

DETERMINACIÓN DE LOS PROCESOS PRODUCTIVOS	111
DETERMINACIÓN DEL PRESUPUESTO TÉCNICO	112
INVERSIÓN FIJA	112
DETERMINACIÓN DEL PRESUPUESTO TÉCNICO	113
INVERSIÓN FIJA	113
CAPITAL DE TRABAJO	117
INVERSIÓN VARIABLE	117
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO	118
DETERMINACIÓN DE LA MANO DE OBRA	119
FINANCIAMIENTO	120
CAPÍTULO V.....	122
ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	122
INTRODUCCIÓN	122
PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	122
PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTAS	122
COSTOS DE PRODUCCIÓN	123
MATERIA PRIMA DIRECTA	123
MANO DE OBRA DIRECTA.	124
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.	125
COSTOS DE DISTRIBUCIÓN	129
DEPRECIACIONES	136
GASTOS FINANCIEROS	138
REQUISITOS PARA EL PRÉSTAMO	138
ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	142
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	143

ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIAMIENTO	145
ESTADO DE FLUJO DE CAJA PROYECTADO	147
EVALUACIÓN FINANCIERA	148
COSTO DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO	148
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	150
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	152
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	154
COSTO BENEFICIO	155
PUNTO DE EQUILIBRIO	157
RESUMEN DE LA EVALUACIÓN	159
CAPÍTULO VI.....	161
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	161
LA EMPRESA	161
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	161
MISIÓN	164
VISIÓN	164
POLÍTICAS	164
VALORES CORPORATIVOS	165
IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO	165
PRESENTACIÓN DEL CAFÉ	167
Estructura Organizacional	169
ORGÁNICO FUNCIONAL	170
CAPÍTULO VII.....	174
ANÁLISIS DE IMPACTOS DEL PROYECTO	174
IMPACTOS	174

IMPACTO SOCIAL	175
IMPACTO ECONÓMICO	176
IMPACTO NUTRICIONAL	177
IMPACTO AMBIENTAL	178
IMPACTO GENERAL	179
CONCLUSIONES	180
RECOMENDACIONES.....	182
BIBLIOGRAFÍA.....	183
LINCOGRAFÍA.....	185
ANEXOS.....	186
ANEXO 1	187
ANEXO 2	190
ANEXO 3	192
ANEXO 4	193

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 MATRIZ RELACIÓN DIAGNÓSTICA	33
Cuadro 2 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	35
Cuadro 3 EDAD EN AÑOS	39
Cuadro 4 GÉNERO.....	40
Cuadro 5 INSTRUCCIÓN	41
Cuadro 6 ACTIVIDAD ECONÓMICA	42
Cuadro 7 PLANTA PROCESADORA	43
Cuadro 8 SECTOR APROPIADO	44
Cuadro 9 CALIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ	45
Cuadro 10 CONSUMO DE CAFÉ	46
Cuadro 11 CANTIDAD DE CAFÉ CONSUME	47
Cuadro 12 PRECIO DISPUESTOS A PAGAR EL CAFÉ POR LIBRA.....	48
Cuadro 13 LUGAR DE DISTRIBUCIÓN	49
Cuadro 14 MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	50
Cuadro 15 ACEPTACIÓN	51
Cuadro 16 MATRIZ AOR DE LAS ENCUESTAS.....	52
Cuadro 17 MATRIZ AOR DE LAS ENTREVISTAS.....	57
Cuadro 18 DEMANDA DE CAFÉ.....	92
Cuadro 19 OFERTA DE CAFÉ	94
Cuadro 20 PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE CAFÉ.....	95
Cuadro 21 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA	95
Cuadro 22 PRECIO DE MARCAS DE CAFÉ.....	96
Cuadro 23 PROYECCIÓN PRECIO DE MARCAS DE CAFÉ.....	97
Cuadro 24 MICRO LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	105

Cuadro 25 FLUJO GRAMAS DE PROCESOS	109
Cuadro 26 FLUJO GRAMA DE PROCESOS.....	110
Cuadro 27 TERRENO.....	113
Cuadro 28 COSTO DE LA CONSTRUCCIÓN	114
Cuadro 29 MUEBLES DE OFICINA.....	114
Cuadro 30 EQUIPOS DE OFICINA	115
Cuadro 31 EQUIPO DE CÓMPUTO	115
Cuadro 32 EQUIPO DE SEGURIDAD.....	116
Cuadro 33 MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN	116
Cuadro 34 VEHÍCULO.....	117
Cuadro 35 RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO	118
Cuadro 36 RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL	119
Cuadro 37 TALENTO HUMANO.....	120
Cuadro 38 FINANCIAMIENTO.....	121
Cuadro 39 PRESUPUESTO DE INGRESOS	123
Cuadro 40 MATERIA PRIMA DIRECTA	124
Cuadro 41 MANO DE OBRA DIRECTA.....	125
Cuadro 42 SERVICIOS BÁSICOS.....	126
Cuadro 43 INSUMOS	127
Cuadro 44 COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES.....	128
Cuadro 45 RESUMEN DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	129
Cuadro 46 CÁLCULO DE LA PROYECCIÓN DE SALARIOS	130
Cuadro 47 RESUMEN PERSONAL ADMINISTRATIVO	131
Cuadro 48 MATERIALES DE OFICINA.....	132
Cuadro 49 MATERIALES DE ASEO.....	133

Cuadro 50 GASTOS DE CONSTITUCIÓN	134
Cuadro 51 PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	134
Cuadro 52 GASTOS DE PERSONAL DE VENTAS.....	135
Cuadro 53 GASTOS DE PUBLICIDAD	136
Cuadro 54 GASTOS DE VENTAS	136
Cuadro 55 DEPRECIACIONES	137
Cuadro 56 GASTOS DE DEPRECIACIÓN	137
Cuadro 57 REQUISITOS PARA PRÉSTAMO	138
Cuadro 58 LÍNEAS DE CRÉDITO DEL BNF AL 2012	139
Cuadro 59 AMORTIZACIÓN DEUDA	141
Cuadro 60 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	144
Cuadro 61 ESTADO DE RESULTADOS	145
Cuadro 62 CÁLCULO DEL IMPUESTO RENTA.....	147
Cuadro 63 TABLA IMPUESTO RENTA PARA EL 2013	147
Cuadro 64 FLUJO DE CAJA.....	148
Cuadro 65 CÁLCULO DE TASA DE RENDIMIENTO MEDIO	150
Cuadro 66 FLUJOS NETOS	151
Cuadro 67 FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS.....	153
Cuadro 68 FLUJOS PARA LA RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN..	155
Cuadro 69 CÁLCULO DE MESES INVERSIÓN	155
Cuadro 70 PRESUPUESTO DE EGRESOS.....	156
Cuadro 71 FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS.....	157
Cuadro 72 CÁLCULO DEL COSTO BENEFICIO	157
Cuadro 73 PROYECCIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	158
Cuadro 74 CÁLCULO DE PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES	159

Cuadro 75 CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PRODUCTO	159
Cuadro 76 RESUMEN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	159
Cuadro 77 RESUMEN DE LA EVALUACIÓN.....	160
Cuadro 78 VALORACIÓN DE IMPACTOS.....	174
Cuadro 79 IMPACTO SOCIAL.....	175
Cuadro 80 IMPACTO ECONÓMICO	176
Cuadro 81 IMPACTO NUTRICIONAL.....	177
Cuadro 82 IMPACTO AMBIENTAL.....	178
Cuadro 83 IMPACTO GENERAL.....	179

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 EDAD EN AÑOS	39
Gráfico 2 GÉNERO	40
Gráfico 3 INSTRUCCIÓN	41
Gráfico 4 ACTIVIDAD ECONÓMICA	42
Gráfico 5 PLANTA PROCESADORA.....	43
Gráfico 6 SECTOR APROPIADO	44
Gráfico 7 CALIFICACIÓN DEPRODUCCIÓN DE CAFÉ	45
Gráfico 8 CONSUMO DE CAFÉ	46
Gráfico 9 CANTIDAD DE CAFÉ QUE CONSUMEN	47
Gráfico 10 PRECIO DISPUESTOS A PAGAR DEL CAFÉ POR LIBRA ..	48
Gráfico 11 LUGAR DISTRIBUCIÓN	49
Gráfico 12 MEDIOS DE COMUNICACIÓN	50
Gráfico 13 ACEPTACIÓN DE CAFÉ.....	51
Gráfico 14 FUNCIONES ADMINISTRATIVAS	62
Gráfico 15 PROCESO PARA INDUSTRIALIZAR EL CAFÉ	80
Gráfico 16 CADENA DE COMERCIALIZACIÓN.....	98
Gráfico 17 MAPA PARROQUIAL DE LA PROVINCIA DEL CARCHI	102
Gráfico 18 CANTÓN MIRA	103
Gráfico 19 UBICACIÓN DE LA DIRECCIÓN	104
Gráfico 20 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	108
Gráfico 21 RAZÓN SOCIAL.....	161
Gráfico 22 CAFÉ.....	166
Gráfico 23 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO.....	167
Gráfico 24 LOGOTIPO.....	168

Gráfico 25 ETIQUETA POSTERIOR DEL PRODUCTO	168
Gráfico 26 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	169

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

El Cantón Mira está ubicado en una zona ecológica privilegiada según revista emitida por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mira rendición de cuentas del 2012, que limita al Norte con la ciudad de El Ángel y al sur con la provincia de Imbabura, su población es de 12.180 habitantes, conformado por las parroquias: Mira, que es la cabecera cantonal, La Concepción, Jacinto Jijón y Caamaño y Juan Montalvo.

Su variedad de climas se prestan para desarrollar diversidad de productos agrícolas en zonas que van desde un clima templado seco, zona comprendida entre los 1900 m. y los 2500 m. s. n. m., con una temperatura desde los 10° a 22° C. apta para la producción de un café de excelente calidad en zonas cálido-húmedo con esto podemos decir que nuestra empresa se abastecerá de un buen producto. La precipitación de lluvias anual va desde los 400 mm a los 1000 mm, distribuidos relativamente en los meses de febrero, marzo, abril, octubre, noviembre y diciembre determinando que a la vez no es necesario riego a las plantas por ser una zona húmeda.

Así mismo, existe una zona subtropical seca, cuya altura fluctúa entre los 800 y 1800 m. s. n. m., con una temperatura que oscila entre los 15° y 27° C., y una media anual de 22°C. Las precipitaciones de lluvia van desde los 200 hasta los 800 mm, siendo los meses de febrero, marzo, octubre y noviembre los más favorecidos con las precipitaciones pluviales. Cabe

destacar, que las zonas disponen de agua de riego, por las acequias de Piquer, Huaquer, Puchués, Pueblo Viejo, con una cobertura de riego de más de 260Has.de suelos areno- calcáreos; franco arenosos; franco limosos, arcillosos y arenosos.

Los cultivos más desarrollados son: el fréjol, café, cítricos, aguacate, arveja, maíz, camote, papa, zanahoria blanca, yuca, tomate de árbol, tomate riñón, chirimoya, guaba, entre otros, y van de acuerdo a las zonas, lo que deja ver una amplia ocupación de la población en la agricultura, con gran demanda de mano de obra, constituyéndose en un verdadero emporio de actividad agrícola, cuya producción abastece a la zona y a los mercados de la región norte y sur del Cantón.

La tenencia de la tierra es mayoritaria, dueños directos, agricultores, campesinos.

La producción de los productos nativos de la zona sirve para el sustento económico de cada una de las familias ya que viven casi en su totalidad de la agricultura, razón por la cual es necesario incentivar el incremento de la producción de café para fomentar fuentes de trabajo y mejorar económicamente los diferentes sectores, la producción de café últimamente ha alcanzado un notable crecimiento a veces con sobre oferta, lo que hace necesario la factibilidad de implantación de una planta procesadora de café para lograr la industrialización de este producto y satisfacer la demanda de la población, no sólo del Cantón, sino de otras regiones del país.

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar el diagnóstico situacional en el Cantón Mira, para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, posibles referentes para la

factibilidad de la creación de una planta procesadora de café en una forma efectiva.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar los aspectos Socio-económicos relevantes de los habitantes del Cantón Mira.
- Analizar los sistemas de producción agrícola utilizadas actualmente en el cultivo de café.
- Determinar los canales de comercialización y distribución del producto a los habitantes del sector del Cantón Mira.
- Establecer la calidad del talento humano que desarrolla las actividades agrícolas rurales del Cantón Mira.

1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Habiendo realizado las primeras etapas del diagnóstico, se ha identificado las siguientes variables que serán motivo de estudio y de un exhaustivo análisis:

- Situación Socio-económica
- Producción
- Comercialización y distribución
- Talento Humano

1.4 INDICADORES DE LAS VARIABLES

De acuerdo a las variables expuestas anteriormente, a continuación se detallan sus correspondientes indicadores o aspectos más importantes para su análisis.

1.4.1 SITUACIÓN SOCIO-ECONÓMICA

- Situación Laboral
- Servicios Básicos
- Nivel de Ingresos
- Nivel de Educación
- Vías de Comunicación

1.4.2 PRODUCCIÓN

- Tipo de Producto
- Maquinaria
- Formas de Producción
- Área de Producción
- Materia Prima e Insumos
- Mano de Obra

1.4.3 COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

- Tipo de Mercado
- Oferta
- Demanda
- Canales de Comercialización y Distribución
- Precios
- Publicidad

1.4.4 TALENTO HUMANO

- Capacitación
- Perfiles
- Competencias
- Experiencia

1.5 MATRIZ RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Cuadro 1 MATRIZ RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTES DE INFORMACIÓN	PÚBLICO META
Determinar los aspectos Socio-económicos más relevantes de los habitantes del Cantón Mira.	Situación Socio-económico	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Situación Laboral ➤ Servicios Básicos ➤ Nivel de Ingresos ➤ Nivel de Educación ➤ Vías de Comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuestas ➤ Encuestas ➤ Encuestas ➤ Encuestas ➤ Encuestas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Productores agrícolas ➤ Productores agrícolas ➤ Productores agrícolas ➤ Productores agrícolas ➤ Productores agrícolas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Productores ➤ Productores ➤ Productores
Analizar los sistemas de producción agrícola utilizados actualmente.	Producción	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tipo de producto ➤ Maquinaria ➤ Formas de Producción ➤ Área de Producción ➤ Materia Prima e Insumos ➤ Mano de Obra 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Entrevista ➤ Entrevista ➤ Entrevista ➤ Entrevista ➤ Entrevista ➤ Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Presidente Asociación "Fomentando un Futuro Mejor" ➤ Técnico Gobierno Provincial del Carchi. ➤ Presidente Asociación "Fomentando un Futuro Mejor" ➤ Técnico Gobierno Provincial del Carchi 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Productores ➤ Productores ➤ Productores ➤ Productores
Determinar los canales de comercialización y distribución del producto a los habitantes del sector del Cantón Mira.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tipo de mercado ➤ Oferta ➤ Demanda ➤ Canales de Comercialización y Distribución ➤ Precios ➤ Publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuestas ➤ Encuestas ➤ Encuestas ➤ Encuestas ➤ Encuestas ➤ Encuestas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Consumidores ➤ Consumidores ➤ Consumidores ➤ Consumidores ➤ Consumidores ➤ Consumidores 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Productores ➤ Productores ➤ Productores
Establecer la calidad del talento humano que labora en las actividades agrícolas del Cantón Mira.	Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacitación ➤ Perfiles ➤ Competencia ➤ Experiencia 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuestas ➤ Encuestas ➤ Encuestas ➤ Encuestas ➤ Libros 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Productores agrícolas ➤ Productores agrícolas ➤ Productores agrícolas ➤ Productores agrícolas ➤ Código Trabajo IESS 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Propietarios ➤ Propietarios ➤ libros

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La autora

1.6 MECÁNICA OPERATIVA

El presente diagnóstico se lo ha realizado en base a las diferentes técnicas estadísticas de investigación

1.6.1 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN

1. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la realización de la recolección de datos se presentan las siguientes opciones como instrumentos esenciales de ejecución:

- Guía de entrevista: Se planteó preguntas abiertas que permitan al entrevistado desarrollar su opinión acerca del objeto a investigar. No obstante estarán dirigidas a temas concretos de interés para la investigación.
- Cuestionario de encuesta: Se estableció preguntas cerradas, para así obtener información concisa y concreta que facilite la tabulación y posterior, su análisis.

2. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Durante el diagnóstico de la población se identificó el estado actual del medio donde se realizará la investigación, que es el Cantón Mira en la provincia del Carchi, basándose en datos estadísticos tomados del último Censo de población y vivienda realizado por el INEC en el año 2010, así como también información provista por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mira. Es así que según el INEC, el Cantón Mira tiene 12.180 habitantes, de los cuales 6.121 son hombres y 6.059 son mujeres.

IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Cuadro 2 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

PARROQUIAS	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Mira	5994	49,21%
La Concepción	2807	23,05%
Jacinto Jijón y Caamaño	2071	17,00%
Juan Montalvo	1308	10,74%
	12180	100,00%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: Katherine Andrade

La principal actividad económica del Cantón Mira es la agricultura, teniendo que el 19,32% del total de habitantes se dedica a la actividad agrícola. Es decir 2.353 personas son agricultoras.

3. SEGMENTACIÓN DE LA POBLACIÓN A ENCUESTAR.

El Cantón Mira cuenta actualmente con una población total de 12.180, que se encuentra laborando, datos obtenidos de la página web del SIISE, 2013, validado con el último Censo Poblacional realizado a fines del 2010, todos están en la posibilidad de consumir café.

4. CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para obtener una muestra representativa usamos la siguiente fórmula tomando en cuenta un margen de error del 5%, una varianza de 0.25 y una probabilidad del 50% (1,85).

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

δ = Varianza (0,25)

Z = Nivel de confianza

E = Nivel de error (5% población infinita más de mil)

n	Tamaño de la muestra	desconocida
N	Tamaño de la población	12.180
δ	Varianza (0,25)	0,25
Z	Nivel de confianza	1,85
E	Nivel de error	0,05

$$n = \frac{12.180(1.85^2)0.25}{0.05^2(12.180 - 1) + 1.85^2 0.25^2}$$

$$n = 333$$

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Tabla 1 TAMAÑO DE LA MUESTRA

CALCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA		
Items	DATOS:	Valores
Poblacion	N =	12.180
Z critico	Zc =	1.85
error	e =	0.05
porcion exitos	p =	0.50
		Tamaño de la muestra: 333 muestras
Nivel confianza =	70%	75%
Zc =	1.04	1.15
	80%	85%
	1.28	1.44
	90%	91%
	1.65	1.70
	92%	93%
	1.75	1.81
	94%	95%
	1.88	1.96
	96%	97%
	2.05	2.16
	98%	99%
	2.33	2.58

Se aplicaron 333 encuestas para obtener la información que permita determinar las necesidades del Cantón.

1.7 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1.7.1 INFORMACIÓN PRIMARIA

- Entrevistas: Dirigida a expertos, Ingenieros del GOBIERNO PROVINCIAL DEL CARCHI, Presidente de la Asociación de cafeteros “Fomentando un Futuro Mejor”.
- Encuesta: Las encuestas se dirigieron a la población del Cantón.

1.7.2 INFORMACIÓN SECUNDARIA

La información secundaria permitió ampliar el conocimiento de la zona para la producción y procesamiento de café, por medio de fuentes valiosas de datos, resultado de investigaciones anteriores. Estas fuentes son las siguientes:

- Datos estadísticos del INEC
- Censo de población y vivienda INEC 2010
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mira
- Plan de Desarrollo de la Provincia del Carchi

- Programas de desarrollo del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.
- Proyectos de recuperación de la cuenca del Río Mira.
- Bibliografía referente a la producción agrícola de la zona.
- Internet
- Memorias del Banco Central del Ecuador.

1.8 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Encuesta dirigida a la población de Cantón Mira en el mes de diciembre de 2012, para determinar el grado de aceptación del presente estudio.

1.8.1 ENCUESTAS APLICADAS A LA POBLACIÓN CANTÓN MIRA ESTA COMO TITULO EN EL INDICE

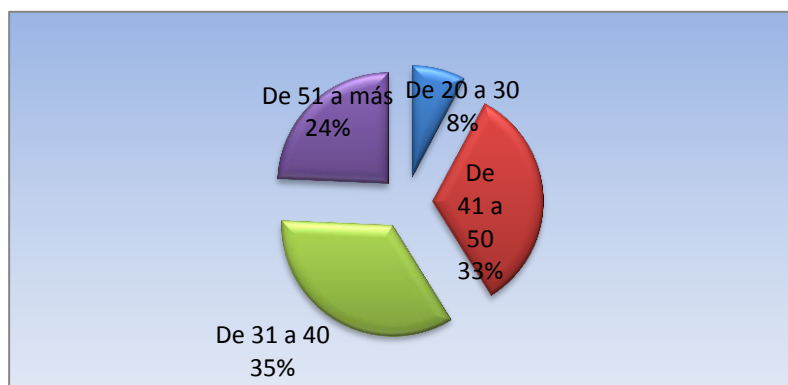
EDAD

EDAD EN AÑOS

Cuadro 3 EDAD EN AÑOS

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
20-30	26	8
31-40	111	33
41-50	115	35
51 a más	80	24
TOTAL		100

Gráfico 1 EDAD EN AÑOS



FUENTE: Investigación población del Cantón Mira, diciembre 2012.
ELABORACIÓN: Katherine Andrade

INTERPRETACIÓN

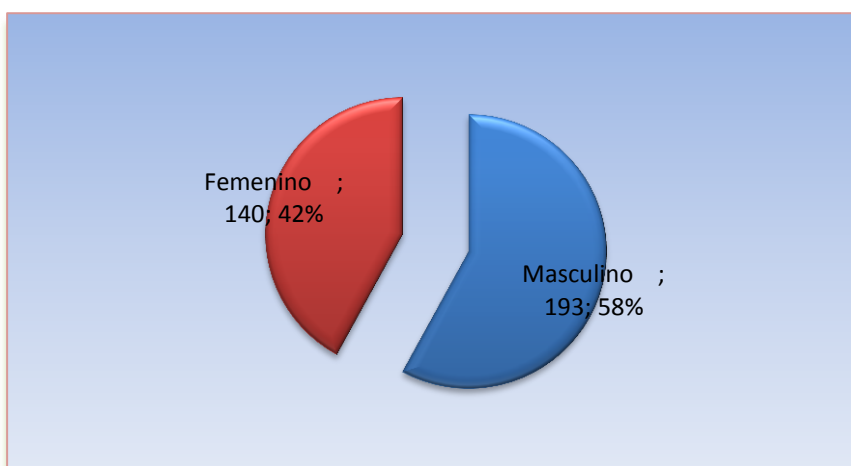
La población encuestada del Cantón Mira en su mayoría está en un rango de edad de 31 años a 40 años de edad. Estos resultados permiten determinar que la población es relativamente adulta.

GÉNERO

Cuadro 4 GÉNERO

VARIABLE	NÚMERO	PORCENTAJE
MASCULINO	193	58
FEMENINO	140	42
TOTAL	333	100

Gráfico 2 GÉNERO



FUENTE: Investigación población del Cantón Mira, diciembre 2012.
ELABORACIÓN: Katherine Andrade

INTERPRETACIÓN

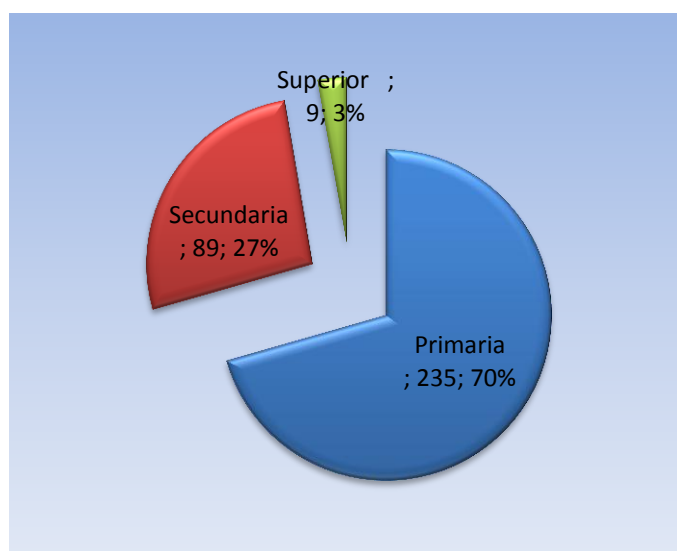
Se llegó a determinar que la mayor parte de población encuestada del Cantón Mira es de sexo masculino, lo que nos permite garantizar el trabajo agrícola y abastecimiento de la materia prima para nuestro proyecto de investigación.

INSTRUCCIÓN:

Cuadro 5 INSTRUCCIÓN

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
PRIMARIA	235	71
SECUNDARIA	89	27
SUPERIOR	9	3
TOTAL	333	100

Gráfico 3 INSTRUCCIÓN



FUENTE: Investigación población del Cantón Mira, diciembre 2012.
ELABORACIÓN: Katherine Andrade

INTERPRETACIÓN

Después de tabular los resultados de las encuestas aplicadas a los moradores de la población mireña se puede observar claramente en el gráfico que el 70% de la población encuestada han cursado la instrucción primaria, los mismos que se pueden adaptar a la nueva industria.

CUESTIONARIO

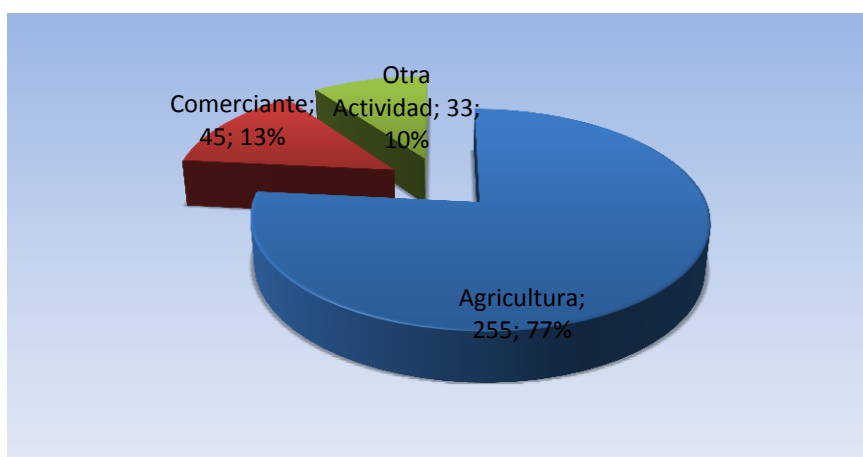
1. ¿Cuál es la actividad económica que realiza actualmente?

