



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

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

**TRABAJO DE GRADO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE  
UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ ARTESANAL EN LA  
COMUNIDAD DE EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUÍ,  
PROVINCIA DE IMBABURA”**

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

**AUTORA: GLENDA LETICIA MALDONADO CUASQUER**

**DIRECTOR: ECON. JOSÉ CHAMORRO MAYANQUER**

**Ibarra, octubre 2014**

## RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto nace con el propósito de dar un valor agregado a las actividades productivas agrícolas, en las comunidades de la Parroquia Ambuquí, pertenecientes al Cantón Ibarra, pues desde hace muchos años la productividad del sector es considerada como de supervivencia por la falta de tecnificación en la producción, lo cual no permite brindar un mayor valor a los productos, desaprovechando la gran fortaleza que mantienen, en este caso el frejol y el haba; que son leguminosas ricas en sus componentes y saludables para las personas. Con el crecimiento urbano, los cambios socio políticos y el avance tecnológico, existen demasiados intermediarios quienes compran los productos a precios muy bajos, sin preocuparse por el desarrollo social de la parroquia; por lo que se planteó efectuar una investigación que permita formular un Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa que elabore un derivado del frejol como parte de zona baja de Ambuquí y el haba de la zona alta, de lo cual nace la iniciativa de crear un producto sucedáneo del café tradicional que mantenga sus sabor pero que contenga mayores beneficios para la salud de las personas: el “Café Artesanal”. Para tal efecto y como punto de partida se realizó un Diagnóstico Situacional mediante una investigación de campo, en la que se indagó a las familias productoras, a los propietarios de tierras en la zona y los a vendedores de estos productos, con el fin de determinar la oferta existente de los ingredientes principales para la elaboración del café artesanal así como las condiciones requeridas para el funcionamiento de una microempresa en la parroquia. Del Estudio de Mercado se establece que el mercado meta en primera instancia es la población económicamente activa del cantón Ibarra, con enfoque en las personas que buscan nuevas alternativas de consumo ante la bebida tradicional del café, así como aquellas personas que desean cuidar y mejorar su salud, para luego extenderse en la población de la provincia y en la ciudad de Tulcán. Para la proyección de la demanda se consideró indicadores como: producto innovador, sustituto del café tradicional, precio, presentación. Del Estudio Técnico e Ingeniería se establece que la empresa CAFÉ AMBUCO aplicará procesos de producción requeridos para la elaboración de café Artesanal de frejol y haba. Las instalaciones físicas estarán de acuerdo a los requerimientos técnicos necesarios para la operatividad de la empresa. Del Estudio Económico – Financiero se determina que la empresa requerirá de una inversión inicial de \$111.196,12. El valor presente neto es de \$ 13.792,67 la tasa interna de retorno de 19.02% .El periodo de recuperación de la inversión es de 4 años y 6 meses, el beneficio costo de \$1.12. Del análisis de impactos se establece que la empresa generará impactos positivos con un nivel de impacto “medio” e impactos negativos de magnitud muy bajos.

## **EXECUTIVE SUMMARY**

This project was created in order to add value to agricultural production activities in the communities of Ambuquí Parish, belonging to the Canton Ibarra, for many years the sector's productivity is considered survival by lack of modernization in production, which does not allow providing more value to the products, wasting the great strength that keep, in this case the bean and the bean; which are rich in ingredients and healthy for people legumes. With urban growth, socio-political and technological advancement, changes are too many middlemen who buy products at the lowest prices, without worrying about the social development of the parish; so it was proposed to carry out an investigation to develop a feasibility study for the creation of a microenterprise develop a derivative beans as part of floor area Ambuquí and bean uptown, which the initiative to create born a substitute product that maintains its traditional coffee flavor but contains higher profits for the health of people, the "Coffee Artisan". To this end and as a starting point a Situational Diagnosis was performed by field research, in which farming families were investigated, the landowners in the area and the vendors of these products, in order to determine the existing supply of key ingredients for the development of artisan coffee and the conditions required for the operation of a small business in the parish. Market Study states that the target market in the first instance is the economically active population of Canton Ibarra, focusing on people seeking new consumption alternatives to the traditional drink of coffee as well as those who want to build and improve their health, then spread in the population of the province and the city of Tulcán. For the projection of demand indicators considered as innovative product, which replaces the traditional coffee and price presentation. Technical Study and Engineering states that the company COFFEE AMBUCO apply production processes required for the production of Artisan coffee beans and bean. The physical facilities shall be in accordance with the technical requirements necessary for the operation of the company. Economic Survey - Financial determined that the company will require an initial investment of \$ 111,196.12. The net present value of \$ 13.792,67, the internal rate of return is 19.02%. The period of