ACTIVIDAD ECONÓMICA

Cuadro 6 ACTIVIDAD ECONÓMICA

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
AGRICULTURA	255	77
COMERCIANTE	45	13
OTRA ACTIVIDAD	33	10
TOTAL	333	100

Gráfico 4 ACTIVIDAD ECONÓMICA



FUENTE: Investigación población del Cantón Mira, diciembre 2012.
ELABORACIÓN: Katherine Andrade

INTERPRETACIÓN

La actividad económica que actualmente realizan los encuestados es la agricultura, se encuentra directamente ligado al nivel de educación y el nivel cultural, en vista de no tener una instrucción superior no tienen opción para acceder a otra actividad, así como también las características agroclimáticas que favorecen a esta actividad y producción de productos de excelente calidad.

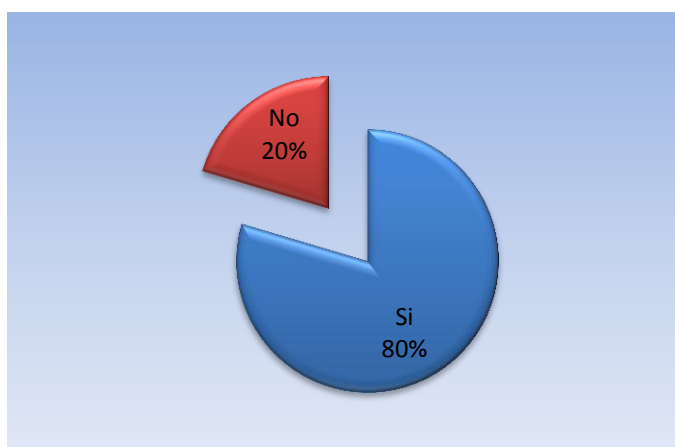
2. ¿Estaría usted de acuerdo con la creación de una planta procesadora de café, en el Cantón Mira?

ESTAR DE ACUERDO CON LA CREACIÓN PLANTA PROCESADORA

Cuadro 7 PLANTA PROCESADORA

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	265	80
NO	68	20
TOTAL	333	100

Gráfico 5 PLANTA PROCESADORA



FUENTE: Investigación población del Cantón Mira, diciembre 2012.
ELABORACIÓN: Katherine Andrade

INTERPRETACIÓN

Con la investigación de campo realizada en el Cantón Mira se logró establecer que existe una población totalmente de acuerdo con la creación de una planta procesadora de café, por medio del proyecto de inversión ayudará al desarrollo de los ciudadanos, mejorando las fuentes de trabajo e incrementando la comercialización del café.

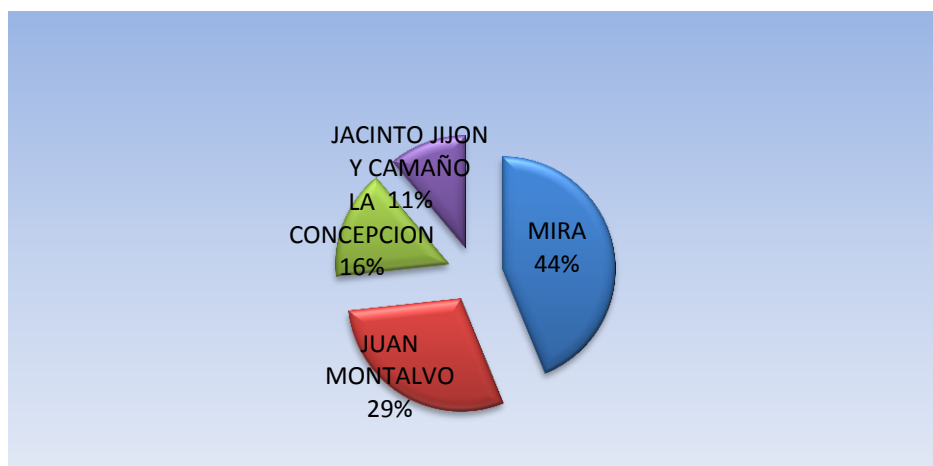
3. ¿Cuál consideraría usted el sector apropiado para la ubicación de la planta?

SECTOR APROPIADO

Cuadro 8 SECTOR APROPIADO

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MIRA	146	44
JACINTO JIJÓN Y CAAMAÑO	37	11
LA CONCEPCIÓN	52	16
JUAN MONTALVO	98	29
TOTAL	333	100

Gráfico 6 SECTOR APROPIADO



FUENTE: Investigación población del Cantón Mira, diciembre 2012.
ELABORACIÓN: Katherine Andrade

INTERPRETACIÓN

La ubicación de la planta procesadora de café mediante los resultados obtenidos de las encuestas determinan que es en la parroquia de Mira por ser un lugar central, comercial y turístico.

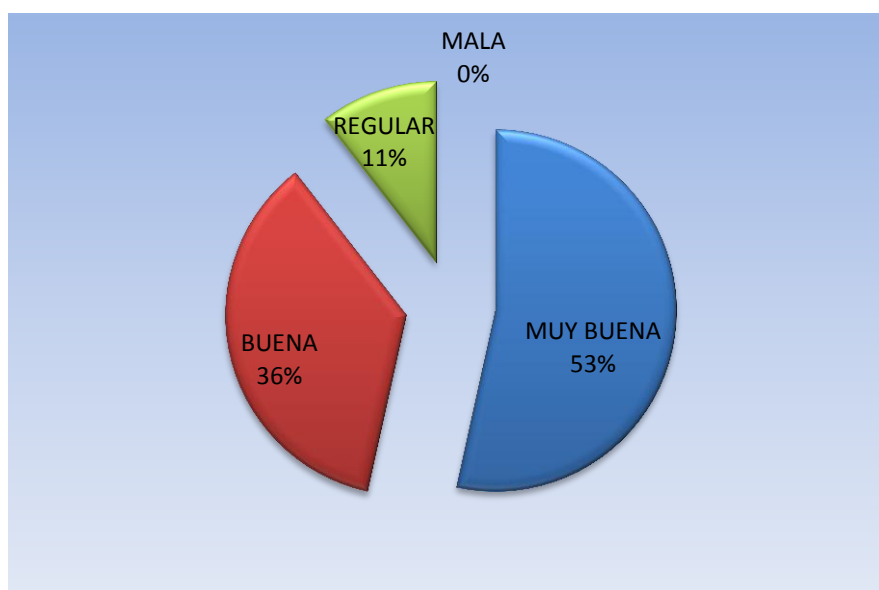
4. ¿Cómo calificaría la producción del café en el Cantón Mira?

CALIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ

Cuadro 9 CALIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUY BUENA	178	53
BUENA	120	36
REGULAR	35	11
TOTAL	333	100

Gráfico 7 CALIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ



FUENTE: Investigación población del Cantón Mira, diciembre 2012.
ELABORACIÓN: Katherine Andrade

INTERPRETACIÓN

La población fuente de estudio indica que la producción de café en el Cantón es muy buena debido a su clima, suelo y temperatura, garantizando así su cultivo y consumo.

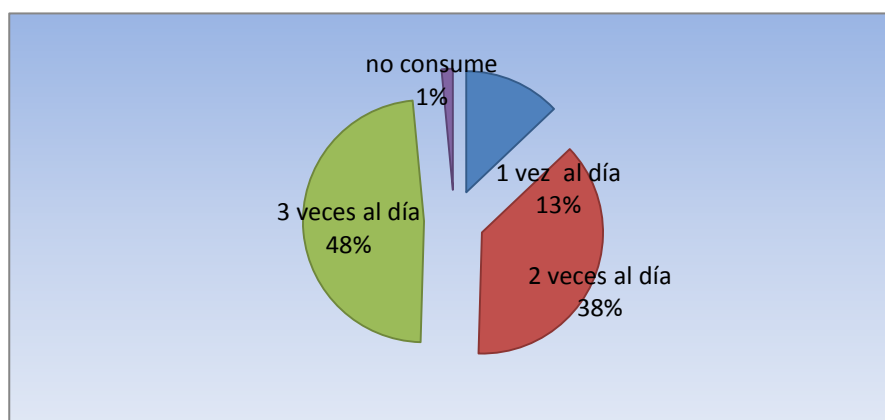
5. ¿Con qué frecuencia consumen café?

CONSUMO DE CAFÉ

Cuadro 10 CONSUMO DE CAFÉ

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
1 VEZ AL DÍA	43	13
2 VECES AL DÍA	125	37
3 VECES AL DÍA	160	49
NO CONSUME	5	1
TOTALES	333	100

Gráfico 8 CONSUMO DE CAFÉ



FUENTE: Investigación población del Cantón Mira, diciembre 2012.
ELABORACIÓN: Katherine Andrade

INTERPRETACIÓN

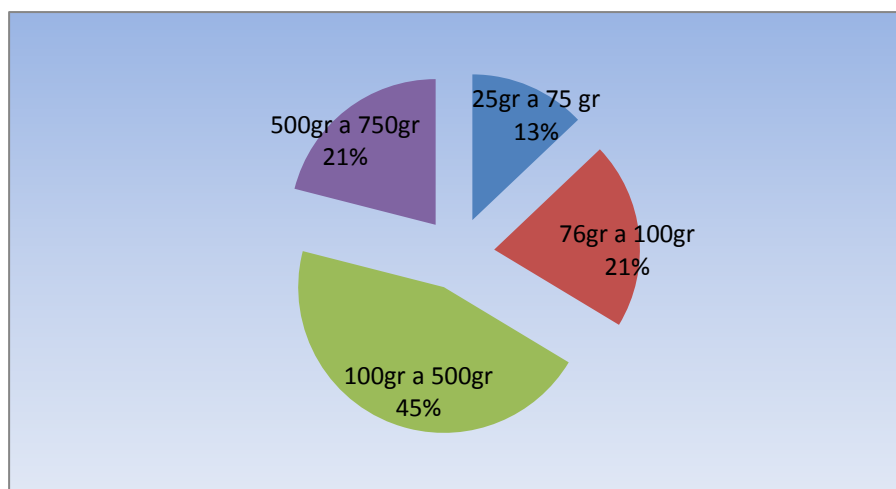
Mediante la información recolectada podemos definir que existe un consumo diario de café en altas proporciones por la población del Cantón Mira, dentro de su dieta alimentaria por ser un producto natural y aromático.

6. ¿Qué cantidad de café consume al mes?

CANTIDAD DE CAFÉ CONSUME
Cuadro 11 CANTIDAD DE CAFÉ CONSUME

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
25gr a 75 gr	43	13
76gr a 100gr	62	19
101gr a 500gr	158	47
500gr a 750gr	70	21
TOTAL	333	100

Gráfico 9 CANTIDAD DE CAFÉ QUE CONSUMEN



FUENTE: Investigación población del Cantón Mira, diciembre 2012.
ELABORACIÓN: Katherine Andrade

INTERPRETACIÓN

Con la investigación de campo realizada en Cantón Mira respecto a la presentación de una libra de café es aprobado, para el consumo al mes y también podemos establecer que esta pregunta está en concordancia con la frecuencia de adquisición de tres veces al día.

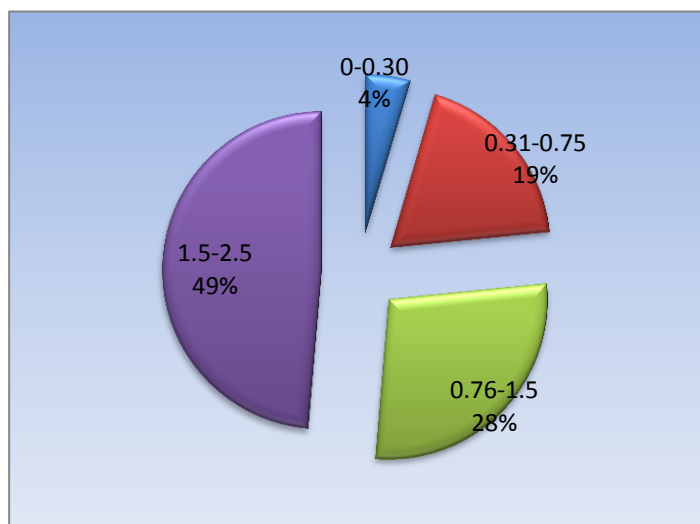
¿A qué precio está usted dispuesto a cancelar por el café por libra?

PRECIO DISPUESTOS A PAGAR EL CAFÉ POR LIBRA

Cuadro 12 PRECIO DISPUESTOS A PAGAR EL CAFÉ POR LIBRA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0-0.30	15	4
0.31-0.75	63	19
0.76-1.5	93	28
1.5-2.5	162	49
TOTAL	333	100

Gráfico 10 PRECIO DISPUESTOS A PAGAR DEL CAFÉ POR LIBRA



FUENTE: Investigación población del Cantón Mira, diciembre 2012.
ELABORACIÓN: Katherine Andrade

INTERPRETACIÓN

La población segmentada de estudio demuestra que el precio del café que los encuestados están dispuestos a pagar es en un valor promedio de 2.50 dólares por libra, razón por la cual la presente investigación está enfocada a determinar el precio anterior mencionado como posible valor para la venta de nuestro producto.

7. ¿Dónde adquiere usted café?

LUGAR DE DISTRIBUCIÓN

Cuadro 13 LUGAR DE DISTRIBUCIÓN

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TIENDAS	183	55
PRODUCCIÓN ARTESANAL	54	16
COMISARIATO	96	29
TOTAL	333	100

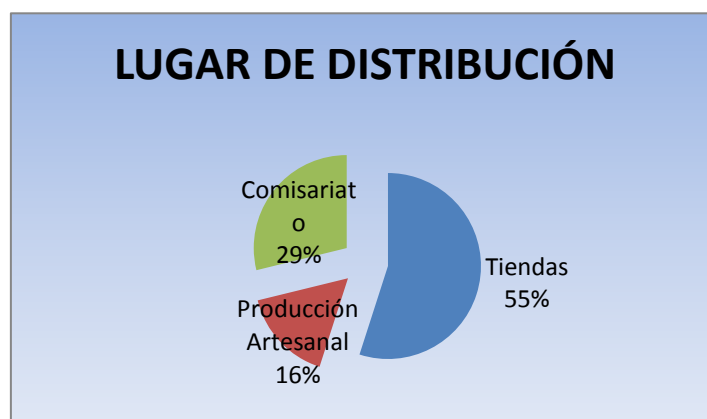


Gráfico 11 LUGAR DE DISTRIBUCIÓN

FUENTE: Investigación población del Cantón Mira, diciembre 2012.
ELABORACIÓN: Katherine Andrade

INTERPRETACIÓN

Los consumidores adquieren café en la tienda más cercana a su domicilio y también en el comisariato de la ciudad, algunos encuestados nos manifiestan que obtienen el café de manera artesanal utilizando su propia producción, por no tener lugares a donde comercializar el café razón por la cual es importante este estudio para mejorar su distribución.

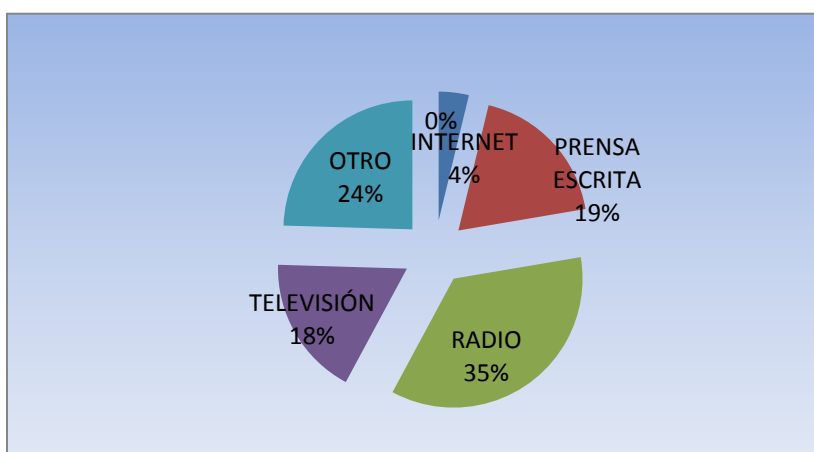
8. ¿Por qué medios de comunicación se debería dar a conocer la existencia de éste producto?

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Cuadro 14 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
INTERNET	12	4
PRENSA ESCRITA	59	19
RADIO	113	35
TELEVISIÓN	56	18
OTRO	78	24
TOTAL	333	100

Gráfico 12 MEDIOS DE COMUNICACIÓN



FUENTE: Investigación población del Cantón Mira, diciembre 2012.
ELABORACIÓN: Katherine Andrade

INTERPRETACIÓN

Mediante la información recolectada podemos concluir que el público tiene opiniones divididas acerca de cuál sería el medio de comunicación adecuado para promocionar los productos que se ofertarán en el mercado como resultado de éste proyecto, los medios de comunicación preferidos por los posibles consumidores son radio y televisión seguidos por la prensa escrita, está claro que la opinión del medio de comunicación adecuado está siendo determinada por la edad y el entorno social en que se desenvuelve cada individuo.

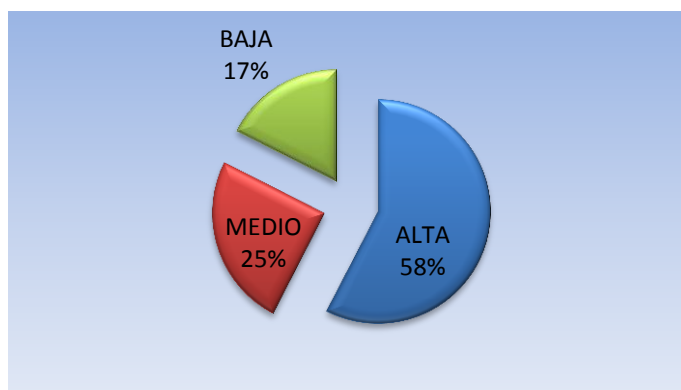
9. ¿Qué grado de aceptación cree usted que tendría la producción del café?

ACEPTACIÓN

Cuadro 15 ACEPTACIÓN

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
ALTA	12	58
MEDIA	59	25
BAJA	113	17
TOTAL	333	100

Gráfico 13 ACEPTACIÓN DE CAFÉ



FUENTE: Investigación directa
ELABORACIÓN: La autora

INTERPRETACIÓN

Es muy halagador observar que un considerable porcentaje de los encuestados, determina un nivel alto en la aceptación del café, dando a notar el grado de compromiso que tienen los habitantes del sector en que se realice este proyecto.

1.8.1 MATRIZ AOR DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN MIRA.

MATRIZ AOR DE LAS ENCUESTAS

Cuadro 16 MATRIZ AOR DE LAS ENCUESTAS

ALIADOS 1.- Población adulta donde más prefieren el café. 2.- Población netamente agrícola que garantiza la materia prima 3. Producción de materia prima de calidad	OPONENTES 1.- Población femenina en menor proporción por trabajos en hogar y no aporta económicamente. 2.- Falta de instrucción educativa impide el desarrollo del sector.
OPORTUNIDADES 1. Aceptación del producto por parte de la población. 2.- Población consumidora del café.	RIESGOS 1. Aceptación de planta en Mira, pero hay distancia para traer materia prima 2. Competencia del café de otros marcas. 3. Pesimismo de la producción de café de la población.

ELABORADO: Katherine Andrade

1.8.2. ENTREVISTAS REALIZADAS A PROVEEDORES ESTA COMO TÍTULO EN EL TITULO

Entrevistas realizada a proveedores de café en el mes de diciembre de 2012 en el Cantón Mira para medir la aceptación y abastecimiento de materia prima.

1. ¿ESTARÍA USTED DE ACUERDO CON LA CREACIÓN DE UNA PLANTA PROCESADORA DE CAFÉ, EN LA CIUDAD DE MIRA?

Sí, estoy de acuerdo con la creación de una planta procesadora de café ya que será una manera de fomentar el trabajo de todos los miembros de las comunidades y sobre todo incentivar la producción y comercialización del café.

2. ¿CUÁLES CONSIDERARÍA USTED QUE SERÍAN LOS PRINCIPALES BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA NUEVA INDUSTRIA?

Bueno, los beneficios con la implementación de la planta en primer lugar, es obtener ingresos con la venta del café y a la misma vez eliminar los intermediarios ya que su comercialización será de forma directa a la planta.

3. ¿QUÉ TIEMPO LLEVA CULTIVANDO CAFÉ?

El tiempo que se lleva cultivando café es alrededor de un año y medio, mediante un proyecto con el Gobierno Provincial del Carchi quien regala 4500 plantas por una hectárea razón por la cual, muchos de los agricultores dejaron a un lado los cultivos cotidianos por la implantación de café en la zona.

4. ¿ESTARÍA USTED DISPUESTO A CULTIVAR EL CAFÉ PARA ABASTECER LA PRODUCCIÓN?

Si, estaría de acuerdo en cultivar café para abastecer a la pequeña empresa, tomando en cuenta que la producción es buena y también tendríamos una venta segura logrando así estabilidad en la producción y económica en todos los pobladores.

5. ¿QUÉ CANTIDAD DE TERRENO DESTINAN A LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ?

En la actualidad se podría decir que su totalidad se destina a la producción de café ya que es un producto nuevo, rentable para la zona y sobre todo si existe una organización que compre directamente al productor, nos están favoreciendo y comprometiendo las cosechas por ésta razón todos en la asociación estamos destinando de dos a tres hectáreas a la producción de café en distintas etapas como son: producción, semilleros, almácigos, etc.

6. ¿QUÉ ES LO QUE MÁS INCIDE EN EL DAÑO DEL CULTIVO DEL CAFÉ?

Las plantas de café se ven afectadas por las plagas, ya que prácticamente los agricultores no utilizan ningún fertilizante para la producción que puedan evitar la aglomeración de daños, también hay lugares que sufren por sequía, heladas e incluso de inundaciones, pudiendo perder parte de su producción, hay que dar a notar que muchos cafetales tienen su zona lluviosa y no necesitan de agua para producir.

7. ¿CREE USTED QUÉ ES UN PRODUCTO RENTABLE?

Sí, creo que es un producto rentable después de su inversión de 3 años ya que al tercer año de producción se va a tener ganancia libre de sus gastos, porque a pesar de que la zona de producción es un lugar cálido-húmedo al segundo año ya tiene cosechas pero en menor proporción, lo que genera que se pueda cubrir gastos de producción de granos de café.

8. ¿CÓMO CALIFICARÍA USTED LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PLANTA PROCESADORA DE CAFÉ?

Buena, porque mediante la implementación de esta nueva industria se podrá fomentar el empleo e incentivar económicamente tanto en la empresa como en las personas encargadas en las producción de café.

1.8.3 ENTREVISTA REALIZADA A FUNCIONARIOS

Se realiza una entrevista al presidente de la asociación de cafetales del Cantón Mira en el mes de diciembre de 2012, para medir el grado de aceptación y abastecimiento de café en la nueva empresa.

1. ¿QUÉ CARGO OCUPA USTED EN ESTA INSTITUCIÓN?

El cargo que desempeño es presidente de la Asociación de Cafetales “Fomentando un Futuro Mejor”

2. ¿QUÉ TIEMPO LLEVA CULTIVANDO EL CAFÉ?

El tiempo que se lleva cultivando café es alrededor de un año y medio, mediante un proyecto con el Gobierno Provincial del Carchi quien regala 4500 plantas por una hectárea razón por la cual muchos de los agricultores dejaron a un lado los cultivos cotidianos por la implantación de café en la zona.

3. ¿CON QUÉ VARIEDAD ESTÁN TRABAJANDO?

Nosotros actualmente estamos trabajando con la variedad caturra-castilla-roja a una altura aproximada de 700 a 1200 metros sobre el nivel del mar, ya que es un tipo de cafés muy conveniente y adaptable a las características de la zona.

4. ¿CUÁNTAS HECTÁREAS ESTÁN EN PRODUCCIÓN?

Actualmente estamos contando con alrededor de unas 150 hectáreas en producción, y 180 hectáreas que se encuentran integrados cafetales en viveros, almácigos y la intemperie que están prácticamente con una vida productiva ascenso que aproximadamente están 320 hectáreas.

5. ¿QUÉ ES LO QUE MÁS INCIDE EN EL DAÑO DEL CULTIVO DEL CAFÉ?

El cultivo de café puede verse afectado por plagas, ya que prácticamente los agricultores no utilizan ningún fertilizante para la producción que puedan evitar la aglomeración de daños, también hay lugares que sufren por sequía, heladas e incluso de inundaciones, culminando en perder parte de su producción, hay que dar a notar que muchos cafetales tienen su zona lluviosa y no necesitan de agua para producir.

6. ¿CREE USTED QUÉ ES UN PRODUCTO RENTABLE?

Sí, creo el café sea rentable después de su inversión de 3 años ya que al tercer año de producción se va a tener ganancia libre de sus gastos por que a pesar de que la zona de producción es un lugar cálido-húmedo al segundo año ya tiene cosechas pero en menor proporción, lo que genera que se pueda cubrir gastos de producción de granos de café.

7. ¿CÓMO CALIFICARÍA USTED LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PLANTA PROCESADORA DE CAFÉ?

Buena, porque mediante la implementación de esta nueva industria se podrá fomentar el empleo e incentivar económicamente tanto en la empresa como en las personas encargadas en las producción de café.

MATRIZ AOR DE LAS ENTREVISTAS

Cuadro 17 MATRIZ AOR DE LAS ENTREVISTAS

ALIADOS 1 Condiciones ambientales propicias para consumo de café 2 Ayuda Gobierno Provincial del Carchi. 3 Terrenos disponibles para la producción de café.	OPONENTES 1. Intermediarios venta de café. 2. Falta de emprendedores.
OPORTUNIDADES 1. Aceptación de la población sobre el producto. 2. Rentabilidad en la venta de café.	RIESGOS 1. Expectativa en producto nuevo 2. Plagas y enfermedades

1.9 DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades Y Riesgos

1.9.1 ALIADOS

- Aprovechar la materia prima de la zona.
- Población que prefiere el consumo del café.
- Condiciones ambientales propicias para la producción de café.
- Terrenos disponibles para la producción de café.

1.9.2 Oponentes

- Intermediarios en la venta de café.
- Carencia de experiencia en la producción de café en la zona.
- Empresa nueva, no tiene posicionamiento en el mercado.

1.9.3 OPORTUNIDADES

- Proveernos de mano de obra de la zona.
- Facilidades de los gobiernos locales y nacionales para la organización producción e industrialización de café.
- Ampliación de la producción de café por medio de asociaciones y cooperativas locales.

1.9.4 RIESGOS

- Desconocimiento de plagas y afecciones contra el cultivo en la zona.
- Inestabilidad climática actual.
- Factores económicos.
- Falta seguridad en producción de café.

1.10 CRUCES ESTRATÉGICOS

1.10.1 ALIADOS Y OPORTUNIDADES

- Aprovechar la calidad de la materia prima y sus propiedades para minimizar costos de producción y contrarrestar posibles problemas económicos, utilizando mano de obra de la localidad para evitar la migración en la zona.
- Aprovechar las condiciones climáticas del Cantón Mira para empezar la producción y procesamiento de café y satisfacer la demanda potencial del producto.

1.10.2 ALIADOS Y RIESGOS

- Utilizar todo el conocimiento existente para implementar una producción sostenible de café y una planta de procesamiento funcional en la zona.

- Aprovechar todos los programas de apoyo a proyectos innovadores por parte de los gobiernos locales y central.
- Aprovechar de mejor manera la producción, para posesionar el nuevo producto en el mercado y atraer la inversión extranjera y la inyección de capital.

1.10.3 Oponentes y Oportunidades

- Hacer uso de sistemas de siembra, riego, cuidado de plagas, cosecha y producción óptimas para minimizar la competencia e impulsar los objetivos en busca de las oportunidades.

1.10.4 Oponentes y Riesgos

- Mantener políticas de capacitación a los caficultores del Cantón Mira y así impulsar el uso de sistemas de producción de café.
- Cuidar del medio ambiente con conciencia ecológica mediante el uso de sistemas amigables con la naturaleza local y acorde a las tradiciones y tendencias de la zona.

1.11 Conclusión Diagnóstica

Luego de la obtención de la información, tabulación de las encuestas, entrevistas realizadas en el Cantón Mira y el análisis AOR, se determina que falta un estudio de inversión donde se realice un análisis técnico y económico sobre la viabilidad que podría generar la actividad en este sector, debido a que la mayoría de las personas se ocupan a labores agrícolas, por lo que es necesario el emprendimiento de las instituciones gubernamentales u ONGs.

Se ha detectado un alto grado de interés por parte de la población para la creación de una industria de este tipo, ya que contribuirá en gran medida al desarrollo socio económico de la ciudad; contando los caficultores con

una mejor oportunidad para la venta del mismo y la generación de fuentes de trabajo con la creación de la planta.

Por lo tanto para dar solución a esta problemática, es necesario plantear un proyecto que permita realizar un ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA PROCESADORA DE CAFÉ EN LA CIUDAD DE MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. INTRODUCCIÓN

El desarrollo del presente proyecto está enfocado al estudio de una planta procesadora, para la elaboración de café, a ejecutarse en el Cantón Mira, perteneciente a la provincia del Carchi.

El estudio es importante ya que generará un valor agregado al producto de la zona, como también contribuirá al mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes del Cantón Mira, Espejo, Montufar, Huaca, Bolívar y Tulcán, siendo los principales beneficiarios.

La producción del café en el país, presenta un amplio campo para la inversión, cuya demanda actualmente es abastecida con producto importado.

2.2. LA ADMINISTRACIÓN

“Es el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que los individuos, trabajando en grupos de manera eficiente, alcancen objetivos seleccionados” (KOONTZ HaroH Id, WEIHRICHeinz, 2008, pág. 6).

La Administración consiste en el conjunto de labores que emprenden los individuos para alcanzar las metas y aplicar ciertos principios en forma eficaz, que permitan que lo planeado se ejecute con éxito.

2.2.1 FUNCIONES ADMINISTRATIVAS BÁSICAS.

Un gerente de éxito es capaz de desempeñar cuatro funciones administrativas básicas: planeación, organización, dirección y control.

2.3. FUNCIONES ADMINISTRATIVAS

Gráfico 14 FUNCIONES ADMINISTRATIVAS



FUENTE: Investigación directa
ELABORACIÓN: Katherine Andrade

2.3.1. PLANEACIÓN

“La planeación implica establecer los objetivos con orden y sentido común; esta fase se basa en un plan” (ANZOLA, Sérvulo, 2010, pág. 52).

Etapa que forma parte del proceso administrativo mediante la cual se establecen directrices, se definen estrategias y se seleccionan alternativas y cursos de acción, en función de objetivos y metas generales económicas, sociales y políticas; tomando en consideración la disponibilidad de recursos reales y potenciales que permitan establecer un marco de referencia necesario para concretar programas y acciones específicas en tiempo y espacio. La planeación es el proceso que comienza con la visión que tiene la persona que dirige a una organización; la misión de la organización; fijar objetivos, las estrategias y políticas organizacionales. A través de la planeación, una persona u organización se fija alguna meta y estipula qué pasos debería seguir para llegar hasta ella. En este proceso, que puede tener una duración muy variable dependiendo del caso, se consideran diversas cuestiones, como ser los recursos con los que se cuenta y la influencia de situaciones externas.

2.3.2. ORGANIZACIÓN

“La organización se refiere al proceso de decidir donde se tomarán las decisiones, quien ocupará cual puesto y desempeñará que tareas y quien dependerá de quien en la empresa”(KOONTZ Harold, WEIHRICH Heinz, 2008, pág. 27)

Se refiere a la sincronización de los recursos y los esfuerzos de un grupo social, con el propósito de lograr oportunidad, unidad, armonía y rapidez, en el desarrollo de los objetivos. Es la estructura técnica de las relaciones,

que debe darse entre las jerarquías, funciones y obligaciones individuales necesarias en un organismo social para su eficiencia.

2.3.3. DIRECCIÓN

“La dirección usa la influencia para motivar a los empleados”.(DAFT, Richard; MARCIC Dorothy, 2011, pág. 8)

La dirección implica motivar a terceros con la intención de que desempeñen las tareas necesarias para alcanzar las metas de la organización. Es impulsar, coordinar y vigilar las acciones de cada miembro de la organización con el fin de lograr de manera eficaz todo lo planeado.

2.4. CONTROL

“El control vigila las actividades y hace correcciones.” (DAFT, Richard; MARCIC Dorothy, 2011, pág. 8)

El control es el proceso que utiliza una persona, un grupo o una organización para monitorear el desempeño de forma permanente y aplicar acciones correctivas. Verificar que todo se desarrolle de acuerdo a lo establecido en la planeación, para obtener los objetivos deseados.

2.4.1 TIPOS DE ADMINISTRACIÓN

2.4.2 ADMINISTRACIÓN CONTABLE

La contabilidad administrativa tiene como función principal proporcionar información de todas las actividades de la empresa, pero suele centrarse en analizar los ingresos y egresos de cada actividad y la cantidad de recursos utilizados, permite obtener información periódica sobre la rentabilidad de los distintos departamentos de la empresa.

2.4.3 ADMINISTRACIÓN FINANCIERA.

La administración financiera se encarga de la adquisición, financiamiento y administración de los activos en la toma de decisiones; en las cuales las decisiones de inversión indican que cantidad de activos son necesarios para la empresa para mantenerse funcionando, así como, para que son destinados cada una de estas inversiones en dichos activos.

2.4.4 ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS

La administración de los recursos humanos se encarga de la forma en que el programa de administración de los recursos humanos y las estrategias de la empresa respaldan los objetivos de calidad.

1. ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

La administración de la producción es un sistema de control que abarca todas las actividades necesarias para la elaboración de productos como: compras, almacén, transporte, y adquisición de materias primas hasta la disponibilidad de un producto listo para la venta.

2. ADMINISTRACIÓN DE CALIDAD.

La administración de la calidad es la mejora continua, la atención de los detalles, el trabajo en equipo para eliminar barreras departamentales, la educación en la calidad y el liderazgo en mejoras de calidad relacionados con la producción de bienes o servicios.

2.5. LA EMPRESA

“Es la entidad u organización que se establece en un lugar determinado con el propósito de desarrollar actividades relacionadas con la producción

y comercialización de bienes y/o servicios en general, para satisfacer las diversas necesidades humanas”(SARMIENTO, Rubén, 2010, pág. 1)

La empresa es la identificación de un proceso de organización de las actividades para dar cumplimiento y obtención de resultados propuestos por la misma.

“Es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer bienes y/o servicios que al ser vendidos, producirán una renta que beneficie al empresario, a los Estados y a la sociedad en general” (ZAPATA, Pedro, 2008, pág. 14).

De lo anteriormente expuesto por el autor, determinan que la empresa es una entidad, debidamente organizada, en busca de un determinado objetivo, cumpliendo una actividad productiva o de comercialización, buscando un beneficio económico o social.

2.5.1. OBJETIVO

El objetivo fundamental es el de obtener: utilidad, rentabilidad o ganancia, minimizando sus costos y gastos.

Las empresas, de acuerdo a su naturaleza pueden ser de uno o más propietarios. Las de un solo propietario, se conoce como negocios individuales y las de dos o más propietarios, se conoce como sociedades.

Cuando la empresa la conforman dos o más personas naturales, que aportan bienes y/o capital para desarrollar actividades mercantiles y obviamente participar en las utilidades que genera dicha actividad (sin que exista un contrato legalizado), se conoce como Sociedad de Hecho, de conformidad con lo previsto en el Código Civil.

Si la empresa se forma de hecho y además por derecho, es decir mediante un contrato legalizado, debidamente escriturado en una Notaría Pública aprobado y legalizado mediante resolución de la Superintendencia de Compañías, la misma que ordena la inscripción en el Registro Mercantil de acuerdo a lo previsto por la ley, entonces ahí se considera una compañía de personería jurídica.

2.5.2. IMPORTANCIA

Toda empresa antes de iniciar sus operaciones, deberá en primer lugar planificar para así acogerse a las normas legales establecidas en nuestra propia legislación, con la finalidad de funcionar legalmente, ya que de esta manera, además tendrá derecho a ciertos beneficios de protección estatal; según el caso, tales como: incentivos de orden crediticio, arancelario y tributario entre otros.

2.5.3. ORGANIGRAMA

Es necesario organizar mediante la elaboración de un gráfico; el cual generalmente representa la estructura de la empresa en orden jerárquico y/o dividido por funciones o tareas específicas.

En síntesis; la buena organización derivará en alcanzar el objetivo propuesto, el cual es: obtener la mayor tasa de rentabilidad.

2.6. LA CONTABILIDAD

Mediante el análisis del libro (SARMIENTO, Rubén, 2010, pág. 14) en donde nos dice que “la contabilidad es la técnica que registra, analiza e interpreta cronológicamente los movimientos o transacciones comerciales de una empresa durante un tiempo determinado para obtener resultados favorables de la organización”.

“Es un elemento del sistema de información, de un ente, que proporciona datos sobre su patrimonio y su evolución, destinados a facilitar, las decisiones de sus administradores y de los terceros que interactúan con él en cuanto se refiere a su relación actual o potencial con el mismo”.(ZAPATA, Pedro, 2008, pág. 14)

Por lo anteriormente expuesto podemos establecer que la contabilidad es una técnica y un elemento importante de un ente, que mediante el registro analiza e interpreta la información, facilitando así la toma de decisiones acertadas, para el desarrollo de la organización.

2.6.1. OBJETIVO

El principal es conocer la situación económica- financiera de una empresa en un periodo determinado, el que generalmente es de un año; así como también analizar e informar sobre los resultados obtenidos para poder tomar decisiones adecuadas a los intereses de la empresa.

2.6.2. IMPORTANCIA

Permite conocer con exactitud la real situación económica – financiera de una empresa, en cambio cuando no llevamos contabilidad, no se conoce con exactitud: cuanto se tiene, cuanto nos deben o debemos, cual es el volumen de compras, ventas, gastos en definitiva solo se tiene una idea aproximada de la situación económica de la empresa o sea en forma empírica.

2.7. NIIF

Uno de los inconvenientes que se plantea al interpretar la información financiera es la falta de un criterio internacional a aplicar. Existe diversidad de normas contables.

La imposibilidad de establecer una comparación entre dos estados financieros. En consecuencia los datos obtenidos pueden llegar a perder algo de credibilidad.

El sobrecoste que supone para las empresas internacionales la aplicación de diferentes normas, según cada país, para la presentación de su información financiera.

Con el propósito de poner fin a estos problemas y aumentar a la vez la transparencia de la información. Ha comenzado a producirse en Ecuador, la convergencia de los estados financieros a la normativa internacional de información financiera (NIIF - Normas Internacionales de Información Financiera), busca homologar los balances de las compañías con la normatividad local.

Estos nuevos requerimientos pueden tener no sólo consecuencia significativa en las cifras y contenido de los estados financieros de la empresa, sino también en la presentación de sus balances, su conceptualización, aplicación en los sistemas de contabilidad y en la preparación del personal financiero y contable, entre otros.

En la actualidad toda empresa debe presentar sus balances aplicados a las NIIF. Entre las NIIF'S aplicables tenemos:

NIIF 1. Adopción por primera vez de las Normas Internacionales de Información Financiera.

NIIF 2. Pagos basados en acciones.

NIIF 3. Combinación de negocios.

NIIF 4. Contratos de seguro.

NIIF 5. Activos no corrientes mantenidos para la venta y operaciones discontinuadas.

NIIF 6. Exploración y evaluación de recursos minerales.

NIIF 7. Instrumentos financieros: Información a revelar.

NIIF 8. Segmentos de operación.

NIIF 9. Instrumentos financieros.

NIIF 10. Estados financieros consolidados.

NIIF 11. Acuerdos conjuntos

NIIF 12. Información a revelar sobre participaciones en otras entidades.

NIIF 13. Valor razonable

2.8. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

“La planeación estratégica es el conjunto de decisiones y de acciones que se usan para formular y para implementar las estrategias que habrán de proporcionar un ajuste competitivo superior entre la organización y su medio ambiente”. (DAFT, Richard; MARCIC Dorothy, 2011, pág. 164)

La planeación estratégica es modelar y remodelar los negocios y productos de la empresa, de manera que combinen para producir un desarrollo y utilidades satisfactorias; se requiere la observación de causas y efectos durante un determinado periodo de tiempo, para poder identificar oportunidades e implementar estrategias.

2.8.1. MISIÓN

“La misión son las razones de existencia de la organización; describe los valores, aspiraciones y la razón de ser de la empresa”. (CÓRDOBA, Marcial, 2006, pág. 285)

La misión es una declaración duradera del objeto, propósito o razón de ser de la empresa. Por otro lado, los valores son cualidades positivas que poseen una empresa, tales como la búsqueda de la excelencia, el desarrollo de la comunidad, el desarrollo de los empleados, etc.

Las organizaciones, instituciones, empresas o cualquier otra forma de agrupación no pueden funcionar sin una misión que justifique su existencia.

2.8.2. VISIÓN

“La visión es la imagen que la organización tiene de sí misma y de su futuro, es el acto de verse a sí misma proyectada en el tiempo y en el espacio.”(CHIAVENATO, Idalberto, 2009, pág. 67)

La visión es una declaración que indica hacia dónde se dirige la empresa en el largo plazo, o qué es aquello en lo que pretende convertirse; es donde se describe como se desea que esté la organización en el futuro.

2.8.3. PRINCIPIOS

Los principios son la base de la organización y sirven de referencia para la toma de decisiones, puesto que son estos los que señalan el camino a seguir tomando en cuenta el criterio de, (HERNANDEZ, Sergio y RODRIGUEZ, 2008, pág. 40) “los principios de administración puesto que para ellos representan guías universales y que en cualquier tipo de organización se los puede aplicar”

2.8.4. POLÍTICAS

“Para una empresa de negocios es probable que las principales políticas que dan una dirección general a las operaciones estén en los campos de crecimiento, finanzas, organización, personal, relaciones públicas, productos o servicios y marketing.” (KOONTZ Harold, WEIHRICH Heinz, 2008, pág. 110)

Las políticas institucionales afectan a todos los miembros de una organización por el simple hecho de serlo y en cuanto son partícipes de la misma, intentan expresar la calidad del comportamiento que la organización requiere de su personal, dependiendo de la función que se desempeña en la empresa. En otras palabras, clarifican lo que se espera de las personas en los diversos cargos de la institución, y como resultado de su aplicación, se pueden mantener niveles mínimos de calidad en el servicio.

2.9. MERCADOTECNIA

“El marketing es el proceso de planificación y ejecución del concepto, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, productos y servicios para crear intercambios que satisfagan las metas individuales y organizacionales.” (KOTLER Philip y ARMSTRONG Gary, 2008, pág. 280)

La mercadotecnia está asociada con la etapa de abundancia económica que otorga la mayor importancia a la distribución, a la innovación de productos orientada hacia el consumidor, el servicio. Actualmente, el departamento de investigación efectúa en forma adicional otras actividades, tales como el análisis de ventas, la administración y la mercadotecnia propiamente dicha. Otras empresas han combinado la investigación con la publicidad, servicios al consumidor y otras funciones dentro del departamento de mercadotecnia.

2.9.1. MARKETING MIX

“El marketing mix se refiere a las 4 Ps, que tienen sentido sistemático, no son conceptos separados sino que están unidos por un proceso que se dirige al consumo.”(BILANCIO, Guillermo, 2008, pág. 203)

La mercadotecnia orientada a la empresa se caracteriza porque realiza actividades para beneficiar a la empresa, no importa la satisfacción del cliente. Se le pega a la calidad, ya que se reducen los gastos de producción, debido a que utilizan materia prima de baja calidad por ser más barata.

2.9.2. PRODUCTO

“El producto es el conjunto de beneficios que se propone al consumidor cuando realiza la compra” (BILANCIO, Guillermo, 2008, pág. 206)

En mercadotecnia un producto es todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas. Las decisiones respecto a este punto incluyen la formulación y presentación del producto, el desarrollo específico de marca, y las características del empaque, etiquetado y envase, entre otras. Cabe decir que el producto tiene un ciclo de vida (duración de éste en el tiempo y su evolución) que cambia según la respuesta del consumidor y de la competencia y que se dibuja en forma de curva en el gráfico. Las fases del ciclo de vida de un producto son:

- Lanzamiento
- Crecimiento

- Madurez
- Declive

2.9.3. PRECIO

“El precio es la cantidad de dinero que se paga por los bienes o servicios y que proporciona al vendedor su ganancia” (BACA, Gabriel, 2006, pág. 53).

Es principalmente el monto monetario de intercambio asociado a la transacción (aunque también se paga con tiempo o esfuerzo). Sin embargo incluye: forma de pago (efectivo, cheque, tarjeta, etc.), crédito (directo, con documento, plazo, etc.), descuentos pronto pago, volumen, recargos, etc. Este a su vez, es el que se plantea por medio de una investigación de mercados previa, la cual, definirá el precio que se le asignará al entrar al mercado. Hay que destacar que el precio es el único elemento de la mezcla de mercadotecnia que proporciona ingresos, pues los otros componentes únicamente producen costos. Por otro lado, se debe saber que el precio va íntimamente ligado a la sensación de calidad del producto (así como su exclusividad).

2.9.4. PLAZA

“Plaza son las rutas o medios a través de los cuales se distribuyen los productos desde el lugar donde se producen hasta donde se consumen” (BACA, Gabriel, 2006, pág. 57)

En este caso se define como: ¿dónde comercializar el producto o el servicio? que se le ofrece (elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor). Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas. Inicialmente, dependía de los fabricantes y ahora depende de ella misma.

2.9.5. PROMOCIÓN

“La promoción es un incentivo, es la propuesta de un motivo práctico para comprar la marca, con una reducción del precio o bien con un aumento de los beneficios.”(REDONO, Tellis, KOTLER, Lane Well y MORIARTY, Burnett, 2011, pág. 9)

Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales (cómo es la empresa=comunicación activa; cómo se percibe la empresa=comunicación pasiva). La mezcla de promoción está constituida por Promoción de ventas, Fuerza de venta o Venta personal, Publicidad, Relaciones Públicas, y Comunicación Interactiva

2.9.6. PUBLICIDAD

“Un buen producto debe acompañarse de una buena publicidad; por lo tanto hay que escoger el medio publicitario apropiado a las necesidades del producto y a las posibilidades de la empresa.” (REDONO, Tellis, KOTLER, Lane Well y MORIARTY, Burnett, 2011, pág. 29)

La publicidad y la propaganda están presentes en nuestra sociedad y tienen como vehículos de expresión a los medios de comunicación. La publicidad puede ser considerada como un bien para el consumidor, ayudándole a conocer los distintos productos del mercado, o puede ser considerada como un modo de perpetuar la insatisfacción y la desigualdad social, creando nuevas necesidades en algunos casos ficticias (psicológicas, sociológicas...) que no corresponden a la realidad.

2.9.7. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- ✓ **Periódicos:** los anuncios en este medio llega a personas de todas las clases económicas; comparado con otros medios sus costos son más bajos.
- ✓ **Radio:** la radio ofrece una exposición masiva de los mensajes publicitarios pues la gran mayoría de los hogares y vehículos cuentan con este medio.
- ✓ **Volantes:** se pueden distribuir de forma directa a todos los posibles clientes, puesto que es una impresión en papel.
- ✓ **Televisión:** es el medio visual más utilizado por toda la población sin límite de edad.
- ✓ **Internet:** en la actualidad es el medio que mayor cantidad de publicidad ofrece.

Debemos referirnos a que la publicidad es parte integral de nuestra sociedad debido a que está estrechamente relacionada con la fabricación, distribución, comercialización y venta tanto de productos como de servicios.

Por otro lado la publicidad existe por muchas razones entre las que podemos destacar:

- ✓ Es parte de nuestro sistema de comunicación.
- ✓ Informa a la gente de la disponibilidad de productos y servicios.
- ✓ Proporciona información que ayuda a tomar decisiones fundamentales
- ✓ Informa a la gente acerca de sus derechos y obligaciones como ciudadano.

2.10. COMERCIALIZACIÓN

“La comercialización es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social. Se da en dos

planos: Micro y Macro. Se utilizan dos definiciones: Micro comercialización y macro comercialización.”(BACA, Gabriel, 2006, pág. 59)

La comercialización se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean.

2.10.1. MICRO COMERCIALIZACIÓN

Es la ejecución de actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades. (Se aplica igualmente a organizaciones con o sin fines de lucro). La ganancia es el objetivo de la mayoría de las empresas. Los clientes pueden ser consumidores particulares, firmas comerciales, organizaciones sin fines de lucro. La comercialización debería comenzar a partir de las necesidades potenciales del cliente, no del proceso de producción. La comercialización no lo hace todo ella sola.

2.10.2. MACRO COMERCIALIZACIÓN

Proceso social al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad.

No obstante, el énfasis de la comercialización no recae sobre las actividades de las organizaciones individuales. Por el contrario, el acento se pone sobre cómo funciona todo el sistema comercial. Esto incluye la observación de cómo influye la comercialización en la sociedad y viceversa. (Toda sociedad necesita un sistema económico).

Todos los sistemas económicos deben elaborar algún método para decidir qué y cuánto debe producirse y distribuirse y por quién, cuándo y para quién. La manera de tomar esas decisiones puede variar de una nación a otra. Pero los macro objetivos son básicamente similares: crear bienes y servicios y ponerlos al alcance en el momento y en el lugar donde se necesiten, con el fin de mantener o mejorar el nivel de vida de cada nación.

2.10.3. RELACIÓN ENTRE LA COMERCIALIZACIÓN Y LA PRODUCCIÓN

Si bien la producción es una actividad económica necesaria, algunas personas exageran su importancia con respecto a la comercialización.

Creen que es solo tener un buen producto, los negocios serán un éxito.

El caso es que la producción y la comercialización son partes importantes de todo un sistema comercial destinado a suministrar a los consumidores los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades. Al combinar producción y comercialización, se obtienen las cuatro utilidades económicas básicas: de forma, de tiempo, de lugar y de posesión, necesarias para satisfacer al consumidor. En este caso utilidad significa la capacidad para ofrecer satisfacción a las necesidades humanas. No hay necesidad por satisfacer y por ende no hay utilidad. La comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean, y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece.

2.11. CAFÉ

2.11.1. HISTORIA

El árbol de café es originario del alto Egipto, de abisinia y en particular de Kaffa, lugar del cual es probable que haya tomado su nombre. A través

del transcurso de los años el consumo del café se fue extendiendo por el Medio Oriente, Europa, Londres, Berlín, hasta cien años después llegó a América y se ha mantenido como un producto importante en su producción y comercialización.

2.11.2. GENERALIDADES

El vocablo café se deriva del Arabe “kahwah” (cauá), llegando hacer un arbusto más conocido en el mundo.

El café es una bebida que se obtiene de la mezcla en agua caliente de granos tostados de la planta de café y es considerada la mejor. Su popularidad se debe a su efecto vigorizante, tonificante y estimulante. La cafeína actúa como estimulante y diurético sobre el sistema nervioso central, corazón, venas, arterias y riñones. El aporte energético del café es de 2 Kcal por taza, 1 mg de sodio(Na), 2mg de calcio (Ca), 0.1 mg de hierro(Fe), 4 mg de fósforo(P) y 36 mg de potasio (K) estando constituida la bebida por un 98% de agua.

2.11.3. IMPORTANCIA

1) COSECHA Y PREPARACIÓN DE LOS GRANOS

Cuando los frutos llegan a la madurez, (de 6 a 8 meses) después de la floración pasa el arábica, de 9 a 11 meses para la robusta, puede comenzar la cosecha del café. Se emplean dos métodos: la recolección o el despalillado.

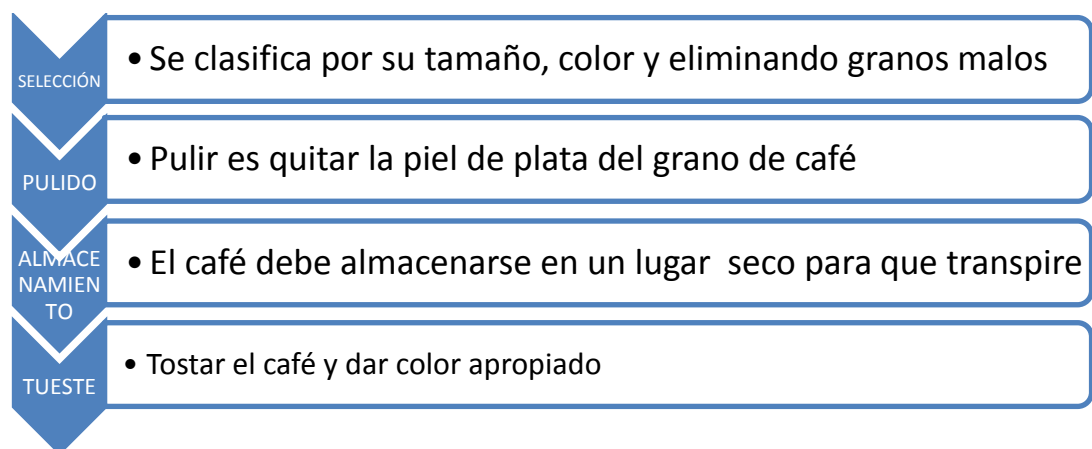
La recolección consiste en recoger manualmente sólo los granos de café maduros en su punto. Es la técnica más costosa, que obliga a pasar durante días varias veces sin interrupción por el mismo arbusto pero que obtiene las mejores calidades de café. El despalillado consiste en raspar la rama de las cerezas. Este método puede ser mecanizado. Se recoge

por esta técnica expeditiva una mezcla heterogénea de cerezas más o menos maduras, y es el origen de cafés más ácidos (debido a los frutos aún verdes).

2) PROCESO PARA INDUSTRIALIZAR EL CAFÉ

PROCESO PARA INDUSTRIALIZAR EL CAFÉ

Gráfico 15 PROCESO PARA INDUSTRIALIZAR EL CAFÉ



FUENTE: Investigación directa. ELABORACIÓN: Katherine Andrade

2.11.4. VARIEDADES DE GRANOS DE CAFÉ

Existen dos grandes variedades genéticas o varietales Cafeto Arábica (*Coffea Arábica*) y Cafeto Robusta (*Coffea Canephora*). Luego, según las características botánicas de la planta hay múltiples sub variedades (como el terreno, altura, clima, régimen de lluvia, aptos para su cultivo). A su vez según el tamaño del grano, se distinguen más de una decena de clases (siendo tipo AA, la denominación del más grande).

También, referirse como "variedad" al indicarse su procedencia (café brasilero, café colombiano, etc) generalizarse así varias características para connotar un sabor (de lo que no hay que fiarse pues un "sabor" en realidad depende no sólo del ambiente local donde crecen las plantas de café, sino también de su procesamiento, método de secado, etc.)

a) ARÁBIGO

El café arábigo es nativo de las tierras altas, en elevación que oscilan entre los 1350 y los 2000 m. es un robusto árbol pequeño liso, de hojas lustrosas y relativamente pequeñas, sus flores son fragantes, de color blanco o cremoso, las variedades de arábigo son de porte alto y bajo con un fruto de color amarillo o rojos. Es la variedad original, la más cultivada (aproximadamente 75% de la producción mundial), aunque requiere condiciones más exigentes de cultivo.

Su sabor es más complejo y contiene más sutilezas respecto del Robusta.

- **VARIEDAD TÍPICA.**- Es una de porte alto, las hojas son de forma alargada. Se denomina también arábigo pajarito o nacional, tiene granos grandes.
- **VARIEDAD BORBÓN.**- es originaria de las Islas Reunión, su tronco es medio grueso y no se eleva mucho, las ramas se distinguen más hacia arriba, el grano es pequeño. El Borbón es menos exigente de sombra, tiene mayor tendencia a madurar en menos tiempo por su amplia adaptación.
- **VARIEDAD TABÍ.**- Es una variedad de grano grande, superior al 80% de café supremo y derivada de cruzamientos de las variedad Típica y Borbón y es ideal para la obtención de cafés especiales.
- **VARIEDAD CATURRA.**- Es una variedad de porte bajo y muy productiva, tiene amplia adaptación al clima, suelos y temperatura.

b) ROBUSTA

El café Robusta es nativo de los bosques ecuatoriales del África, desde la costa oeste en Uganda y la parte sur del Sudán. Fue utilizado por los europeos que llegaron al África. Mientras los granos de café arábigo son considerados superiores, Robusta es usualmente limitada a granos

menores. Se cultiva en tierras bajas, con plantas de más envergadura, a más bajos costos y precios, por lo que es económico.

Produce unos granos redondos, pero menos perfumados y más picantes y astringentes, esta planta es muy variable en su estado silvestre.

En la industria es considerado como menos sabroso y aromático que el café arábigo, es muy usado en la elaboración de café instantáneo y otros cafés baratos.

2.12. LA IMPORTANCIA DE LA PRODUCCIÓN Y CONSUMO DE CAFÉ:

- Es una fuente de trabajo para varias familias vinculadas a las actividades de comercio, agroindustria artesanal, en la ciudad de Mira y su zona de influencia.
- Los cafetales, en su mayor parte, están cultivados bajo árboles de alto valor ecológico y económico, en diversos arreglos agroforestales, que constituyen un hábitat apropiado para muchas especies de la fauna y flora nativas.
- En el manejo tecnificado no requieren de una alta dependencia de agroquímicos.
- Te llena de energía. La cafeína estimula al sistema nervioso, facilitando la coordinación, mejorando tu estado de ánimo y tu motivación. También incrementa la energía, la resistencia y la rapidez, y por consiguiente, disminuye el cansancio.
- Disminuye el riesgo de desarrollar cáncer. La gente que toma más de cuatro tazas de café al día tiene menos probabilidades de desarrollar cáncer de colon y recto debido a que inhibe la secreción de ácidos biliares que son los precursores de esta enfermedad.
- Disminuye la depresión. El consumo moderado de café ayuda a sobrellevar esta enfermedad, pues es un estimulante natural que brinda energía.

- Reduce el dolor de cabeza. Tomar café puede disminuir o eliminar el dolor de cabeza, pues éste se debe a la tensión de los vasos sanguíneos del cerebro y el café puede dilatarlos, reduciendo la intensidad del dolor.
- Evita coágulos sanguíneos. Múltiples estudios han demostrado que el café no sube la presión arterial, ni afecta el ritmo cardíaco, ni provoca ataques cardíacos.
- Antioxidantes. Estas propiedades detiene el deterioro de las células del organismo y el proceso de envejecimiento.

2.13. EVALUACIÓN ECONÓMICA

“La evaluación económica del proyecto consiste en comparar los beneficios con los costos y así se determina la rentabilidad del proyecto” (ORTEGA C. Alfonso, 2008, pág. 59)

Costo- beneficio: Tiene como base el principio económico, que en términos generales sostiene que un proyecto es exitoso si el beneficio que genera la inversión en un período determinado, es mayor que la obtenida con otra alternativa durante el mismo período. Por otra parte considera que un proyecto es más efectivo cuando logra sus productos con un menor costo y los beneficios sociales obtenidos son mayores que la inversión realizada.

2.14. INVERSIÓN

“Inversión es el conjunto de recursos que se emplean para producir algo, que puede generar utilidad.” (ORTEGA C. Alfonso, 2008, pág. 16)

Es el monto de capital que se le asigna a un proyecto, con la esperanza de que este pueda producir un bien o servicio útil al ser humano o a la sociedad en general. Para este caso las inversiones buscan un

rendimiento monetario atractivo, es decir una ganancia en dinero, pero existen otras inversiones que solo buscan el beneficio social.

La inversión inicial, comprende la adquisición de todos los activos fijos y activos diferidos o intangibles (luz, agua, teléfono, Internet, etc.), que son necesarios para que la empresa inicie sus operaciones, con la excepción del capital de trabajo.

2.15. INTERÉS

*“El interés es la medida del incremento del dinero en el tiempo”
(MEZA, Jhonny, 2010, pág. 33)*

Dinero obtenido en el tiempo sobre una suma de dinero depositada en una institución financiera, prestada o utilizada en una actividad en particular, a una tasa de interés determinada y en un tiempo definido.

2.16. PROYECCIÓN DE INGRESOS

En una organización para realizar la proyección de ingresos se debe tomar en cuenta lo anunciado por (ORTEGA C. Alfonso, 2008, pág. 211)

- ✓ Hacer un pronóstico de ventas
- ✓ Considerar el estimado de demanda
- ✓ Analizar la mejor estrategia de comercialización.

El proceso presupuestario tiene un esquema procedimental, donde se realizan los pronósticos económicos, objetivos de ventas y utilidades con sus respectivos cronogramas de acción, y tiene dos formas de hacerse, bien sea de arriba hacia abajo o de abajo hacia arriba.

De igual forma el presupuesto, tiene centros de responsabilidad, donde toda función o unidad de la organización tiene un gerente el responsable de la totalidad de sus actividades, por lo tanto debe manejar sus ingresos, egresos o costos, beneficios e inversiones (proyectos).

2.17. PUNTO DE EQUILIBRIO

“El punto de equilibrio representa el volumen de operación o nivel de utilización de la capacidad instalada, en la cual los ingresos son iguales a los costos. Por debajo de ese punto la empresa incurre en pérdida y por encima obtiene una utilidad.” ORTEGA CASTRO, Alfonso. (2008, Pág. 223).

El punto de equilibrio es donde los ingresos son iguales a los costos. Es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

Punto de equilibrio = Costos fijos totales/ (precio - costos variables)

2.18. FLUJO DE CAJA

“En el flujo de caja es necesario determinar y proyectar los volúmenes de ventas, los ingresos, los costos, los gastos y demás.” (CÓRDOBA, Marcial, 2006, pág. 335)

El flujo de caja es un documento o informe financiero que muestra los flujos de ingresos y egresos de efectivo que ha tenido una empresa durante un periodo de tiempo determinado.

Ejemplos de ingresos de efectivo son el cobro de facturas, el rendimiento de inversiones, los préstamos obtenidos, etc.

Ejemplos de egresos de efectivo son el pago de facturas, el pago de impuestos, el pago de sueldos, el pago de préstamos, el pago de intereses, el pago de servicios de electricidad y agua, etc.

La diferencia entre los ingresos y los egresos de efectivo se conoce como saldo, el cual puede ser favorable (cuando los ingresos son mayores que los egresos) o desfavorable (cuando los egresos son mayores que los ingresos).

2.19. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN FINANCIERA

2.19.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

“Consiste en determinar el valor presente de los flujos de ingresos y gastos generados durante el periodo de vida útil del proyecto. Si la diferencia entre los valores actuales de los flujos de ingreso y gastos es mayor a cero, hay que considerar la inversión realizada, como atractiva; pues, se están generando beneficios, si la diferencia es igual a cero, la inversión generaría un beneficio igual al que se obtendría sin asumir ningún riesgo; y, si es menor que cero, el proyecto no es viable. (COSTALES, Bolívar, 2002, pág. 226)

Por lo anteriormente anotado podemos decir que el valor actual neto, es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente. Es una de las metodologías estándar que se utilizan para la evaluación de proyectos y principalmente para la toma de decisiones adecuadas. El valor presente del conjunto de flujos de fondos que derivan de una inversión, descontados a la tasa de retorno requerida de la misma al momento de efectuar el desembolso de la inversión, menos esta inversión inicial, valuada también en ese momento.

2.19.2. TASA INTERNO DE RETORNO (TIR)

“La tasa interna de retorno se define como el valor de la tasa de actualización en que se iguala el valor actual de los ingresos con el valor actual de los egresos: para lo cual, es necesario calcular un CASH-FLOW resultante de la operación anual durante la vida útil del proyecto considerando además el valor residual o valor de salvamento de los activos” (CHIRIBOGA, 2010, pág. 257)

La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo, durante la vida útil del proyecto, conjuntamente con el VAN, nos permitirá la acertada toma de decisiones dentro de la ejecución del presente estudio de factibilidad.

2.19.3. COSTO BENEFICIO

“Costo Beneficio se sustenta en el principio de obtener y alcanzar niveles considerables de producción con la mínima utilización de recursos” (COSTALES, Bolívar, 2002, pág. 230)

El análisis de costo-beneficio es una técnica importante dentro de la decisión, determinando la conveniencia de un proyecto mediante la enumeración y valoración de todos los costes y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto, maximizando la utilización de los recursos.

2.19.4. PERÍODO DE RECUPERACIÓN

“El conocimiento del periodo del tiempo necesario para recuperar la inversión, es un criterio tan importante como el de la rentabilidad, para inducir a realizar una inversión” (COSTALES, Bolívar, 2002, pág. 233)

Toda opción de invertir está asociada a la posibilidad de comparar el costo de oportunidad del dinero con el riesgo de la inversión; por eso, los proyectos deben ser debidamente sustentados y atractivos en sus rendimientos para poder ser ejecutados.

El período de recuperación de la inversión es un instrumento importante que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial, facilitando así la decisión de invertir o no en dicho proyecto.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

Aroma Café

3.1 PRESENTACIÓN

El mercadeo es la función de negocio que identifica los deseos y necesidades actuales insatisfechas, define y calcula su magnitud, determina el mercado objetivo que pueda mejorar la organización, y decide sobre los productos o servicios apropiados para servir a esos mercados, de esta manera el mercadeo sirve como un nexo entre las necesidades de la sociedad y el modelo de una respuesta.

El presente estudio tiene el objeto de analizar cada uno de los aspectos influyentes en el mercado del café, determinar la existencia de un número considerable de acreedores en la Región Norte del país, dispuestos a adquirir el producto resultante de la empresa, e identificar el precio, plaza y promoción de este producto que se va a comercializar, para esto tomamos como referencia los datos obtenidos en la investigación realizada en nuestro Diagnóstico Situacional, elaborado en el Capítulo I del presente estudio.

3.1.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de mercado en el que le permita identificar claramente la oferta, demanda y el precio del producto en el Cantón Mira.

3.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Describir el producto a ofertar.
- b. Conocer la demanda y las preferencias del cliente.

- c. Conocer la oferta del producto que ofrece la competencia.
- d. Determinar el precio de mercado del producto.
- e. Establecer la demanda insatisfecha.
- f. Formular estrategias de mercado que permitan el ingreso y posicionamiento en el mercado del producto.

3.2 EVOLUCIÓN DE LA OFERTA

3.2.1. DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA

El café es un producto alimenticio y de gran importancia, en general tiene una alta preferencia de consumo a nivel mundial, nacional debido principalmente a su sabor y aroma exclusivo.

La producción de café es nueva en la zona, ha venido atravesando por muchos inconvenientes en los últimos años debido a la falta de incentivos que tiene el productor, provocada por una deficiente comercialización del producto, que le impide obtener un precio estable y rentable en el mercado, además la falta de una adecuada conservación e industrialización, que asegurará al productor un mercado rentable todo el año.

3.2.2. ESTRUCTURA DEL MERCADO META

El ambiente competitivo en la que se desenvolverá, será en una competencia de oligopolios por cuanto en el mercado existen productos similares; sin embargo existe un gran número de población consumidora de café y ha tenido la aceptación que ha tenido entre los consumidores.

3.2.3. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Un mercado no es un todo homogéneo, está compuesto por cientos, miles e incluso millones de individuos, empresas u organizaciones que son

diferentes los unos de los otros en función de su ubicación, nivel socio-económico, cultura, preferencias de compra, estilo, personalidad, capacidad de compra, etc.

Por esos motivos, surge la imperiosa necesidad de dividir el mercado en grupos cuyos integrantes tengan ciertas características que los asemejen y permitan a diseñar e implementar estrategias a un costo mucho menor y con resultados más satisfactorios que si lo hicieran para todo el mercado, **Aroma Café** están basados en aspectos geográficos, demográficos, psicológicos y conductuales.

3.3. DEMANDA HISTÓRICA DEL CAFÉ.

La demanda histórica del café se logró determinar a través de un sondeo de opinión a los consumidores para establecer cuál es la cantidad de café demandada.

3.3.1. CONSUMIDORES

Los consumidores de **Aroma Café** son las personas comprendidas entre la edad de 1 año en adelante, de sexo femenino y masculino, de un nivel socio económico medio alto y medio bajo, cabe indicar que pese a que el consumidor está identificado de forma personal, el café es adquirida de manera familiar.

3.3.2. LUGARES DE COMPRA

Los lugares donde pueden abastecerse de nuestro café son en tiendas, abastos, panaderías, supermercados, ya que es un producto que se puede encontrar de manera permanente y cuando el consumidor lo desee.

3.3.3. CANTIDAD DEMANDADA

La cantidad demandada de **Aroma Café** en la presentación de una libra de café por familia al mes, estos datos se presentan según una investigación directa realizada a una muestra de los pobladores del Cantón Mira.

La transformación de cantidad utiliza por cuchara pequeña de café en cada taza de agua es de 5 gramos ver anexo 5

DEMANDA DE CAFÉ

Cuadro 18 DEMANDA DE CAFÉ

DEMANDA DE CAFÉ DE ACUERDO A LA FRECUENCIA						
POBLACIÓN DEL CANTÓN MIRA			12.180			
INTERVALO	FRECUENCIA	%	POBLACIÓN	CONSUMOS	ANUAL EN GRS	LIBRAS
AL MES	90	49,00%	5.968	537.138,	32'228.280	66.587
AL MES	60	37,00%	4.507	270.396,	16'223.760	33.520
AL MES	30	13,00%	1.583	47.502,	2'850.120	5.889
NO CONSUME	5	1,00%	122			0
TOTAL		100,00%	12.180	855.036,		
				*POR 12 MESES	51'302.160	105.996

Fuente: Investigación directa **Elaboración:** Katherine Andrade

3.3.4. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

En los próximos años se utilizó la tasa de crecimiento de la Provincia del Carchi, por dos razones fundamentales, la primera por el hecho claro de que el Cantón pertenece a tal Provincia, y la segunda por que el crecimiento de la industria alimenticia a futuro será a nivel provincial, por lo tanto la tasa de crecimiento poblacional es de 0,89 %.

3.4. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

CUADRO N° 5 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA A CUBRIR					
CAFÉ 1 LIBRA O 484 GRAMOS					
AÑO	2013	2014	2015	2016	2017
DEMANDA ACTUAL	105.996	106.940	107.891	108.852	109.820

Fuente: Investigación directa.
Elaboración: Katherine Andrade

3.5. ANÁLISIS DE OFERTA

En el análisis de la oferta se hace relación entre la cantidad de productos ofrecidos por los productores y el precio del mercado actual.

3.5.1. FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA

1. Precio Esperado

La expectativa de un alza futura en el precio de un bien desplaza la curva de la oferta hacia la izquierda y sucede lo contrario con la expectativa de una baja futura.

2. Tecnología

A mayor tecnología, mayor ahorro de costos, y por ende mayor oferta.

3. Número de Empresas Competidoras

Mientras más empresas posean un empresario tendrá mayores posibilidades de ofrecer el producto y llegar al consumidor.

3.5.2. OFERTA HISTÓRICA Y ACTUAL

Para poder establecer cuál es la oferta en el Cantón Mira se realizó una entrevista a los propietarios de los establecimientos donde se distribuye dicho producto, en el mercado podemos encontrar muchas marcas de café pero las que tienen más aceptación en el mercado es Moro y Minerva con las que competirá **Aroma Café**. La competencia no debe verse como un riesgo, sino como una oportunidad, la cual nos enseña aquello que es necesario aplicar para mejorar el trabajo diario, es con la práctica que se llega a obtener resultados óptimos.

Cuadro 19 OFERTA DE CAFÉ

OFERTA DEL PRODUCTO							
DESCRIPCIÓN			VENTAS MENSUALES LIBRA		ANUALES LIBRA		TOTAL
NOMBRE	PARROQUIA	LOCAL	MINERVA	MORO	MINERVA	MORO	CAFÉ 484 GRS.
SRA. MARIA PORTILLA	MIRA	COMISARIATO MUNICIAPAL	221	251	2.652	3.012	5.664
SRA. MARTHA QUITAMA	MIRA	ABASTOS JAHEL	81	101	972	1.212	2.184
SRA. LIDIA GER	MIRA	ABASTOS MICAELA	200	260	2.400	3.120	5.520
SRA. GABRIELA ONOFRE	MIRA	ABASTOS GABY	129	160	1.548	1.920	3.468
SRA. CRISTINA PASTAZ	JUAN MONTALVO	TIENDA ECONOMÍA SU	69	120	828	1.440	2.268
SRA. NARCIZA BENITES	JUAN MONTALVO	TIENDA AHORRO SU	60	80	720	960	1.680
SRA. PATRICIA CONGO	JACINTO JIJÓN Y CAMAÑO	TIENDA SU TIENDA	39	60	468	720	1.188
SRA. MARIANA FOLLECO	JACINTO JIJÓN Y CAMAÑO	TIENDA DENISS	49	70	588	840	1.428
SRA. AMANDA FOLLECO	LA CONCEPCIÓN	TIENDA ESQUINA LA	60	80	720	960	1.680
SRA. MERCEDES CONGO	LA CONCEPCIÓN	TIENDA EL VECINO	54	64	651	768	1.419
	TOTAL		962	1.246	11.547	14.952	26.499

Fuente: Tiendas, abastos comisariatos y supermercados de Mira
Elaborado por: La autora

3.5.3. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

El objetivo de la proyección es identificar cual será el comportamiento de la oferta a futuro, siempre y cuando se utilice datos reales del pasado y

presente. El crecimiento de la industria alimenticia a futuro será a nivel provincial, por lo tanto la tasa de crecimiento poblacional es de 0,89 %.

PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE CAFÉ

Cuadro 20 PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE CAFÉ

PROYECCIÓN DE LA OFERTA					
CAFÉ					
OFERTA ACTUAL	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
CAFÉ (libra)	26.499	26.735	26.973	27.213	27.455
TOTAL	26.499	26.735	26.973	27.213	27.455

Fuente: Investigación directa Elaborado por: La Autora

3.5.4. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Es importante conocer la demanda insatisfecha ya que identifica si existe un mercado al que no se haya llegado o no está satisfecho con el producto que se entregó, y se calcula con la siguiente fórmula.

$$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Demanda Proyectada} - \text{Oferta Proyectada}$$

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Cuadro 21 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA A CUBRIR					
CAFÉ 1 LIBRA O 484 GRAMOS					
DEMANDA ACTUAL	105.996	106.940	107.891	108.852	109.820
OFERTA	26.499	26.735	26.973	27.213	27.455
DEMANDA INSATISFECHA	79.497	80.205	80.918	81.639	82.365
PRODUCCIÓN	31.799	32.082	32.367	32.655	32.946

Fuente: Investigación directa
Elaborado: Katherine Andrade

Una vez establecida la demanda insatisfecha del café, se determina que la nueva empresa **Aroma Café** estará en la capacidad de producir y cubrir aproximadamente un 40% de la misma cada año tal como se detalla anterior. **Aroma Café**.

Con el análisis de la oferta y demanda se ha determinado que en el mercado existe una demanda insatisfecha para los cinco años proyectados, además es ahí donde se puede establecer las estrategias de marketing para lograr satisfacer este tipo de necesidad, que **Aroma Café** podrá aprovecharse introducirse en el mercado para satisfacer a los clientes.

3.6. ANÁLISIS DEL PRECIO

Los precios de las marcas de café es una fuerza cuando existen en el mercado una variedad de precios con una posición específica y realizan movimientos de marketing para mejorarlos a expensas de los rivales. Con frecuencia cuando pierden posicionamiento, bajan los precios o realizan promociones de ventas en diferentes épocas del año. La rivalidad es más fuerte cuando los clientes buscan la decisión de compra de café en relación al precio y no a la marca u otro factor de compra, creando una barrera por la competencia.

PRECIO DE MARCAS DE CAFÉ

Cuadro 22 PRECIO DE MARCAS DE CAFÉ

MARCAS	FORMA DE PRESENTACIÓN	PRECIO REFERENCIAL
MORO	Envase de una libra	2.55
MINERVA	Envase de una libra	2.25

Fuente: Investigación directa
Elaborado: Katherine Andrade

Una vez realizado el estudio respectivo para determinar el precio del envase de café es de un promedio de \$ 2.40, estos datos sirven de referencia para conocer los precios de la competencia, sin embargo el precios establecido por se determinará por los costos totales más un índice razonable de rentabilidad y con la relación a precios del mercado, con la finalidad de optimizar los recursos de manera objetiva y **Aroma Café** minimizar costos sin afectar la calidad del producto y guardando relación con los precios de la competencia.

Para los próximos años se hará un incremento de acuerdo a la tasa de inflación anual en nuestro país que para el año 2012 es del 4.16%.

PROYECCIÓN PRECIO DE MARCAS DE CAFÉ

Cuadro 23 PROYECCIÓN PRECIO DE MARCAS DE CAFÉ

PROYECCIÓN DEL PRECIO DEL PRODUCTO					
CAFÉ					
PRECIO DE CAFÉ (lira)	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Precio	2,40	2,50	2,60	2,71	2,82
Precio	2,40	2,50	2,60	2,71	2,82

Fuente: Investigación directa
Elaborado: Katherine Andrade

3.7. CADENAS DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN.

3.7.1. CADENA DE COMERCIALIZACIÓN

Los canales de comercialización frecuente en esta actividad industrial es la siguiente:

CADENA DE COMERCIALIZACIÓN

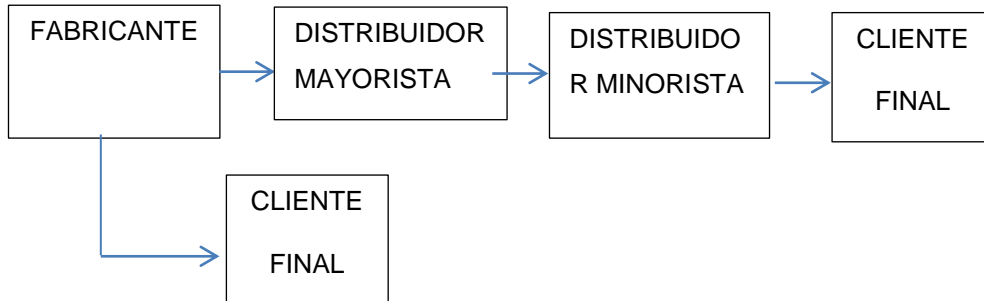


Gráfico 16 CADENA DE COMERCIALIZACIÓN

Esta característica de comercialización o distribución empieza con una visión general de rasgos económicos dominantes de las empresas fabricantes de café cuyos atributos son similares y compiten por los mismos clientes, los factores que determinan esta cadena de distribución son:

- Tamaño del mercado
- Cantidad de marcas y precios
- Ritmo de cambio tecnológico en los procesos de producción e introducción de nuevos materiales y productos.
- Frecuencia de compra

3.8. ESTRATEGIAS DE MERCADO

3.8.1. ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD

Las estrategias de mercado que se aplicarán están en concordancia con las investigaciones realizadas mediante encuestas a la población quienes tienen preferencias por la radio Mira, lógicamente es una emisora local y por la cercanía y la frecuencia es nítida, razón por la cual toda la población encuestada prefiere este medio de comunicación y mediante un plan de promoción está destinado 720 cuñas al año, con el fin de dar

conocer las bondades de este producto que a más de ser elaborado en la zona es rico por su sabor y aroma.

*“ATENCIÓN, ATENCIÓN señora ama de casa, es hora de cambiar tu gusto por un mejor café. Llega hasta tu hogar el mejor y único café mireño 100% natural, tostado y molido en nuestra propia planta procesadora, con un alto grado de calidad para conservar el inigualable aroma y sabor de **Aroma Café**.*

Además se publicará en los espacios publicitarios gratuitos de la página WEB del Cantón Mira donde accede toda la población de Mira.

3.8.2. ESTRATEGIAS DE PRECIO

Esta estrategia también se la conoce como liderazgo en costo y se aplicará para proporcionar una defensa contra la competencia y los posibles productos sustitutos. Para esta estrategia será importante aplicar los siguientes:

- Efectuar controles periódicos en los procesos de producción con la finalidad de maximizar las utilidades y tener precios competitivos.
- Enfocarse en los precios de la competencia y mantenerlos en forma equilibrada tomando en cuenta la calidad.

3.8.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN.

La distribución del café se le realizará desde el punto de venta tomando en cuenta un ambiente físico adecuado, con personal capacitado para atención al cliente.

Se realiza mediante una camioneta propiedad de **Aroma Café**, la que se encargará de hacer llegar el producto para lograr la satisfacción de todos los clientes.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El programa de producción del Proyecto tiene como base fundamental los resultados alcanzados en el estudio de mercado efectuado. En esta parte del estudio se determinan varios aspectos técnicos como son: localización del proyecto, tamaño de Aroma Café productiva propuesta, aspectos técnicos o de ingeniería, presupuesto técnico, inversiones fijas, variables, diferidas; requeridas para el funcionamiento del proyecto.

4.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

Al ser un proyecto productivo económico para establecer su tamaño se parte de la capacidad de servicio que alcanza a cubrir de la demanda insatisfecha, determinada en el estudio de mercado en el Cantón Mira.

4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El estudio de localización plantea dos niveles de avance en el proceso de decidir el lugar apropiado para la instalación de Aroma Café propuesta: la macro y micro localización.

4.2.1. MACRO LOCALIZACIÓN

1. Región

La pequeña empresa **Aroma Café** se ejecutará en la región sierra norte del país.

2. Provincia

Aroma Café se ubicará en la Provincia del Carchi.

La Provincia del Carchi está ubicada en el extremo norte del callejón interandino, entre los paralelos 1° 12' 43'' y 0° 21' 50'' de Latitud Norte y entre los meridianos 77° 31' 36'' y 78 33' 12'' de Longitud Occidental, con una extensión de 3.604.33 Km².

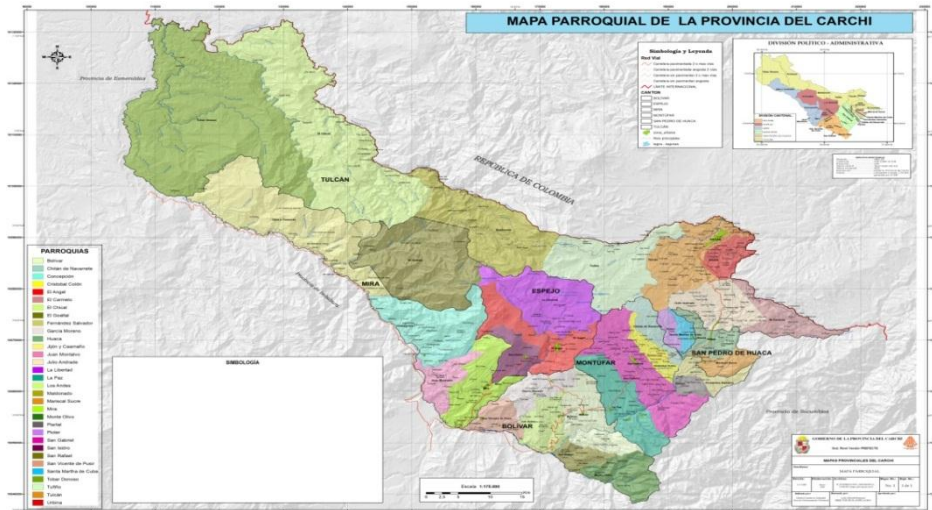
Limita al norte con la República de Colombia; al Sur y Oeste con la Provincia de Imbabura; al Este con la Provincia de Sucumbíos y al Oeste con la Provincia de Esmeraldas

El relieve es en general quebrado y se estima como zona plana solamente el 8% de la superficie. Las principales elevaciones, son: el Volcán Chiles, El Crespo, El Iguan,

La Provincia que es la primera desde el norte en el callejón interandino, presenta niveles altitudinales desde los 800 metros sobre el nivel de mar en la zona tropicales, 1200 msnm en los Valles, 3.600 msnm en la zona del Páramo, hasta los 4.768 msnm en la cima del volcán Chiles, lo cual determina la diversidad de la vegetación y del aparecimiento de una escala de zonas de producción agrícola. La temperatura promedio oscila entre 4° C en los páramos y los 22,9° C en el sector tropicales.

MAPA PARROQUIAL DE LA PROVINCIA DEL CARCHI

Gráfico 17 MAPA PARROQUIAL DE LA PROVINCIA DEL CARCHI



Fuente: Google maps.
Elaborado: Katherine Andrade

La Provincia se encuentra rodeada por ríos que nacen o se juntan por su punto limítrofe. Los ríos más importantes son: Carchi, San Juan, Chota. Este último que posteriormente se denomina Mira, corre por el norte con el río Mayasquer que en sus orígenes toma los nombres de río San Juan y Canaicán y su nacimiento está en el volcán Chiles. Aquí nace también el río Játiva que se une al río Carchi que confluye en el Pun que se prolonga por la Cordillera Oriental de los Andes hasta el nacimiento en la quebrada Espejo, en el Sur, donde se forma el río Chota.

Política y administrativamente cuenta con 6 cantones: 9 parroquias urbanas y 26 parroquias rurales; la capital de la provincia es Tulcán con una altura de 2.957 msnm.

4.2.2 CANTÓN

Aroma Café comercializará café en el Cantón Mira.

CANTÓN MIRA

Gráfico 18 CANTÓN MIRA



Fuente: Google maps.
Elaborado: Katherine Andrade

4.2.3. DATOS DEL CANTÓN MIRA

Ubicación: 92 km al sur ciudad de Tulcán

Altura: 2100 m.s.n.m.

Población: 12180

Temperatura: 16.2° C

4.2.4. MICRO LOCALIZACIÓN

1. Barrio

Una vez realizado el análisis de la ubicación se pudo determinar que la pequeña empresa **Aroma Café** estará ubicada en el barrio “El Naranjito” de Mira, debido a las condiciones favorables que brinda el sector.

2. Dirección

Calle León Rúaless vía a Pisquer.

UBICACIÓN DE LA DIRECCIÓN

Gráfico 19 UBICACIÓN DE LA DIRECCIÓN



Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Katherine Andrade

4.2.5 DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

Para determinar la localización óptima del proyecto se ha escogido tres posibles lugares, los cuales mediante un análisis de factores se determinara el lugar estratégico que beneficie a la creación de planta procesadora de café entre los lugares se tiene:

- Barrio El Naranjito.
- Barrio La Tola
- Barrio los Artesanos

Cuadro 24 MICRO LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

FACTORES	PES O	EL NARANJITO		LA TOLA		LOS ARTESANO S	
		CAL IF.	PON D.	CAL IF.	PO ND	CALI F.	PON D.
TRANSPORTE Y COMUNICACIÓN	0,15	8	1,2	2	0,3	5	0,75
CERCANÍA FUENTES DE ABASTECIMIENTO	0,3	7	2,1	4	1,2	5	1,5
CERCANÍA DEL MERCADO	0,3	9	2,7	7	2,1	3	0,9
DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BÁSICOS	0,15	10	1,5	8	1,2	8	1,2
ELIMINACIÓN DE DESECHOS	0,1	9	0,9	9	0,9	7	0,7
TOTAL	1		8,4		5,7		5,05

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Katherine Andrade

Luego de haber efectuado el análisis correspondiente a estos tres lugares se ha determinado que la micro localización de **Aroma Café** es en el barrio el Naranjito ya que existe aspectos que benefician la creación en este lugar entre los más importantes se destaca, estar situada estratégicamente en el centro de la Ciudad ya que se encuentra cerca de la mayoría de productores de la materia prima, las vías de comunicación se encuentran en excelentes condiciones las cuales permiten una distribución de forma eficiente.

4.2.6 ASPECTOS PARA LA DETERMINACIÓN DEL PROYECTO

a) Transporte y Comunicación

En todo intercambio comercial el transporte es uno de los factores claves para que el negocio progrese, basados en esta premisa consideramos que esto va a crear una relación óptima entre proveedor – cliente, obteniendo una excelente distribución del producto.

La ciudad de Mira cuenta con una red vial en perfecto estado, son carreteras de primer orden que unen a Mira con otras parroquias y cantones, también productores de café de donde provendrá la materia prima, esto se verá reflejado en una disminución en el precio por el transporte de productos terminados.

En cuanto a la comunicación se puede decir que se tiene la facilidad de adquirir todos los recursos necesarios por intermedio de la comunicación entre proveedores y clientes utilizando la herramienta del internet, telefonía celular y fija.

b) Cercanía a las Fuentes de Abastecimiento

El café **Aroma Café** que se utilizará para el abastecimiento de vendrá de las diferentes zonas rurales del Cantón Mira como son:

- ✓ Jacinto de Chinambí
- ✓ Juan Montalvo
- ✓ San Juan de Lachas
- ✓ Huaquer
- ✓ La Concepción

c) Cercanía del Mercado

La cercanía es con el comisariato municipal, las tiendas, las panaderías ubicadas alrededor de la ciudad y del Cantón, los restaurantes, las cafeterías y los bares de las instituciones educativas serán los sitios en los que se distribuirán el café que por lo general están ubicados en la parroquia de Mira cabecera cantonal del Cantón.

d) Disponibilidad de Servicios Básicos

En la zona urbana del Cantón Mira existe la disponibilidad del Banco de Fomento, Banco Pichincha, EMELNORTE, empresa de agua potable, Corporación Nacional de Telecomunicaciones, entre otros.

e) Posibilidad de Eliminación de Desechos

La ciudad de Mira cuenta con un sistema de recolección de basura basado en el uso de eco tachos en el cual se clasifica la basura orgánica y la inorgánica, es decir recipientes en los que se deposita la basura permanentemente, sin horarios ni días preestablecidos, para evitar el volumen excesivo de basura se reutilizarán los desperdicios como alimento para animales menores, como cuyes, conejos, entre otros.

4.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.3.1 CAPACIDAD DEL PROYECTO

1. Distribución de la Planta

	10 metros ²
Recepción de café	
Bodega materia prima con cuarto frio	20 metros ²
Cuarto de producción	25 metros ²
Oficina para administración	15 metros ²
Tienda de venta	15 metros ²
Baño	15 metros ²
Jardín	20 metros ²
Total	120 metros ²

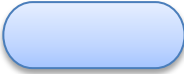
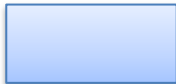






Gráfico 20 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Katherine Andrade

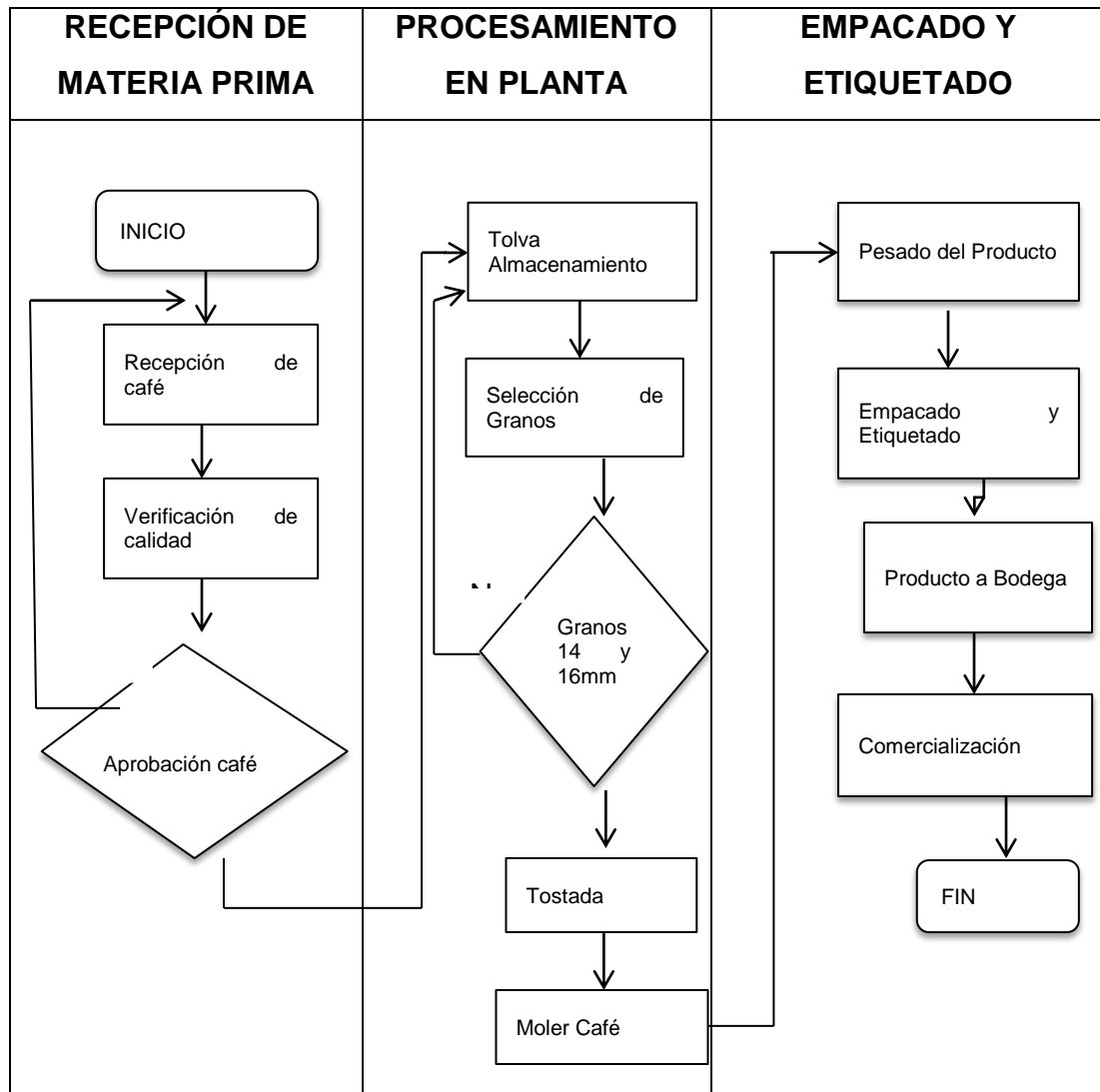
Flujo gramas de procesos

Cuadro 25 FLUJO GRAMAS DE PROCESOS

SÍMBOLO	DEFINICIÓN	DESCRIPCIÓN
	Inicio o término	Indica el principio o el fin del flujo, se usa para indicar una oportunidad administrativa o persona que recibe o proporciona información
	Proceso	Representa la ejecución de una operación por medio de la cual se realiza una parte del procedimiento descrito.
	Documento	Cualquier documento impreso
	Documentos	Varios documentos
	Decisión	Decidir una alternativa específica de acción
	Archivo	Significa el depósito final o temporal de documentos en archivo.
	Conector de página	Indicador que une o enlaza con otra hoja diferente en la que continua el diagrama de flujo.
	Conector	Une o enlaza una parte del diagrama de flujo con otra parte lejana del mismo.

4.3.2. FLUJO GRAMA DEL PROCESO

Cuadro 26 FLUJO GRAMA DE PROCESOS



Elaborado por: Katherine Andrade

La pequeña empresa **Aroma Café** llevará consigo procedimientos para la transformación de la materia prima en productos elaborados, donde receptorá la materia prima verificando su calidad para ser almacenada y luego tostar y moler el café y así tener un producto final de excelente calidad.

4.3.3. DETERMINACIÓN DE LOS PROCESOS PRODUCTIVOS

a) Recepción de materia prima

La materia prima será adquirida a los productores agrícolas del Cantón Mira en especial a los socios de las asociaciones de agricultores que se dedican exclusivamente al cultivo de café, estos productores nos entregarán la materia prima directamente en la planta de producción.

b) Verificación de la Calidad

En la planta de procesamiento se verifica parámetros de calidad, peso, así como la humedad del café (máximo 12.5% de humedad). Una vez realizado la verificación, el café es ingresado y se prepara para ser almacenado. En caso de no cumplir los parámetros necesarios para ser procesado el café, éste es devuelto al productor para que se rectifique el estado y así sea admitido.

c) Almacenamiento materia prima

La materia prima será almacenada en el cuarto destinado para este fin, para conservar su frescura y evitar el deterioro, puesto que esta modalidad le permite a la empresa **Aroma Café** ahorrar recursos económicos y tiempo.

d) Selección de Granos

Los granos de café pueden tener varios defectos que deben ser identificados y de ser el caso eliminados. Generalmente éste proceso se lleva a cabo de forma manual, para tener un control visual de excelencia.

e) Tostada

A continuación de haber seleccionado el mejor grano de café se procede a tostar hasta un punto de que todo el café este unificado en el color.

f) Molido café

El molido del café, para ahorrar tiempo se lo realizará en un molino eléctrico. La máquina que lo realiza consiste en un tambor rotatorio dentro del cual se coloca el café. Al girar el aparato los granos rozan unos con otros lográndose así el pulido.

g) Pesado, Empacado y Etiquetado

El reto es de envasar de manera que se mantenga el aroma del café recién tostado. El café será empacado en fundas de aluminio con nuestro logotipo en la presentación de una libra.

h) Comercialización

Los canales de comercialización serán los mercados, tiendas, supermercados, abacerías, cafeterías, hoteles y bares de las instituciones educativas a los cuales se les entregará mediante la modalidad contra entrega.

4.4. DETERMINACIÓN DEL PRESUPUESTO TÉCNICO

4.4.1 INVERSIÓN FIJA

A continuación se detalla los activos requeridos para la puesta en marcha del proyecto.

1. Área Administración

Los activos fijos requeridos para el normal desenvolvimiento del Área Administrativa son los siguientes:

4.5. DETERMINACIÓN DEL PRESUPUESTO TÉCNICO

4.5.1 INVERSIÓN FIJA

A continuación se detalla los activos requeridos para la puesta en marcha del proyecto.

Cuadro 27 TERRENO

Terreno			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD m2	P. UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	120	50.00	6.000.00
	TOTAL		6.000.00

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

Construcción de las instalaciones y de la planta

Según proyección estimada del Arq. Fernando Guerra para la construcción de las instalaciones de la planta procesadora tendrá un costo total de \$ 15.000,00, se calcula que aproximadamente el metro cuadrado de construcción está valorado en \$ 150.00 y se estima que la construcción de las instalaciones y planta serán de 100 m2.

Cuadro 28 COSTO DE LA CONSTRUCCIÓN

Edificio			
DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN m2	P. UNITARIO	VALOR TOTAL
Edificio	100	150.00	15.000.00
	TOTAL		15.000.00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Katherine Andrade

Muebles y Equipos de Oficina

El equipo de oficina que se empleará para el funcionamiento de **Aroma Café** se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 29 MUEBLES DE OFICINA

Bienes Muebles y Enseres			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios Ejecutivos	3	160.00	480.00
Sillas Giratorias	3	120.00	360.00
Archivadores aéreos	3	100.00	300.00
Sillas	6	50.00	300.00
Basureros	4	20.00	80.00
	TOTAL		1.520.00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Katherine Andrade

Cuadro 30 EQUIPOS DE OFICINA

Equipos de oficina			
Descripción	Cantidad	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Telefax más línea telefónica	1	280.00	280.00
Sumadoras	3	50.00	150.00
	TOTAL		430.00

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

Equipo de cómputo

El detalle de equipo de cómputo a usarse en la oficina y los costos correspondientes serán los siguientes:

Cuadro 31 EQUIPO DE CÓMPUTO

Equipos y Paquetes Informáticos			
Descripción	Cantidad	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadoras marca Acer	3	750.00	2.250.00
Impresora multifuncional	2	230.00	460.00
Paquete informático SITAC	1	300.00	300.00
Impresora Normal continua	1	280.00	280.00
	TOTAL		3.290.00

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

Equipo de Seguridad

La planta procesadora por cuidado de su inversión contará con equipo de seguridad que se detalla a continuación:

Cuadro 32 EQUIPO DE SEGURIDAD

Equipos de Seguridad			
Descripción	Cantidad	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Alarma de seguridad	1	280.00	280.00
Equipo contra incendio (extintor)	1	300.00	300.00
	TOTAL		580.00

Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Katherine Andrade

Maquinaria y equipo de producción

La maquinaria y equipo que se empleará para la elaboración de café es de la siguiente manera:

Cuadro 33 MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN

Equipos de Producción			
CANTIDAD	Cantidad	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Máquina Tostadora	1	6.799.73	6.799.73
Molino	1	2.218.58	2.218.58
Trilladora	1	4.120.22	4.120.22
Secadora	1	2.028.23	2.028.23
Mesa para selección de café	1	380.00	380.00
Balanza electrónica gramera	1	160.00	160.00
Balanza industrial	1	350.00	350.00
Selladora semi industrial	1	140.00	140.00
Etiquetadora	1	110.00	110.00
	TOTAL		16.306.76

Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Katherine Andrade

Vehículo

Para la distribución de café en la ciudad de Mira se adquirirá 1 camioneta marca NISSAN cabina sencilla año 2008 de segunda mano:

Cuadro 34 VEHÍCULO

Vehículo			
CANTIDAD		VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camioneta	NISSAN	8.674,11	8.674.11
	TOTAL	8.674,11	8.674,11

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Katherine Andrade

4.6. CAPITAL DE TRABAJO

4.6.1. INVERSIÓN VARIABLE

Entre los rubros que conforman este tipo de inversión, denominada también capital de trabajo, se encuentran:

a. Mano de Obra Directa

Comprende los obreros que se encargará de la elaboración y procesamiento del café además tendrán la responsabilidad del cuidado, limpieza y mantenimiento de las instalaciones.

b. Materia Prima Directa

Dentro del rubro de materia prima está el café en estado natural que se adquiere a los pequeños y medianos productores de la zona.

c. Costos Indirectos de Producción

Comprende los rubros relacionados con servicios básicos, combustibles, materiales e insumos destinados para la producción.

El capital de trabajo está calculado para dos meses, para asegurar el pago de obligaciones y sueldos, mientras ingresan las ventas.

Cuadro 35 RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO

Resumen de Capital de Trabajo	
DESCRIPCIÓN	BI MENSUAL
Proyección Costos de Producción	3.876,70
Proyección Gastos Administrativos	2.702,64
Proyección Gastos Ventas	1.109,02
Proyección Gastos Financieros	510,77
TOTAL	8.199,13

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

4.7. INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

La inversión total que se necesita para la comercialización del café aromático es:

Cuadro 36 RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL

RESUMEN DE INVERSIONES	
ACTIVOS	VALOR
Bienes para la Administración	
Terreno	6.000,00
Edificio	15.000,00
Bienes Muebles y Enseres	1.520,00
Equipos de oficina	430,00
Equipos y Paquetes Informáticos	3.290,00
Equipos de Seguridad	580,00
Subtotal	26.820,00
Bienes para la Producción	
Equipos de Producción	16.306,76
Vehículo	8.674,11
Subtotal	24.980,87
Total de Activos \$	51.800,87
Capital de Trabajo	8.199,13
TOTAL USD.....	60.000,00

Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Katherine Andrade

4.8. DETERMINACIÓN DE LA MANO DE OBRA

Aroma Café requiere de mano de obra especializada y capacitada en el área de caficultura, para seguir de esta forma la producción.

Cuadro 37 TALENTO HUMANO

CANTIDAD	PERSONAL	SALARIO BÁSICO UNIFICADO 2013	TOTAL
	Área Administrativa		
1	Gerente-Propietario	500	500
1	Contador	400	400
	Área de Producción		
2	Obreros de Producción	318	636
	Área de Ventas		
1	Vendedor	324,74	324,74

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

4.9. FINANCIAMIENTO

A continuación se presenta la estructura del financiamiento donde el 50.00% es aporte propio y el 50% es financiado con crédito.

Cuadro 38 FINANCIAMIENTO

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	30.000.00	50.00
Capital Financiado	30.000.00	50.00
TOTAL	60.000.00	100.00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Katherine Andrade

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 INTRODUCCIÓN

El estudio financiero analiza, ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores como son el estudio de mercado, técnico y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica y financiera.

Aquí se demuestra la rentabilidad o no del proyecto. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, costos y gastos que están en concordancia con los capítulos anteriores. Con la Evaluación Financiera se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar máquinas más baratas, gastar menos.

5.2. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

5.2.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTAS

Para la determinación del ingreso por venta de café, se estableció el volumen de ventas del café de 1 libra o 484 gramos; además el precio de venta obtenido del estudio de mercado en concordancia con los costos y gastos detallados en el estudio técnico y validado en el estudio financiero, cuyos valores son:

Cuadro 39 PRESUPUESTO DE INGRESOS

	2013	2014	2015	2016	2017
CAFÉ DE 1 LIBRA					
Cantidad	31.799	33.389	35.058	36.811	38.652
Precio	2,40	2,50	2,60	2,71	2,82
TOTAL	76.317,36	83.466,66	91.285,82	99.837,48	109.190,25

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Katherine Andrade

La proyección de precios está relacionada con la inflación del año 2012.

5.2.2 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción son necesarios para transformar de forma o de fondo materiales en productos terminados o semielaborados utilizando fuerza de trabajo, maquinaria y equipo, entre otros. Está formado por tres elementos que son: materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de producción.

5.2.3. MATERIA PRIMA DIRECTA

En el proceso de producción, es el elemento más importante, constituyéndose para la comercialización de café.

Cuadro 40 MATERIA PRIMA DIRECTA

MATERIA PRIMA DIRECTA					
AÑOS RUBROS	2013	2014	2015	2016	2017
CAFÉ					
CANTIDA D KILOS	47.698	48.123	48.551	48.983	49.419
Valor unitario	0,2	0,21	0,22	0,23	0,24
Total	9.539,66	10.024,94	10.534,91	11.070,83	11.634,00
VALOR TOTAL	9.539,66	10.024,94	10.534,91	11.070,83	11.634,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Katherine Andrade

5.2.4 MANO DE OBRA DIRECTA.

Aroma Café requiere de dos obreros que tengan experiencia en labores de la producción de café o afines los cuales van a recibir una remuneración mensual, que comprende: Salario Mensual y los componentes salariales como: Aporte Patronal, Fondo de Reserva, Décimo Tercer Sueldo, Décimo Cuarto Sueldo, Vacaciones. Este tipo de trabajador comprende aquellos que producen café.

Cuadro 41 MANO DE OBRA DIRECTA

MANO DE OBRA DIRECTA					
SALARIO MENSUAL					
PERSONAL	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Obrero 1	318,00	349,80	384,78	423,26	465,58
Obrero 2	318,00	349,80	384,78	423,26	465,58
MENSUAL	636,00	699,60	769,56	846,52	931,17
ANUAL	7.632,00	8.395,20	9.234,72	10.158,19	11.174,01
COMPONENTE SALARIALES					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Salario Básico Unificado	7.632,00	8.395,20	9.234,72	10.158,19	11.174,01
Vacaciones	318,00	349,80	384,78	423,26	465,58
Aporte Patronal	927,29	1.020,02	1.122,02	1.234,22	1.357,64
Fondos de Reserva	-	699,32	769,25	846,18	930,80
Décimo Tercero	636,00	699,60	769,56	846,52	931,17
Décimo Cuarto	954,00	1.049,40	1.154,34	1.269,77	1.396,75
TOTAL	10.467,29	12.213,34	13.434,67	14.778,14	16.255,95

Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Katherine Andrade

5.2.5 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.

Para la producción de café se consideran como costos indirectos los servicios básicos como: energía eléctrica, agua potable, internet, servicio telefónico. Además de insumos y combustibles.

Para determinar los costos indirectos de fabricación en los años futuros, se consideró una tasa de crecimiento del 4.16% de acuerdo a la inflación del 2012.

Cuadro 42 SERVICIOS BÁSICOS

Servicios Básicos					
AÑOS RUBROS	2013	2014	2015	2016	2017
Agua Potable					
Cantidad (m3)	120,00	126,00	132,30	138,92	145,86
Precio	0,12	0,12	0,13	0,14	0,14
Valor mensual	14,40	15,75	17,22	18,84	20,60
ANUAL	172,80	188,99	206,69	226,06	247,23
Energía Eléctrica					
Cantidad (KW)	516	541,80	568,89	597,33	627,20
Precio	0,07	0,07	0,08	0,08	0,08
Valor mensual	36,12	39,50	43,20	47,25	51,68
ANUAL	433,44	474,04	518,45	567,02	620,14
Teléfono					
Cantidad (minutos)	690	724,5	760,73	798,76	838,70
Precio	0,05	0,05	0,05	0,06	0,06
Valor mensual	34,50	37,73	41,27	45,13	49,36
ANUAL	414,00	452,78	495,20	541,59	592,33
Internet					
Valor (plan) mensual	12,50	13,13	13,78	14,47	15,19
ANUAL	150,00	157,50	165,38	173,64	182,33
TOTAL	1.170,24	1.273,32	1.385,72	1.508,31	1.642,03

Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Katherine Andrade

Cuadro 43 INSUMOS

INSUMOS					
AÑOS RUBROS	2013	2014	2015	2016	2017
GAS INDUSTRIAL					
TANQUES GRANDES	24,00	25,05	26,10	27,15	28,20
Precio	25,00	26,04	27,12	28,25	29,43
Valor	600,00	652,30	707,92	767,03	829,84
Fundas					
Cantidad unidades	31799	33389	35058	36811	38652
Precio	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
Valor	317,99	347,78	380,36	415,99	454,96
Bolsas					
Cantidad	10400	10920	11466	12039	12641
Precio	0,03	0,03	0,03	0,03	0,04
Valor	312,00	341,23	373,19	408,16	446,39
TOTAL	1.229,99	1.341,31	1.461,47	1.591,18	1.731,19

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Katherine Andrade

Cuadro 44 COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES

Combustibles y Lubricantes					
AÑOS RUBROS	2013	2014	2015	2016	2017
Combustible					
Cantidad	45,00	47,25	49,61	52,09	54,70
Precio	1,48	1,54	1,61	1,67	1,74
Total	66,60	72,83	79,66	87,12	95,28
Lubricantes					
Cantidad	7,50	7,88	8,27	8,68	9,12
Precio	23,50	24,71	25,98	27,31	28,72
Total	176,25	194,57	214,80	237,14	261,79
Filtro					
Cantidad	6,00	6,30	6,93	7,62	8,39
Precio	3,00	3,15	3,32	3,49	3,67
Total	18,00	19,87	22,98	26,58	30,74
Neumáticos					
Cantidad	4,00	4,20	4,41	4,63	4,86
Precio	145,00	152,45	160,29	168,53	177,19
Total	580,00	640,30	706,87	780,37	861,50
TOTAL	840,85	927,58	1.024,32	1.131,21	1.249,32

Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Katherine Andrade

Cuadro 45 RESUMEN DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

RESUMEN DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
DESCRIPCIÓN	año 2013	año 2014	año 2015	año 2016	año 2017
1 Servicios Básicos	1.170,24	1.273,32	1.385,72	1.508,31	1.642,03
2 INSUMOS	1.229,99	1.341,31	1.461,47	1.591,18	1.731,19
3 Combustibles y Lubricantes	840,85	927,58	1.024,32	1.131,21	1.249,32
Total	3.241,07	3.542,21	3.871,51	4.230,69	4.622,53

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Katherine Andrade

5.2.6. COSTOS DE DISTRIBUCIÓN

a. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos contendrán los sueldos y salarios del personal, con un aumento del 10 % por cada año, y, los suministros y servicios básicos con un incremento por inflación del 4.16 % para cada año.

Cuadro 46 CÁLCULO DE LA PROYECCIÓN DE SALARIOS

		Qn
AÑO	CRECIMIENTO HISTÓRICO DE LOS SALARIOS	$i = \dots - 1$
		Qo
2008	200	
2009	218	0.09
2100	240	0.10
2011	264	0.10
2012	292	0.11
2013	318	0.09
	SUBTOTAL	0.49
	TOTAL	$\sum i = 0,10$

Fuente: INEC 2013.
Elaborado: Katherine Andrade

La tasa promedio representa el $0.10 = 10\%$

$$\sum i 0.49$$

$$\dots = \dots = 0.10 (i)$$

n5

Cuadro 47 RESUMEN PERSONAL ADMINISTRATIVO

GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Gerente	500,00	550,00	605,00	665,50	732,05
Contador	400,00	440,00	484,00	532,40	585,64
MENSUAL	900,00	990,00	1.089,00	1.197,90	1.317,69
ANUAL	10.800,00	11.880,00	13.068,00	14.374,80	15.812,28

SUELDO ANUAL

DESCRIPCIÓN	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
Salario Básico Unificado	10.800,00	11.880,00	13.068,00	14.374,80	15.812,28
Vacaciones	450,00	495,00	544,50	598,95	658,85
Aporte Patronal	1.312,20	1.443,42	1.587,76	1.746,54	1.921,19
Fondos de Reserva	-	989,60	1.088,56	1.197,42	1.317,16
Décimo Tercero	900,00	990,00	1.089,00	1.197,90	1.317,69
Décimo Cuarto	636,00	699,60	769,56	846,52	931,17
Total	14.098,20	16.497,62	18.147,39	19.962,13	21.958,34

Fuente: MRL 2013.

Elaborado: Katherine Andrade

Cuadro 48 MATERIALES DE OFICINA

Materiales de oficina					
RUBROS \ AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Carpetas archivadoras</i>					
Cantidad	6	6	6	6	6
Precio	1,50	1,56	1,63	1,70	1,77
Valor	9,00	9,37	9,76	10,17	10,59
<i>Bolígrafos</i>					
Cantidad	7	7	7	7	7
Precio	0,25	0,26	0,28	0,29	0,31
Valor	1,75	1,84	1,94	2,04	2,14
<i>Papel Bond</i>					
Cantidad (resmas)	4	4	4	4	4
Precio	4,25	4,43	4,61	4,80	5,00
Valor	17,00	17,71	18,44	19,21	20,01
<i>Grapadora</i>					
Cantidad	3	3	3	3	3
Precio	1,25	1,30	1,36	1,41	1,47
Valor	3,75	3,91	4,07	4,24	4,41
<i>Perforadora</i>					
Cantidad	3	3	3	3	3
Precio	1,25	1,30	1,36	1,41	1,47
Valor	3,75	3,91	4,07	4,24	4,41
<i>Agendas</i>					
Cantidad	2	2	2	2	2
Precio	5,00	5,21	5,42	5,65	5,89
Valor	10,00	10,42	10,85	11,30	11,77
<i>Papel Fax</i>					
Cantidad (hojas)	25	25	25	25	25
Precio	0,15	0,16	0,16	0,17	0,18
Valor	3,75	3,91	4,07	4,24	4,41
<i>Otros</i>					
Cantidad	1	1	1	1	1
Precio	35,00	36,46	37,97	39,55	41,20
Valor	35,00	36,46	37,97	39,55	41,20
TOTAL	84,00	87,51	91,17	94,98	98,95

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Katherine Andrade

Cuadro 49 MATERIALES DE ASEO

Materiales de Aseo						
DESCRIPCIÓN	año 2013	año 2014	año 2015	año 2016	año 2017	
1 Escobas						
Cantidad	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	
Valor Unitario	3,00	3,12	3,25	3,39	3,53	
Valor anual	36,00	37,50	39,06	40,68	42,37	
2 Trapeador						
Cantidad	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	
Valor Unitario	4,00	4,17	4,34	4,52	4,71	
Valor anual	48,00	50,00	52,08	54,24	56,50	
3 Desinfectante						
Cantidad	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	
Valor Unitario	4,00	4,17	4,34	4,52	4,71	
Valor anual	4,00	4,17	4,34	4,52	4,71	
4 Recogedor						
Cantidad	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	
Valor Unitario	5,00	5,21	5,42	5,65	5,89	
Valor anual	5,00	5,21	5,42	5,65	5,89	
5 Vileda						
Cantidad	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	
Valor Unitario	1,20	1,25	1,30	1,36	1,41	
Valor anual	14,40	15,00	15,62	16,27	16,95	
TOTAL	107,40	111,87	116,52	121,37	126,42	

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Katherine Andrade

Cuadro 50 GASTOS DE CONSTITUCIÓN

		COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN		
1	Gastos de constitución	500.00	500.00
1	Asesor-Experto	250.00	250.00
TOTAL			750.00

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

Cuadro 51 PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

Proyección Gastos Administrativos					
DESCRIPCIÓN	año 2013	año 2014	año 2015	año 2016	año 2017
Servicios Básicos	1.170,24	1.273,32	1.385,72	1.508,31	1.642,03
Materiales de aseo	107,40	111,87	116,52	121,37	126,42
Materiales de oficina	84,00	87,51	91,17	94,98	98,95
Gastos Constitución	750,00				
Sueldos Administrativos	14.098,20	16.497,62	18.147,39	19.962,13	21.958,34
TOTAL	16.209,84	17.970,32	19.740,80	21.686,79	23.825,74

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

b.- Gastos de ventas

Los gastos de ventas están relacionados con los egresos por publicidad y propaganda, además se cuenta con un vendedor, el uno que se encuentran en el punto de venta.

Cuadro 52 GASTOS DE PERSONAL DE VENTAS

GASTOS PERSONAL VENTAS					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
VENDEDOR 1	324,74	357,21	392,94	432,23	475,45
MENSUAL	324,74	357,21	392,94	432,23	475,45
ANUAL	3.896,88	4.286,57	4.715,22	5.186,75	5.705,42
SUELDO ANUAL					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
Salario Básico Unificado	3.896,88	4.286,57	4.715,22	5.186,75	5.705,42
Vacaciones	162,37	178,61	196,47	216,11	237,73
Aporte Patronal	473,47	520,82	572,90	630,19	693,21
Fondos de Reserva	-	357,07	392,78	432,06	475,26
Décimo Tercero	324,74	356,95	392,36	431,29	474,07
Décimo Cuarto	318,00	349,80	384,78	423,26	465,58
TOTAL	5.175,46	6.049,82	6.654,51	7.319,65	8.051,27

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

Cuadro 53 GASTOS DE PUBLICIDAD

Gastos de Publicidad					
AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017
RUBROS					
Radio Mira	720	720	720	720	720
Cantidad(2 cuñas diarias)	1,50	1,56	1,63	1,70	1,77
Precio	1.080,00	1.124,93	1.171,73	1.220,47	1.271,24
DIARIO EL NORTE					
Cantidad(1 Publicacion al mes)	12	12	12	12	12
Precio	33,50	34,89	36,35	37,86	39,43
Total	402,00	418,72	436,14	454,29	473,18
total	1.482,00	1.543,65	1.607,87	1.674,75	1.744,42

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

Cuadro 54 GASTOS DE VENTAS

GASTOS DE VENTAS					
DESCRIPCIÓN	año 2013	año 2014	año 2015	año 2016	año 2017
Gastos de Publicidad	1.482,00	1.543,65	1.607,87	1.674,75	1.744,42
Sueldos Ventas	5.175,46	6.049,82	6.654,51	7.319,65	8.051,27
TOTAL	6.657,46	7.593,47	8.262,38	8.994,41	9.795,70

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

5.3 DEPRECIACIONES

Las depreciaciones están calculadas en concordancia a la última Ley de Régimen Tributario interno de acuerdo a la siguiente tabla:

Cuadro 55 DEPRECIACIONES

ACTIVOS FIJOS	% ANUAL
Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares	5 %
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10 %
Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil.	20 %
Equipos de cómputo y software	33 %

Elaborado por la Autora,
Fuente: SRI

Cuadro 56 GASTOS DE DEPRECIACIÓN

RESUMEN GASTO DEPRECIACIÓN								
Nº	DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	DEPRE. ACUMU.	SALDO LIBROS
	Administrativos							
1	Terreno							
2	Edificio	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	3.750,00	11.250,00
3	Bienes Muebles y Enseres	152,00	152,00	152,00	152,00	152,00	760,00	760,00
4	Equipos de Oficina	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	215,00	215,00
4	Equipos y Paquetes Informáticos	1.085,70	1.085,70	1.085,70			3.257,10	32,90
5	Equipos y Paquetes Informáticos (reinversión)				1.085,70	1.085,70	2.171,40	1.118,60
6	Equipos de Seguridad	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00	290,00	290,00
	SUBTOTAL	2.088,70	2.088,70	2.088,70	2.088,70	2.088,70	10.443,50	13.666,50
	Producción							
1	Equipos de Producción	1.630,68	1.630,68	1.630,68	1.630,68	1.630,68	8.153,38	8.153,38
2	Vehículos	1.734,82	1.734,82	1.734,82	1.734,82	1.734,82	8.674,11	-
	Subtotal	3.365,50	3.365,50	3.365,50	3.365,50	3.365,50	16.827,49	8.153,38
	TOTAL USD.....	5.454,20	5.454,20	5.454,20	5.454,20	5.454,20	27.270,99	21.819,88

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

5.4 GASTOS FINANCIEROS

La inversión total para poner en marcha el proyecto corresponde a 60.000,00 USD, de los cuales se financiarán 30.000,00 USD mediante un préstamo bancario hipotecario-prendario en el Banco Nacional de Fomento a cinco años plazo a un interés anual del 11 % de la inversión total se financiará el 50 % y el restante que corresponde a 30.000,00 USD será capital propio luego de hacer un estudio de validación de los proyectos, permite el financiamiento tanto para activos fijos como para capital de trabajo que a continuación se indica los requisitos generales que exige el BNF (2013) para créditos:

5.4.1 REQUISITOS PARA EL PRÉSTAMO

Cuadro 57 REQUISITOS PARA PRÉSTAMO

1	Persona Natural o Jurídica con calificación A, B ò C en el BNF si el monto del préstamo es hasta \$50000; a partir de \$ 50001 con calificación A ò B en el BNF.
2	Solicitud de crédito.
3	Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación del deudor, cónyuge y garante según el caso.
4	Copia del R.U.C o RISE.
5	Declaraciones al SRI.
6	Estado de situación Financiera personal o copia de balance presentado a la Superintendencia de Compañías del último año.
7	Preformas casas comerciales y/o proveedores de los bienes a invertirse con el crédito.
8	Cuenta corriente o de ahorros activa en el BNF.
9	Garantía prendaria y/o hipotecaria no inferior al 12% del valor del préstamo.
10	Préstamos sobre los \$100000, Estudio de factibilidad de la actividad productiva a desarrollar con el préstamo.
11	Para préstamos con garantía hipotecaria, Certificado del Registro de la Propiedad, Copia de Escritura de Propiedad del bien, copia del pago del impuesto predial del año en curso.
12	Referencias Bancarias.
13	Copia de planilla de servicios básicos; luz, agua, o teléfono tanto para el cliente como para el garante.

Para conocer en forma clara las líneas de crédito que tiene el BNF, sus montos y tasas de interés a continuación presentamos un cuadro resumen, además un cuadro sobre líneas de crédito de la CFN, ya que son los dos bancos de segundo piso que brindan más créditos al desarrollo de los sectores económicos y productivos de nuestro país.

Cuadro 58 LÍNEAS DE CRÉDITO DEL BNF AL 2012

Crédito Pecuario	Hasta 50.000 dólares	Hasta 10 años dependiendo del destino del crédito	Tasa del crédito de desarrollo	Prendaria y/o hipotecaria
Crédito de Transporte	Hasta 50.000 dólares	Hasta 5 años	Tasa del crédito de desarrollo	Prendaria y/o hipotecaria
Crédito Pesquero	Hasta 50.000 dólares	Hasta 7 años dependiendo del destino de crédito	Tasa del crédito de desarrollo	Prendaria y/o hipotecaria
Microcrédito				
Crédito de Desarrollo Humano	Hasta 840 dólares	2 años	5% Anual	Sin garantía
Microcrédito	Hasta 7.000 dólares	Hasta 5 años	11% Anual Sector Producción	Quirografía (Personal)
Crédito 555	Desde 100 hasta 5.000 dólares	Hasta 5 años	5% Anual	Quirografía (Personal)
Crédito Agrícola	Hasta 50.000 dólares	Hasta 10 años dependiendo del destino del crédito	Tasa del crédito de desarrollo	Prendaria y/o hipotecaria
Crédito para la compra de Tierras	Hasta 50.000 dólares	Hasta 10 años dependiendo del destino del crédito	Tasa del crédito de desarrollo	Prendaria y/o hipotecaria
Crédito Pequeña Industria	Hasta 50.000 dólares	Hasta 10 años dependiendo del destino del crédito	Tasa del crédito de desarrollo 11 % Anual	Prendaria y/o hipotecaria
Crédito Compra de Maquinaria	Hasta 50.000 dólares	Hasta 7 años	Tasa del crédito de desarrollo	Prendaria y/o hipotecaria
Crédito Forestal	Hasta 50.000 dólares	Hasta 20 años	Tasa del crédito de desarrollo	Prendaria y/o hipotecaria
Crédito de Consumo	Hasta 25.000 dólares	Hasta 3 años	Tasa del crédito de desarrollo	Prendaria y/o hipotecaria

Fuente: BNF, página web

Elaboración: Katherine Andrade

Los gastos financieros que se prevee se encuentran relacionados con los intereses bancarios, por el crédito otorgado. Para el cálculo de la cuota constante de amortización mensual del préstamo a realizarse en el BNF, se procedió mediante la siguiente fórmula:

$$V_c = \frac{(M_p)(i)(1+i)^n}{[(1+i)^n - 1]}$$

Simbología y datos:

Valor cuota: $V_c = ?$

Valor del préstamo: $V_p = 30.000 \text{ USD}$

Tasa interés mensual: $i = 0,00916999$

Períodos: $n = 60 \text{ meses (5 años)}$

$$V_c = \frac{(30\,000)(0,00916666)(1 + 0,00916666)^{60}}{[(1 + 0,00916666)^{60} - 1]}$$

$$V_c = 652.27 \text{ USD}$$

En la fórmula de cálculo para sacar el valor de cuota mensual, la tasa de interés mensual, se obtiene a partir del interés anual del 11 %, el cual, se lo divide para 12 meses dando el valor de 0,9166 % mensual. Los 60 meses corresponden a los cinco años de duración del proyecto.

La tabla de amortización mensual está en concordancia al pago de intereses, conforme se irá pagando el capital, razón por la cual los primeros meses, se pagará el interés alto.

Cuadro 59 AMORTIZACIÓN DEUDA

Nro.	CUOTA FIJA	INTERÉS	SALDO SOLUTO	SALDO INSOLUTO
1	652.27	275.00	377.27	29.622.73
2	652.27	271.54	380.73	29.242.00
3	652.27	268.05	384.22	28.857.78
4	652.27	264.53	387.74	28.470.04
5	652.27	260.98	391.29	28.078.75
6	652.27	257.39	394.88	27.683.87
7	652.27	253.77	398.50	27.285.36
8	652.27	250.12	402.15	26.883.21
9	652.27	246.43	405.84	26.477.37
10	652.27	242.71	409.56	26.067.81
11	652.27	238.95	413.32	25.654.49
12	652.27	235.17	417.10	25.237.39
13	652.27	231.34	420.93	24.816.46
14	652.27	227.48	424.79	24.391.68
15	652.27	223.59	428.68	23.963.00
16	652.27	219.66	432.61	23.530.39
17	652.27	215.70	436.57	23.093.81
18	652.27	211.69	440.58	22.653.23
19	652.27	207.65	444.62	22.208.62
20	652.27	203.58	448.69	21.759.93
21	652.27	199.47	452.80	21.307.12
22	652.27	195.32	456.95	20.850.17
23	652.27	191.13	461.14	20.389.03
24	652.27	186.90	465.37	19.923.65
25	652.27	182.63	469.64	19.454.02
26	652.27	178.33	473.94	18.980.08
27	652.27	173.98	478.29	18.501.79
28	652.27	169.60	482.67	18.019.12
29	652.27	165.18	487.09	17.532.03
30	652.27	160.71	491.56	17.040.47
31	652.27	156.20	496.07	16.544.40
32	652.27	151.66	500.61	16.043.79
33	652.27	147.07	505.20	15.538,58

Nro.	CUOTA FIJA	INTERÉS	SALDO	SALDO
			SOLUTO	INSOLUTO
34	652.27	142.44	509.83	15.028.75
35	652.27	137.76	514.51	14.514.24
36	652.27	133.05	519.22	13.995.02
37	652.27	128.29	523.98	13.471.04
38	652.27	123.48	528.79	12.942.25
39	652.27	118.64	533.63	12.408.62
40	652.27	113.75	538.52	11.870.10
41	652.27	108.81	543.46	11.326.64
42	652.27	103.83	548.44	10.778.19
43	652.27	98.80	553.47	10.224.72
44	652.27	93.73	558.54	9.666.18
45	652.27	88.61	563.66	9.102.52
46	652.27	83.44	568.83	8.533.69
47	652.27	78.23	574.04	7.959.64
48	652.27	72.96	579.31	7.380.34
49	652.27	67.65	584.62	6.795.72
50	652.27	62.29	589.98	6.205.74
51	652.27	56.89	595.38	5.610.36
52	652.27	51.43	600.84	5.009.52
53	652.27	45.92	606.35	4.403.17
54	652.27	40.36	611.91	3.791.26
55	652.27	34.75	617.52	3.173.74
56	652.27	29.09	623.18	2.550.56
57	652.27	23.38	628.89	1.921.68
58	652.27	17.62	634.65	1.287.02
59	652.27	11.80	640.47	646.55
60	652.47	5.93	646.54	0.00
TOTALES	39.136.40	9.136.40	30.000.00	

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Katherine Andrade

5.5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Los estados financieros proyectados son el resultado de todos los presupuestos tanto de inversión, ventas, costos y gastos, como sus ganancias o pérdidas proyectadas.

5.5.1. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Para el Estado de Situación Financiera se consideró las cuentas de activos, así como las de pasivos y patrimonio que constituirán la pequeña empresa.

Trata de la descripción de la organización en términos de sus activos y su relación con los pasivos, capital contable y el patrimonio. La igualdad fundamental del balance.

$$\text{Activo} = \text{Pasivo} + \text{Capital}$$

Cuadro 60 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA			
		AÑO 2013	UNIDAD MONETARIA
<u>ACTIVOS</u>			<u>PASIVOS</u>
ACTIVO	CORRIENTE		
OPERACIONAL		8.199,13	Pasivo no
Activos disponibles		8.199,13	Corriente
Capital Trabajo		8.199,13	30.000,00

PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		51.800,87	TOTAL PASIVO
Administrativos			30.000,00
Terreno	6.000,00		
Edificio	15.000,00		
Bienes Muebles y			
Enseres	1.520,00		
Equipo de Oficina	430,00		
Equipos Informáticos	3.290,00		PATRIMONIO
Equipos de Seguridad	580,00		NETO
Producción			30.000,00
Equipos de Producción	16.306,76		
Vehículo	8.674,11		Capital Propio
			30.000,00

			TOTAL
			PATRIMONIO
TOTAL ACTIVO		60.000,00	TOTAL PASIVO Y
			PATRIMONIO
			60.000,00

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

GERENTE

CONTADOR

5.5.2 ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIAMIENTO

A continuación se describen todas las cuentas y sub cuentas proyectadas, obteniéndose por diferencia la pérdida o ganancia neta que la pequeña empresa generará en cada año de la vida útil del proyecto.

Cuadro 61 ESTADO DE RESULTADOS

6					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Materia Prima Directa	9.539,66	10.024,94	10.534,91	11.070,83	11.634,00
Mano de Obra Directa	10.467,29	12.213,34	13.434,67	14.778,14	16.255,95
Costos Indirectos de Fabricación	6.606,57	6.907,70	7.237,01	7.596,19	7.988,03
TOTAL	26.613,52	29.145,98	31.206,59	33.445,16	35.877,98
BALANCE DE PERDIDAS O GANANCIA PROYECTADO					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
VENTAS PROYECTADAS	76.317,36	83.466,66	91.285,82	99.837,48	109.190,25
VENTAS NETAS	76.317,36	83.466,66	91.285,82	99.837,48	109.190,25
(-) Costos de Producción	26.613,52	29.145,98	31.206,59	33.445,16	35.877,98
(-) Costos de Ventas					
UTILIDAD (PERDIDA) VENTAS	49.703,84	54.320,68	60.079,23	66.392,32	73.312,27
GASTOS ADMINISTRACIÓN	18.298,54	20.059,02	21.829,50	23.775,49	25.914,44
Servicios Básicos	1.170,24	1.273,32	1.385,72	1.508,31	1.642,03
Materiales de Aseo	107,40	111,87	116,52	121,37	126,42
Materiales de Oficina	84,00	87,51	91,17	94,98	98,95

Gastos Constitución	750,00				
Sueldos Administrativos	14.098,20	16.497,62	18.147,39	19.962,13	21.958,34
Gastos Depreciación	2.088,70	2.088,70	2.088,70	2.088,70	2.088,70
GASTOS VENTAS	6.657,46	7.593,47	8.262,38	8.994,41	9.795,70
Gastos Personal	5.175,46	6.049,82	6.654,51	7.319,65	8.051,27
Gastos Publicidad	1.482,00	1.543,65	1.607,87	1.674,75	1.744,42
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	24.747,84	26.668,19	29.987,35	33.622,43	37.602,14
GASTOS FINANCIEROS	3.064,63	2.513,51	1.898,61	1.212,55	447,11
Intereses Pagados	3.064,63	2.513,51	1.898,61	1.212,55	447,11
UTILIDAD O PERDIDA EJERCICIO	21.683,21	24.154,68	28.088,74	32.409,87	37.155,03
Participación trabajadores 15 %	3.252,48	3.623,20	4.213,31	4.861,48	5.573,25
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS	18.430,73	20.531,48	23.875,43	27.548,39	31.581,77
Impuesto a la Renta	730,29	1.014,22	1.515,81	2.066,76	2.671,77
UTILIDAD O PERDIDA NETA	17.700,44	19.517,26	22.359,62	25.481,63	28.910,01

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

GERENTE

CONTADOR

Cuadro 62 CÁLCULO DEL IMPUESTO RENTA

CÁLCULO IMPUESTO PARA EL QUINTO AÑO			
BASE IMPONIBLE	FRACCIÓN BÁSICA	EXCEDENTE	TOTAL
31.581,77	19.470,00	12.111,77	
valor a pagar	855,00	1.816,77	2.671,77

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

Cuadro 63 TABLA IMPUESTO RENTA PARA EL 2013

TABLA IMPUESTO A LA RENTA 2013, PERSONAS NATURALES			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto a la Fracción Básica	% Impuesto a la fracción excedente
0	10,180	0	
10,180	12,970	0	5%
12,970	16,220	140	10%
16,220	19,470	465	12%
19,470	38,930	855	15%
38,930	58,390	3,774	20%
58,390	77,870	7,666	25%
77,870	103,810	12,536	30%
103,810	En adelante	20,318	35%

Resolución: NAC-DGERCGC12-00835

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

5.5.3. ESTADO DE FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El Estado de flujo de caja, permitirá medir los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la pequeña empresa en un período determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y obviamente va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene, el mismo que se establece su desglose en lo siguiente:

Cuadro 64 FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
INVERSIÓN	(60.000,00)					
Utilidad del Ejercicio		17.700,44	19.517,26	22.359,62	25.481,63	28.910,01
(+) Depreciaciones		5.454,20	5.454,20	5.454,20	5.454,20	5.454,20
TOTAL DE INGRESOS		23.154,64	24.971,46	27.813,81	30.935,83	34.364,20
Egresos						
Pago de deuda		4.762,61	5.313,73	5.928,63	6.614,69	7.380,33
Reinversión					3.290,00	
(-) Total de egresos		4.762,61	5.313,73	5.928,63	9.904,69	7.380,33
(+) Recuperación efectivo (Cuadro E24)						8.199,13
(+) Recuperación Activos Fijos (saldo en libros)						21.819,88
FLUJO NETO	(60.000,00)	18.392,03	19.657,72	21.885,18	21.031,14	57.002,88

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Katherine Andrade

5.6. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.6.1 COSTO DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

La tasa de rendimiento medio sirve para calcular el costo beneficio tanto de ingresos como para los egresos, los flujos de caja y la recuperación de

la inversión. Constituye una referencia de cálculo para medir la factibilidad del proyecto.

La tasa de rendimiento medio tiene dos componentes:

- a) Costo de capital (del inversionista y del crédito).
- b) Nivel de riesgo (expresado en una tasa de inflación).

Para la determinación del costo de capital, se estableció la aplicación del financiamiento propio y prestado, aplicándose una tasa del 8 %, del capital propio.

Para el capital prestado se aplicó el 11 %, que es el porcentaje del préstamo que la pequeña empresa solicitará al Banco Nacional de Fomento por 30.000,00 USD, para fomentar la misma. Luego se estableció un ajuste de costo de capital, por efectos del riesgo, determinando la tasa de inflación del 4.16 %, obteniéndose los resultados que se muestran a continuación:

Cálculo para el costo de la tasa de rendimiento medio

$$TRM = (1 + IF) (1 + CK) - 1$$

Simbología y datos:

Costo de oportunidad: CK= 0,095

Tasa de inflación: IF= 0,0416

Tasa de rendimiento TRM= ?

medio:

$$TRM = (1 + 0,0416) (1 + 0,095) - 1$$

$$TRM = 14,06 \%$$

Cuadro 65 CÁLCULO DE TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

CÁLCULO DEL COSTO OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO						
DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA POND E.	V. PROMEDI O		
INV. PROPIA	30.000,00	50,00	8,00	400,00		
INV. FINANCIERA	30.000,00	50,00	11,00	550,00		
TOTAL	60.000,00	100,00%		950,00	9,50	0,0950
TRM =	$(1+IF)(1+CK)-1$					
TRM=	$(1+0,0416)(1+0.095)-1$		0,1406	14,06	BASE INFLACIÓ N	

Elaborado por: Katherine Andrade.
Fuente: Investigación directa e INEC

5.7. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El VAN de un proyecto de inversión se define como “la suma actualizada de los flujos de caja que esperamos genere a lo largo de su vida”. Es decir, es igual a “la diferencia entre el valor actual de sus cobros y el valor actual de sus pagos”. Se trata, por tanto, de una medida de la rentabilidad absoluta de una inversión.

FC.- Flujo de Caja

i.- Tasa de redescuento

n.- Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto de inversión.

VAN, positivo significa que existe rentabilidad.

VAN, Negativo inversión no rentable o no atractiva.

Cuadro 66 FLUJOS NETOS

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
Años Flujos	FLUJOS NETOS	Factor actualización 1/(1+r)^(n)	FCA
1	18.392,03	0,88	16.124,87
2	19.657,72	0,77	15.110,07
3	21.885,18	0,67	14.748,57
4	21.031,14	0,59	12.425,95
5	57.002,88	0,52	29.527,72
	137.968,96		87.937,19

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

$$VAN = -A + \frac{FNC_1}{(1+K)^1} + \frac{FNC_2}{(1+K)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1+K)^n}$$

$$VAN = -60000 + \left[\frac{18.392,03}{(1+0.1406)^1} + \frac{19.657,72}{(1+0.1406)^2} + \frac{21.885,18}{(1+0.1406)^3} + \frac{21.031,14}{(1+0.1406)^4} + \frac{57.002,88}{(1+0.1406)^5} \right]$$

$$VAN = -60.000,00 \text{ USD} + 87.937,19 \text{ USD}$$

$$VAN = 27.937,19 \text{ USD}$$

Interpretación:

La suma de los flujos de efectivo descontados de \$87.937,19 superior a la inversión inicial de \$ 60.000,00; la pequeña empresa logrará cubrir la inversión inicial y generará una utilidad en torno al movimiento del proyecto en los 5 años que será un VAN de 27.937,19 y nos indica que

por ser un valor positivo la creación de la planta procesadora de café es factible.

5.8. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período, con la cual la totalidad de los beneficios son exactamente iguales a los desembolsos iniciales.

La tasa interna de retorno deberá ser mayor que la tasa de descuento para que la inversión sea aceptada.

Para el cálculo del TIR, se aplicó el método de interpolación, estableciendo para ello la aplicación de dos tasas arbitrarias, siendo:

Estas tasas son exclusivamente para efectos del cálculo de la TIR en la que tiene que salir un valor positivo y otro negativo.

Tasa superior: 29.00%

Tasa Inferior: 14.06%

Cuadro 67 FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
AÑOS	FLUJOS NETOS.	VAN POSITIVO 14,06%	VAN NEGATIVO 29 %
	-		-
0	60.000,00	-60.000,00	60.000,00
1	18.392,03	16.124,87	14.257,39
2	19.657,72	15.110,07	11.812,83
3	21.885,18	14.748,57	10.194,85
4	21.031,14	12.425,95	7.594,59
5	57.002,88	29.527,72	15.956,89
	77.968,96	27.937,19	- 183,46

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

$$VAN = -60000 + \left[\frac{18.392,03}{(1+0.1406)^1} + \frac{19.657,72}{(1+0.1406)^2} + \frac{21.885,18}{(1+0.1406)^3} + \frac{21.031,14}{(1+0.1406)^4} + \frac{57.002,88}{(1+0.1406)^5} \right]$$

VAN 14.06%= 27.937,19 USD

$$VAN_{29\%} = -60.000 \text{ USD} + \left[\frac{18.392,03}{(1+0,29)^1} + \frac{19.657,72}{(1+0,29)^2} + \frac{21.885,18}{(1+0,29)^3} + \frac{21.031,14}{(1+0,29)^4} + \frac{57.002,88}{(1+0,29)^5} \right] \text{ USD}$$

VAN 29%= - 183,46USD

Para el cálculo del TIR se procede mediante la siguiente fórmula:

$$TIR = T.I. + (T.S. - T.I.) \left(\frac{VAN(T.I.)}{VAN(T.I.) - VAN(T.S.)} \right)$$

Simbología y datos:

Tasa inferior:	T.I.= 14.06 %
Tasa superior :	T.S.= 29.00 %
VAN tasa inferior:	VAN (T.I.)= 27.937,19 USD
VAN tasa superior:	VAN (T.S.)= -183,46USD

TIR= 28.81%

Éste resultado determina que el proyecto es factible, ya que es superior a la tasa de rendimiento medio, y permite igualar a la sumatoria actualizada, de los flujos de efectivo con la inversión inicial.

5.9. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Es el tiempo necesario para que la suma de los flujos de caja actualizados del proyecto iguale al desembolso inicial, es decir, el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial. De acuerdo con este criterio, un proyecto de inversión será efectuarle siempre que su plazo de recuperación sea inferior o igual al plazo que establezca la dirección de la pequeña empresa.

Cuadro 68 FLUJOS PARA LA RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
AÑOS	FLUJOS NETOS.	FCA	RECUPERACIÓN
1	18.392,03	16.124,87	16.124,87
2	19.657,72	15.110,07	31.234,94
3	21.885,18	14.748,57	45.983,51
4	21.031,14	12.425,95	60.000,00
5	57.002,88	29.527,72	
	137.968,96	87.937,19	

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

Cuadro 69 CÁLCULO DE MESES INVERSIÓN

60.000,00 Inversión
45.983,51 = 3 año
$60.000,00 - 45.983,51 = 14.016,49$
$14.748,57 / 12 = 1.229,0475$
$14.016,49 / 1.229,0475 = 11.40435$
$0.40435 * 30 = 12.13$

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

El período de recuperación para el presente proyecto, es de 3 años, 11 meses y 12 días en donde recupera toda la inversión inicial, quedándole, un año de ingresos líquidos.

5.10. COSTO BENEFICIO

La relación Beneficio / Costo está representada por la relación entre los Ingresos Deflactados sobre los Egresos Deflactados

En el caso del presente proyecto es aconsejable implementarlo ya que la relación beneficio / costo se encuentra en **1.33**, que significa que por cada dólar que la empresa invierte, tiene un beneficio de **0,33** centavos.

Cuadro 70 PRESUPUESTO DE EGRESOS

PRESUPUESTO DE EGRESOS					
CONCEPTO/ AÑOS	año 2013	año 2014	año 2015	año 2016	año 2017
GASTO PERSONAL					
Mano de Obra Directa	10.467,29	12.213,34	13.434,67	14.778,14	16.255,95
Gastos Personal Administrativo	14.098,20	16.497,62	18.147,39	19.962,13	21.958,34
Gastos Personal Ventas	5.175,46	6.049,82	6.654,51	7.319,65	8.051,27
TOTAL	29.740,95	34.760,78	38.236,57	42.059,91	46.265,56
OTROS GASTOS					
Costos Indirectos Producción	3.241,07	3.542,21	3.871,51	4.230,69	4.622,53
Materia Prima Directa	9.539,66	10.024,94	10.534,91	11.070,83	11.634,00
Gastos Administrativos	2.111,64	1.472,70	1.593,41	1.724,66	1.867,40
Gastos de Ventas	1.482,00	1.543,65	1.607,87	1.674,75	1.744,42
Gastos Financieros	3.064,63	2.513,51	1.898,61	1.212,55	447,11
TOTAL	19.439,00	19.097,00	19.506,31	19.913,49	20.315,47
CAPITAL TRABAJO ANUAL	49.179,95				
BI MENSUAL	8.199,13				
Depreciaciones	5.454,20	5.454,20	5.454,20	5.454,20	5.454,20
Utilidades trabajadores	3.252,48	3.623,20	4.213,31	4.861,48	5.573,25
Impuesto Renta	730,29	1.014,22	1.515,81	2.066,76	2.671,77
TOTAL PRESUPUESTO	58.616,92	63.949,40	68.926,21	74.355,84	80.280,25

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

Cuadro 71 FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	76.317,36	58.616,92	66.909,84	51.391,30
2	83.466,66	63.949,40	64.157,34	49.155,23
3	91.285,82	68.926,21	61.518,14	46.449,84
4	99.837,48	74.355,84	58.987,52	43.932,07
5	109.190,25	80.280,25	56.560,99	41.585,49
TOTAL	460.097,57	346.128,62	308.133,83	232.513,94

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Katherine Andrade

Cuadro 72 CÁLCULO DEL COSTO BENEFICIO

BENEFICIO COSTO	=	$\frac{\sum \text{Ingresos Deflactados}}{\sum \text{Egresos Deflactados}}$	$\frac{308.133,83}{232.513,94}$	=	1,33	BENEFICIO
POR CADA DÓLAR INVERTIDO RECUPERA 1,33 ES DECIR GANA 0,33						

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Katherine Andrade

5.11. PUNTO DE EQUILIBRIO

Se refiere a la cantidad o el monto de ventas que hace que los ingresos totales sean iguales a los costos totales, en este caso la utilidad es cero.

Es únicamente válido para el año 1 del proyecto, porque entre más tardío es el pronóstico es menos cierto.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

$$PEq = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IV}}$$

Simbología y datos:

Costos fijos: CF= 41.853,42 USD

Costos variables: CV= 12.780,73USD

Ingresos por ventas: IV= 76.317,36 USD

Punto de equilibrio: PEq= ?

41.853,42USD

PEq= $\frac{41.853,42}{1 - (12.780,73 / 76.317,36)}$ = 50.272,45USD

1-(12.780,73USD / 76.317,36USD)

Cuadro 73 PROYECCIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

PROYECCIÓN PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
INGRESOS					
VENTAS	76.317,36	83.466,66	91.285,82	99.837,48	109.190,25
COSTOS FIJOS					
MANO DE OBRA DIRECTA					
Sueldos Personal Administrativo	14.098,20	16.497,62	18.147,39	19.962,13	21.958,34
Gastos Personal Ventas	5.175,46	6.049,82	6.654,51	7.319,65	8.051,27
Mano de Obra Directa	10.467,29	12.213,34	13.434,67	14.778,14	16.255,95
Gastos de Ventas	1.482,00	1.543,65	1.607,87	1.674,75	1.744,42
Gastos Administrativos	2.111,64	1.472,70	1.593,41	1.724,66	1.867,40
Gastos Financieros	3.064,63	2.513,51	1.898,61	1.212,55	447,11
Depreciación	5.454,20	5.454,20	5.454,20	5.454,20	5.454,20
TOTAL COSTO FIJO	41.853,42	45.744,83	48.790,66	52.126,08	55.778,69
COSTOS VARIABLES					
Costos Indirectos Producción	3.241,07	3.542,21	3.871,51	4.230,69	4.622,53
Materia Prima Directa	9.539,66	10.024,94	10.534,91	11.070,83	11.634,00
TOTAL COSTO VARIABLE	12.780,73	10.024,94	10.534,91	11.070,83	11.634,00
PE DÓLARES	50.272,45	51.989,09	55.155,98	58.627,16	62.430,54

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Katherine Andrade

Cuadro 74 CÁLCULO DE PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 2013			
PE (\$)			
=	Costos fijos totales	=	41.853,4
			2
	$\frac{1-(\text{costos variable / venta})}{0,83}$		50.272,4 US
			5 D

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

Cuadro 75 CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PRODUCTO

DESCRIPCIÓN	PRODUCTOS	PORCENTAJE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	PORCENTAJE	P.E. DÓLARES	PUNTO EQUILIBRIO
CAFÉ DE 1 LIBRA	31.799	100,0%	2,40	76.317	100,0%	50.272,45	20.947
TOTAL	31.799	100%		76.317	100%	50.272	20.947

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

Cuadro 76 RESUMEN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO EQUILIBRIO EN SERVICIOS Y DÓLARES		
DESCRIPCIÓN	CAFÉ	DÓLARES
CAFÉ DE 1 LIBRA	20.947	50.272.45
TOTAL	20.947	50.272.45

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

5.12. RESUMEN DE LA EVALUACIÓN

La evaluación financiera en todos sus aspectos da como resultado que es factible el proyecto.

Cuadro 77 RESUMEN DE LA EVALUACIÓN

EVALUACIÓN FINANCIERA				
NRO.	SIGLAS	RUBRO	RESULTADO	OBSERVACIONES
1	TRM	TASA RENDIMIENTO MEDIO	14,06%	
2	TIR	TASA INTERNA DE RETORNO	28,81%	ES SUPERIOR A LA TRM
3	VAN	VALOR ACTUAL NETO	27.937,19	
4	RC	RECUPERACIÓN INVERSIÓN	3 años, 11 meses y 12 días	PROYECTO
5	CB	COSTO BENEFICIO	1,33	POR CADA DÓLAR GANA 0,33
6	PE	PUNTO DE EQUILIBRIO	50.272,45	PARA NO GANAR NI PERDER
			20.947	UNIDADES DIFERENTES

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Katherine Andrade

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.1 LA EMPRESA

Aroma de Café

6.1.1 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

Gráfico 21 RAZÓN SOCIAL



Fuente: Investigación Directa Elaboración: Katherine Andrade

6.1.2 CONFORMACIÓN JURÍDICA

De acuerdo al Código Civil Art. 499.- La sociedad de hecho no es persona jurídica. Por consiguiente, los derechos que se adquieran y las obligaciones que se contraigan para la empresa social se entenderán adquiridos o contraídos a favor o a cargo de todos los socios de hecho o socio individualmente.

En un principio es más fácil de iniciar para los emprendedores que **recién comienzan la sociedad de hecho**, que el resto de los tipos societarios, inclusive no se necesita instrumento escrito, sólo bastan los documentos de los socios y algunos datos para comprobar el domicilio.

“Aroma Café” será una empresa que se caracterizará por el cumplimiento de las disposiciones legales y tributarias que se rigen en el país, para iniciar el funcionamiento de las actividades deberá observar los procedimientos que la ley establece.

La pequeña empresa constituye una organización económica compuesta por recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos, destinados a la transformación de materia prima en productos terminados con la finalidad de obtener beneficios económicos y de realización personal.

a) Registro Único de Contribuyentes

- El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el punto de partida para el proceso de administración tributaria. El RUC constituye el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias, quienes tienen las siguientes obligaciones iniciales con el Servicio de Rentas Internas:
- Obtener el Registro Único de Contribuyentes, documento único que le califica para poder efectuar transacciones comerciales en forma legal. Los contribuyentes deben inscribirse en el RUC dentro de los treinta días hábiles siguientes a su inicio de actividades.
- Actualizar el RUC por cualquier cambio producido en los datos originales. El contribuyente deberá realizar esta actualización dentro de los treinta días hábiles siguientes de haber ocurrido el hecho que produjo el cambio.

b) Patente Municipal

El Art. 382 de la Ley de Régimen Municipal establece la obligatoriedad de obtener la patente y por consiguiente, el pago del impuesto (Art. 381), para todos los comerciantes, productivos e industriales que funcionan dentro de los límites tanto rurales como urbanos del cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad económica.

La patente anual se obtendrá dentro de los treinta días siguientes al final del mes en que se inician las actividades y durante enero de cada año. Por el ejercicio de las actividades se pagará un impuesto mensual, cuya cuantía está determinada en proporción a la naturaleza, valores y ubicación del negocio.

c) Número Patronal

El número patronal es otorgado por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). Los requisitos son los siguientes:

- Contratos de trabajo inscritos en la Inspección de Trabajo.
- Cédula de identidad del representante de la empresa.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Una vez obtenido el número patronal se debe proceder a afiliar a cada uno de los trabajadores.

d) Registro Único de Proveedores

Formulario de registro de proveedores RUP impreso en el portal de compras Públicas.

- Acuerdo de responsabilidad impreso en el portal.
- Copia certificada de la escritura de constitución de la empresa.

- Copia certificada del Representante Legal.
- Copia de papeleta de votación.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes RUC.
- Certificado de estar al día en sus obligaciones con el SRI, lista blanca

6.1.3 MISIÓN

Somos una empresa procesadora y distribuidora de café que cumple los estándares de calidad, manteniendo sus características naturales para el beneficio nutricional de la familia ecuatoriana. Buscando siempre el mejoramiento continuo de los procesos, comprometidos con el medio ambiente, y el apoyo a la comunidad”.

6.1.4 VISIÓN

Para el 2017, “**Aroma Café**” convertirá en una empresa líder en la comercialización de café aromático, aumentando su cobertura y ventas, incrementando su producción en 40%.

6.1.5 POLÍTICAS

- Superar las expectativas de calidad en los productos y servicios que entregamos a nuestros clientes externos e internos, aplicando el sistema de gestión de calidad, a través de un mejoramiento continuo en los procesos, con la activa participación de todos los que integran la empresa, formando un equipo de trabajo con clientes, proveedores, comunidad y en armonía con el medio ambiente.
- Todo el personal debe estar correctamente uniformados y limpios.
- Los pedidos serán entregados a tiempo y al contado.

6.1.6 VALORES CORPORATIVOS

Los valores corporativos son cultura organizacional, está orientada a marcar el direccionamiento del negocio. Todos interiorizamos estos valores y los practicamos porque hacen parte de nuestras vidas e interactúan en los contextos en que nos desenvolvemos.

- **Responsabilidad.-** Principalmente con el entorno natural, clientes y trabajadores de la Pequeña Empresa, para desarrollar con efectividad las tareas encomendadas siempre en pro del mejoramiento ambiental, laboral, económico, social y cultural.

- **Creatividad.-** Para la elaboración de nuevos e innovadores productos, con diseños únicos que permitan satisfacer las expectativas del cliente.

- **Liderazgo.-** Para influir en un colectivo de personas, que mediante la iniciativa de gestionar, convocar, promover, incentivar y motivar, sea este personal, gerencial o institucional, dentro de un proceso administrativo, de la organización, hace que trabajen con entusiasmo, y se sientan seguros en el negocio, para la consecución de los objetivos comunes.

- **Competitividad.-** Para aplicar la cultura de calidad en el servicio, ofreciendo una amplia cobertura, que permita responder efectivamente frente a las exigencias del mercado dentro de un mundo globalizado.

6.2 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Se denomina café a la bebida que se obtiene de los frutos y semillas de la planta de café. El café orgánico no utiliza ningún producto químico ni sintético.

Producto, es un conjunto de cualidades tangibles e intangibles que toman valor al incluir atributos como color, calidad, precio, marca, propiedades

que logran la satisfacción de las necesidades del comprador en forma de beneficios que requiere al recibir un producto. El producto “**Aroma Café**” estará elaborado con una materia prima de alta calidad, la cual será facilitada por los mismos pobladores de la zona.

Gráfico 22 CAFÉ



FUENTE: Investigación Directa
ELABORADO: Katherine Andrade

El cultivo de café orgánico se rige por normas de producción e industrialización que son vigentes bajo un sistema de certificación que garantizan el consumo de café de alta calidad sin insumos de síntesis química y la protección del medio ambiente.

No existe un único método ideal para preparar café. La preparación del café puede cambiar de acuerdo al gusto y preferencia de quien lo consume.

Los efectos de café en la salud han sido ampliamente estudiados. Han ido sucediéndose diferentes opiniones con el tiempo, a menudo contradictorias, pero la mayor parte de la literatura científica más reciente está de acuerdo con sus efectos positivos. No solo mejora las prestaciones mentales y físicas, sino que puede disminuir el riesgo de cáncer colon-rectal en el hígado, el asma, la diabetes de tipo 2, el Alzheimer y el Parkinson.

6.2.1. PRESENTACIÓN DEL CAFÉ

Para la presentación de café en el mercado se lo realizara en un envase de material de aluminio trilaminado de 484 gramos. El diseño posee un sistema de re-sellado, y también una muesca para facilitar la apertura por rasgado en el sitio exacto del envase.

En la parte delantera se destaca la portada del producto que incluye el nombre de la marca y la característica principal del café.

En la parte posterior del envase se incluye el logotipo, información relacionada con la producción y comercialización del producto, información nutricional, peso y registro sanitario como se presenta a continuación:

Gráfico 23 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO



Fuente: Investigación directa.
Elaboración: Katherine Andrade

Gráfico 24 LOGOTIPO



Fuente: Investigación directa.
Elaboración: Katherine Andrade

Gráfico 25 ETIQUETA POSTERIOR DEL PRODUCTO



Fuente: Investigación directa.
Elaboración: Katherine Andrade

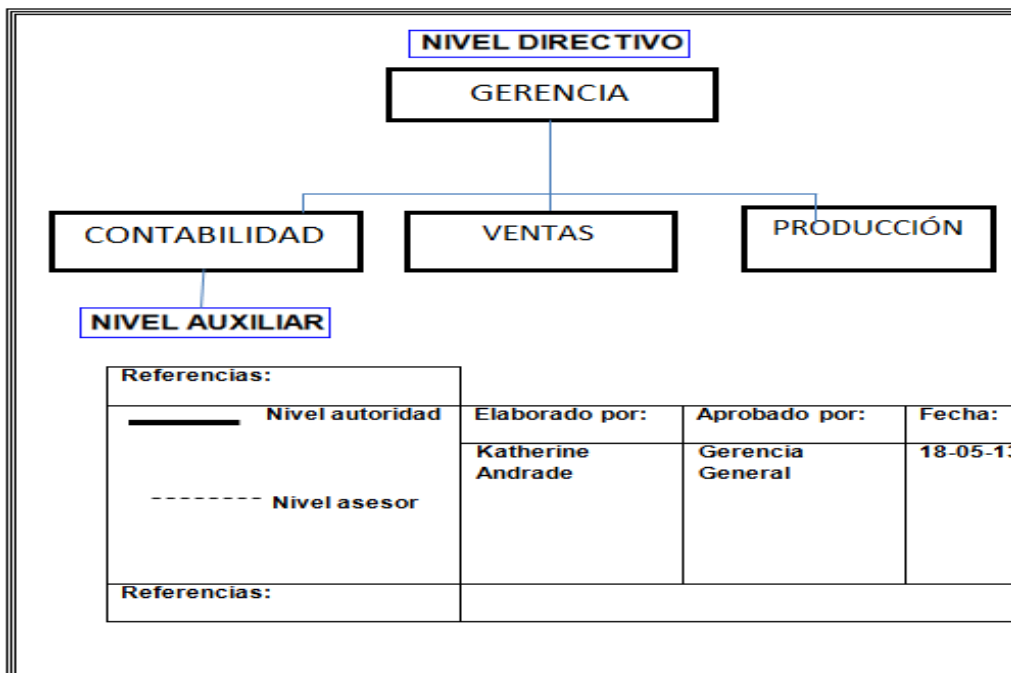
6.3 Estructura Organizacional

En toda empresa es necesario establecer una estructura organizativa, la misma que servirá como ente ejecutor, es un método que sirve para lograr mayor coordinación, interrelación e integración de todas las actividades realizadas dentro de ésta, con el único objetivo de cumplir con las metas deseadas.

Sin embargo, cualquier estructura organizacional que se plantee, debe ser flexible a los cambios del mercado, para lo cual es necesaria la observación permanente de los procesos que se llevan a cabo, con la finalidad de replantear cualquier estructura que no ayuda a desarrollar eficientemente el proceso en un determinado tiempo.

Por su tamaño, tipo y actividad económica, se plantea la siguiente estructura organizacional de la nueva unidad productiva:

Gráfico 26 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Fuente: Investigación Directa Elaboración: Katherine Andrade

6.3.1. ORGÁNICO FUNCIONAL

NOMBRE DEL PUESTO: GERENTE NIVEL: DIRECTIVO	Aroma Café
NATURALEZA DEL PUESTO Planificar, organizar, dirigir y administrar las actividades de la microempresa con eficiencia y eficacia a través de la innovación y la productividad controlando los recursos físicos y financieros.	
COMPETENCIAS <ul style="list-style-type: none">- Coordinar el trabajo de grupos de compañeros/colaboradores.- Ampliar las responsabilidades propias para lograr la realización de una actividad.- Hacer frente a nuevos retos a fin de completar una parte específica del trabajo.- Responder a las peticiones de ayuda de compañeros/colaboradores que acuden cuando la necesitan.- Supervisar la realización de cada una de las actividades que forman parte del trabajo del equipo.	
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none">- Realiza las funciones de administrador de su microempresa y organiza al personal que está a su cargo.- Es el encargado de mantener y buscar vínculos comerciales nacionales e internacionales- Dar soluciones a problemas grandes- Evaluar constantemente al personal- Tomar decisiones en base a resultados- Analizar los procedimientos de selección, contratación, capacitación, motivación y políticas de pago de sueldos y horas extras al personal.	
REQUISITOS DEL CARGO <ul style="list-style-type: none">- Título profesional Ingeniería Comercial o carreras afines, con título de tercer nivel aprobado y registrado en el SENESCYT.- Tener experiencia por lo menos 2 años como gerente	

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO: CONTADOR	Aroma Café
NIVEL: AUXILIAR	
NATURALEZA DEL PUESTO	
<p>Controlar todas las operaciones financieras realizadas en la microempresa. Generar información útil y oportuna para la toma de decisiones.</p>	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> - Preparar los estados financieros y entregar al gerente. - Analizar la información financiera y emitir las recomendaciones a la gerencia con el propósito de incrementar los niveles de eficiencia. - Registro de operaciones contables de la pequeña empresa. - Mantener al día todos los libros contables de ley. - Generar información contable para la toma de decisiones. - Elaborar las nóminas de pago del personal. - Clasificar, guardar y resumir información numérica y financiera para recopilar y llevar los registros financieros. - Revisar las cifras y recopilar información financiera y contables de las anotaciones y documentos para un correcto asiento contable en los libros. - Llenar y enviar los formularios de compensación a trabajadores, formularios de contribución de pensión al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y al Servicio de Rentas Internas. - Preparación y pagos de impuestos a través del programa tributario SITAC. (El Asesor Contable) 	
REQUISITOS DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> - Título profesional de Contador Público Autorizado C.P.A., con título de tercer nivel aprobado y registrado en el SENESCYT. - Sólidos conocimientos en contabilidad - Experiencia mínima de 1 año. 	

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
NOMBRE DEL PUESTO: VENDEDOR Y CHOFER NIVEL: OPERATIVO Aroma Café
<p style="text-align: center;">NATURALEZA DEL PUESTO</p> <p>Su principal función es ofrecer al cliente un servicio eficiente y de calidad, brindar asesoramiento sobre la adquisición de los productos. Además deberá resolver cualquier inquietud que tenga el cliente en cuanto a productos que ofrece la pequeña empresa.</p>
<p style="text-align: center;">COMPETENCIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilizar los sistemas y programas informáticos disponibles y saber cómo funcionan. - Utilizar los conocimientos técnicos y la experiencia para mejorar su efectividad. - Adaptarse fácilmente a actividades y responsabilidades cambiantes. - Realizar eficaz y eficientemente diversas actividades al mismo tiempo. - Hablar con superiores para recibir y/o proporcionarles información
<p style="text-align: center;">FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dar un trato personalizado, demostrar cultura y respeto al cliente - Mantenerse bien informado a cerca de los precios y productos que ofrece la pequeña empresa. - Elaborar un informe periódico sobre las ventas realizadas. - Tener organizado los muestrarios. - Demostrar siempre interés al atender al cliente en el momento de la venta.
<p style="text-align: center;">REQUISITOS DEL CARGO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Título profesional Ingeniero en Marketing, registrado y refrendado en el SENECYT. - Conocimientos sólidos sobre relaciones humanas y atención al cliente - Experiencia mínima en cargos similares - Tener licencia profesional de chofer

Perfil:

Instrucción : Tecnólogo en alimentos procesados
Experiencia en el procesamiento de café.

Competencias:

- Poner en práctica y ampliar los conocimientos de las técnicas e instrumentos utilizados actualmente en su trabajo
- Utilizar los conocimientos técnicos y la experiencia para mejorar su efectividad.
- Adquirir conocimientos y destrezas a partir de instrucciones, estudio o experiencia.

Funciones:

- Encargado del envasado, empaçado, sellado y almacenado de los productos procesados.
- Clasificación y procesamiento de la materia prima.
- Mantenimiento y limpieza de los equipos y lugar a su cargo.

Responsabilidad:

Responsable de la producción y procesamiento de Café.

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. IMPACTOS

Se entiende como impactos al conjunto de consecuencias provocadas por un hecho o consecuencias, pueden ser positivos o negativos. Se debe entender por impacto el reflejo que un proceso o resultado de una investigación, causa en un determinado sector o región.

La investigación efectuada se sustenta con un análisis técnico de los impactos. Para el presente análisis, se ha utilizado una metodología sencilla y eficaz, resultando conveniente aplicarla. Para tal efecto, se determinan varias áreas o ámbitos generales en las que el proyecto influirá, a continuación se selecciona un rango o parámetro de niveles de impactos positivos y negativos, de acuerdo a la siguiente tabla

VALORACIÓN DE IMPACTOS

Cuadro 78 VALORACIÓN DE IMPACTOS

Significad o	Negativo alto	Negativ o medio	Negativo bajo	No hay impacto	Positivo bajo	Positiv o medio	Positiv o alto
Puntaje	-3	-2	-1	0	1	2	3

Sumatoria total

Nivel de impacto

Σ Nivel de impacto / N° Indicadores

Número de indicadores

Los impactos que sobresalen y están sujetos de análisis son: Impacto social, económico, nutricional y ecológico.

La matriz está compuesta por su indicador con su respectiva valoración dependiendo de su nivel, luego se realiza la siguiente operación para obtener el resultado del nivel de impacto

Con esta tabla se procedió a aplicar en los siguientes impactos el puntaje de evaluación, siendo:

7.1.1. IMPACTO SOCIAL

Cuadro 79 IMPACTO SOCIAL

IMPACTO SOCIAL								
INDICADORES	-		-					Σ
	3	-2	1	0	1	2	3	
Calidad del producto							X	3
Atención personalizada						X		2
Protección integral de los productos							X	3
Compromiso con el cliente y proveedores							X	3
Migración							X	3
TOTAL								14

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Katherine Andrade

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{14}{5} = 2.80 \text{ Alto positivo}$$

CONCLUSIÓN

Es una ventaja para los proveedores de materia prima que son los agricultores del Cantón de Mira, ya que la planta procesadora adquirirá su producción a precio justo y al contado.

Socialmente el proyecto generará impactos positivos debido a que con la creación de la pequeña empresa logrará en algo evitar la migración, el cual constituye una meta que se desea alcanzar, evitando la salida de la gente joven.

Con el incentivo al trabajo se logrará mayor seguridad a nivel familiar y sobre todo a nivel de colectividad social, ya que se evitará que surja la delincuencia y otros medios criticados por la sociedad.

7.1.2. IMPACTO ECONÓMICO

Cuadro 80 IMPACTO ECONÓMICO

IMPACTO ECONÓMICO								
INDICADORES	-	-	-					Σ
	3	2	1	0	1	2	3	
Fuentes de trabajo							X	3
Precios accesibles						X		2
Ubicación de la planta							X	3
Clientes satisfechos							X	3
TOTAL								11

Sumatoria total 11

Nivel de impacto = Número de indicadores = 4 = 2.75 Alto positivo

CONCLUSIÓN

Generación de fuentes de trabajo directos, porque se contratará empleados y obreros que suman 4 personas.

Mejorará el nivel de vida de los involucrados directos e indirectos, debido al aumento de la producción tecnológica y de los ingresos económicos tanto para los empleados como para los clientes quienes serán beneficiados de un producto a precio razonable y podrá adquirirlo en el Centro de la Ciudad de Mira .

7.1.3. IMPACTO NUTRICIONAL

Cuadro 81 IMPACTO NUTRICIONAL

IMPACTO NUTRICIONAL								
INDICADORES	-	-	-	0	1	2	3	Σ
	3	2	1	0	1	2	3	
Mejorar el hábito alimenticio							X	3
Reducción de la obesidad						X		2
Aumento de vitaminas							X	3
Rico en proteínas							X	3
TOTAL								11

Sumatoria total 11

Nivel de impacto = $\frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}}$ = $\frac{11}{4}$ = 2.75 Alto positivo

En esta área el proyecto estará orientado a mejorar el desenvolvimiento de las actividades metabólicas de nuestro organismo, además de cambiar hábitos alimenticios y de cuidado personal, convirtiéndose en una alternativa de bajo costo y de alto impacto para nuestro bienestar.

Por ejemplo el café quita la ansiedad de comer por ende evita la obesidad.

7.1.4. IMPACTO AMBIENTAL

Cuadro 82 IMPACTO AMBIENTAL

IMPACTO AMBIENTAL								
INDICADORES	-	-	-					Σ
	3	2	1	0	1	2	3	
Conservación del medio ambiente							X	3
Aprovechamiento de recurso						X		2
Higiene Salud							X	3
Clasificación de desperdicios							X	3
TOTAL								11

$$\text{Sumatoria total} = 11$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Número de indicadores}}{4} = \frac{11}{4} = 2.75 \text{ Alto positivo}$$

Todas las disposiciones internas a los empleados se las enviará al correo electrónico de cada uno para evitar la impresión de documentos y el gasto innecesario del papel.

El reciclaje de la basura es importante en todo caso tendrá dos recipientes uno para el reciclaje de papel cartón y otro para los productos que dañan el ambiente y otro recipiente de desperdicios para alimento de animales.

Aroma Café

7.1.5. IMPACTO GENERAL

Cuadro 83 IMPACTO GENERAL

IMPACTO GENERAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
IMPACTO ECONÓMICO							X	2.80
IMPACTO SOCIAL							X	2.75
IMPACTO NUTRICIONAL							X	2.75
IMPACTO AMBIENTAL							X	2.75
TOTAL								11.05

Sumatoria total 11.05

Nivel de impacto	Número de	<u> </u>	
=	indicadores	= 4	= 2.76
			= 3 Alto positivo

Análisis General

Aroma Café

Esto implica que al ser un impacto positivo, beneficia tanto a nivel individual como colectivo, permitiendo generar una alternativa de progreso para el Cantón de Mira. Existe un promedio positivo en todos los impactos, por lo tanto es aceptable el proyecto en lo referente a impactos.

CONCLUSIONES

- En el diagnóstico situacional se determina que falta un estudio de inversión donde se realice un análisis técnico y económico sobre la viabilidad del proyecto, las principales causas de este problema enmarca especialmente a la falta de apoyo e iniciativas. Una aceptable población de agricultores dedicados a la producción de café y por ende garantiza la existencia de materia prima, ya que permitirá generar recursos económicos y mejorar la calidad de vida de todos los beneficiados.
- El estudio de mercado determinó que en el Cantón de Mira existe una demanda insatisfecha de café de 79.497 libras pese a la existencia de la competencia, los clientes prefieren un café natural y aromático elaborado en la misma zona. Del análisis de la demanda se establece que al ser el café un alimento básico su consumo se atribuye a toda la población. La demanda aparente de café es de alrededor 105.996 libras
- En el Estudio Técnico e Ingeniería se determina que la mejor ubicación de la pequeña empresa “AROMA CAFÉ” es el sector del Barrio El Naranjito de la ciudad de Mira ya que reúne las características que se requiere para este tipo de actividad económica. El principal producto que elaborará la empresa es café para destilar garantizado su calidad por medio de la implementación de maquinaria y equipo especializado acompañado de la infraestructura y materia prima que le permitirá a la pequeña empresa cubrir la producción con la capacidad instalada en la transformación de café.
- La Evaluación Económica y Financiera permite determinar que la inversión que requiere el proyecto es de \$60.000,00 el financiamiento es de \$30.000,00 vía crédito y \$30.000,00 recursos propios, la utilidad que genera el proyecto \$17.700,44 para el primer año. El valor presente neto es de \$27.937.19 la tasa interna de retorno es de 28.81%. El periodo de recuperación de la inversión es de 4 años, el

beneficio-costo es de \$1.33 lo que se justifica la creación del proyecto desde el punto de vista financiero.

- De la estructura organizativa se define la conformación jurídica que tendrá la microempresa al igual que el organigrama estructural y se propone una estrategia filosófica: misión, visión, objetivos corporativos, políticas, presentación del producto, estrategias y valores, que articulen un funcionamiento óptimo de la organización en términos administrativos operativos.
- Los impactos ambientales, económicos, sociales, nutricionales y culturales que generará el presente proyecto son altamente positivos.

RECOMENDACIONES

- Incentivar a los agricultores ya que generará oportunidad a varios productores, con la finalidad de lograr el desarrollo de capacidades locales que generen competitividad y un abastecimiento de materia prima en todos los meses del año.
- Para que **Aroma Café** se poseione en el mercado meta se deberá aplicar un plan de marketing, para los diferentes grupos de consumidores del Cantón Mira.
- **Aroma Café** deberá estar localizada en centro de la ciudad de Mira ya que es un lugar comercial y turístico. Los procesos de producción deberán ser aplicados guardando relación que integren costos menores y rendimientos superiores por medio de innovaciones continuas, con el fin tener una producción eficiente y un producto de buena calidad.
- Realizar periódicamente controles y evaluaciones económicas y financieras, con el fin de observar niveles de rendimiento organizacional y tomar las decisiones que lleven a optimizar el trabajo.
- Incentivando y capacitando al talento humano que colabora en la propuesta, permitirá el manejo adecuado del negocio, bajo leyes y reglamentos que se encuentren en vigencia y sobre todo la buena atención al cliente con calidad y calidez.
- Para que los impactos positivos del proyecto se mantengan será necesario que se manejen en forma adecuada la imagen corporativa de la empresa.
- Se recomienda poner en marcha el proyecto de inversión de la nueva planta procesadora de café **Aroma Café** debido a que sus indicadores financieros y económicos proporcionan datos favorables.

BIBLIOGRAFÍA

- SARMIENTO, Rubén. (2010). *Contabilidad General*.
- ANZOLA Sérvulo. (2010). *Administracion de Pequeñas Empresas*. México: Mc Graw Hill, tercera Edición
- BACA, Gabriel. (2006). *Introduccion al Marketing*.
- BILANCIO, Guillermo. (2008). *Marketing el conocimiento, las ideas y la acción*,. México: pearson.
- CHIRIBOGA, L. (2010). *Evaluación Financiera*.
- CORDOVA, Padilla Marcial; (2006), *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá
- COSTALES, Bolívar. (2002). *Evaluacion financiera*. México.
- DAFT, Richard; MARCIC Dorothy. (2011). *Introducción a la administración*. México: S.A.
- HERNANDEZ Sergio y RODRIGUEZ. (2008). *Principios de la Administración*.
- KOONTZ Harold, WEIHRICH Heinz. (2008). *El fundamento de la Teoría y la Práctica de la Administracion Global*. México: Mc.
- KOTLER Philip y ARMSTRONG Gary. (2008). *Fundamentos del Marketing*. Mexico: Pearson.
- MEZA, Jhonny. (2010). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Colombia: Ecoe.

- ORTEGA C. Alfonso. (2008). *Proyectos de Inversión*. México: Grupo Patria y cultura S.A.
- REDONO, Tellis, KOTLER, Lane Well y MORIARTY, Burnett. (2011).
- ZAPATA, Pedro. (2008). *contabilidad General*.
- BRAVO, Oscar;(2005), Contabilidad de Costos, Quinta Edición
- CHIAVENATO, Idalberto; (2002) Administración en los nuevos tiempos. México

LINCOGRAFÍA

- www.larevista.com.ec/lectores/foros/estrategias
- [www.cafe.org/café oragnico/?p=1382](http://www.cafe.org/café%20oragnico/?p=1382)
- www.wikipedia.com
- www.getiopolis.com
- www.promonegocio.com
- www.monografias.com
- www.sololinksugeridos.com.ar
- www.municipiomira.gob.ec
- www.sisse.gob.ec
- www.inec.gob.ec

ANEXOS



ANEXO 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENCUESTA DIRIGIDA POBLADORES DEL CANTÓN MIRA

OBJETIVO: MEDIR EL GRADO DE ACEPTACIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN MIRA, PARA EL ESTUDIO DE LA CREACIÓN DE UNA PLANTA PROCESADORA DE CAFÉ.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente y conteste con claridad y precisión ya que la información que usted nos brinde será muy valiosa para el proyecto de investigación a realizar.

POR FAVOR MARQUE SU RESPUESTA CON UNA X

EDAD (en años)

De 20 a 30 ()

De 31 a 40 ()

De 41 a 50 ()

De 51 a más ()

GÉNERO

Femenino ()

Masculino ()

INSTRUCCIÓN

Primaria ()

Secundaria ()

Superior ()

1. ¿Cuál es la actividad económica que realiza actualmente?

Agricultor ()

Trabajador Privado ()

Otros ()

2. ¿Estaría Ud. de acuerdo con la creación de una planta procesadora de café, en el Cantón Mira?

SI () NO ()

3. ¿Cuál consideraría usted el sector apropiado para la ubicación de la planta?

Mira () La Concepción ()

Juan Montalvo () Jacinto Jijón y Caamaño ()

4. ¿Cómo calificaría la producción del café en el Cantón Mira?

Muy Buena ()

Buena ()

Regular ()

Mala ()

5. ¿Con qué frecuencia consumen café?

Una Vez al día ()

Dos Veces al día ()

Tres veces al día ()

No Consume ()

6. ¿Qué cantidad de café consume al mes?

1gr a 50grs () 51grs a 500grs ()

501grs a 700grs () 701grs a 100grs ()

7. ¿A qué precio adquiere el café (poner el valor)?

50grs .3,.75,1.25,2.5

250grs

500grs

8. ¿Dónde compra café?

Tiendas ()

Mercados ()

Comisariato Municipal ()

Punto de Venta ()

9. ¿Por qué medios de comunicación se debería dar a conocer la existencia de éste producto?

Radio ()

Internet ()

TV ()

Prensa Escrita ()

Otros ()

10. ¿Qué grado de aceptación cree usted que tendría la producción del café?

Alto ()

Medio ()

Bajo ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2



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

NOMBRES Y APELLIDOS _____

EDAD _____ **PROFESIÓN/OCUPACIÓN** _____

ENTREVISTA DIRIGIDA A EXPERTOS Y POSIBLES PROVEEDORES

1. ¿Estaría usted de acuerdo con la Creación de una Planta Procesadora de Café en la ciudad de Mira, Cantón Mira?

2. ¿Cuáles consideraría usted que seria los principales beneficios de la implementación de la nueva industria?

3. ¿Qué cantidad de terreno destinan a la producción de café?

4. ¿Qué tiempo lleva cultivando y qué variedad de café se da en la zona?

5. ¿Estaría usted dispuesto a cultivar el café para abastecer la producción?

6. ¿Cuántas hectáreas de terreno están en producción?

7. ¿Qué es lo que más incide en el cultivo del café?

8. ¿Cree que es un producto rentable?

9. ¿Cómo calificaría usted la implementación de la Planta Procesadora de Café?



GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3



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

NOMBRES Y APELLIDOS _____

FECHA _____

LUGAR: _____

OBJETIVO: CONOCER LAS VENTAS A NIVEL DEL CANTÓN.

ENTREVISTA DIRIGIDA A DUEÑOS DE TIENDAS DEL CANTÓN

1. ¿Qué marcas de café de destilar vende?

2. ¿Qué cantidad en libras vende mensualmente por cada marca?

Cantidad:	_____	Valor	Libra

Cantidad:	_____	Valor
Libra	_____	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 4

1 taza	8 onzas fluídas	1/2 pinta	237 ml	16 cucharadas
2 tazas	16 onzas fluídas	1 pinta	473 ml	
4 tazas	32 onzas fluídas	1 cuarto (galón)	946 ml	
2 pintas	32 onzas fluídas	1 cuarto (galón)	0.946 litros	
4 cuartos (galón)	128 onzas fluídas	1 galón	3.785 litros	
pizca	menos de 1/4 de cucharadita			
1 cucharadita	1/6 onzas fluídas	5 gramos	casi 5 ml	
1 cucharada	1/2 onzas fluídas	15 gramos	15 ml	3 cucharaditas
2 cucharadas	1 onza fluída	30 gramos	29.6 ml	1/8 taza
8 cucharadas	4 onzas fluídas	1/4 pinta	118.5 ml	1/2 taza

ACE DECLARACIÓN TOR

Yo, Katherine Tatiana Andrade Ruano, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Considero que el presente trabajo cumple los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.



En la ciudad de Ibarra, Dpto. **Katherine Andrade**



Dr. Otto Arellano

DIRECTOR

DECLARACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Katherine Tatiana Andrade Ruano, para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA, cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA PROCESADORA DE CAFÉ EN LA CIUDAD DE MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI."

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, Diciembre de 2013

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra

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.


Nombre: Katherine Tatiana Andrade Ruano



Cédular: 040169453-2

Dr. Otto Ayala

Ibarra, Diciembre del 2013

DIRECTOR

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

Yo, KATHERINE TATIANA ANDRADE RUANO, con cédula de ciudadanía Nro. 040169458-3 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 autora del trabajo de grado denominado: " Estudio de Factibilidad para la Creación de una Planta Procesadora de Café en la ciudad de Mira", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

Email	lady.lb@hotmail.com	
Teléfono	052280-401	
Teléfono Móvil	098963705408	
DATOS DE LA OBRA		
Nombre:	Katherine Tatiana Andrade Ruano	
Cédula:	040169458-3	
Fecha:	Ibarra, Diciembre del 2013	
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO		
Asignatura	Requisito	Requisito
Título por el que opta	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA	
Asesor/Director	Dr. Otto Ayala	

2. 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 Técnica del Norte.

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

DATOS DE CONTACTO		
Cedula de Identidad	040169458-3	
Apellidos y Nombres	Andrade Ruano Katherine Tatiana	
Dirección	Mira – Carchi Urbanización los Artesanos	
Email	kattylu_bb@hotmail.com	
Teléfono Fijo 062280-401	Teléfono Móvil 0993706408	
DATOS DE LA OBRA		
Título	“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Planta Procesadora de Café en la Ciudad de Mira, Provincia del Carchi.”	
Autora	Andrade Ruano Katherine Tatiana	
Fecha	2013 – 12 - 3	
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO		
Programa <input type="checkbox"/>	Pregrado <input type="checkbox"/>	Posgrado <input type="checkbox"/>
Título por el que Opta	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA	
Asesor/Director	Dr. Otto Ayala	

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Katherine Tatiana Andrade Ruano, con cédula de ciudadanía Nro. 040169458-3, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el repositorio digital institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte 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 144.

3. CONSTANCIA

La Autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló; sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original, y que es la autora 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 reclamaciones por parte de terceros.

Ibarra, Diciembre de 2013

AUTORA

Firma

Katherine Tatiana Andrade Ruano

040169458-3

ACEPTACIÓN

Firma

Ing. Bethy Chávez

JEFE DE BIBLIOTECA

Facultad Ciencias Administrativas y Económicas. Por Resolución del Concejo Universitario.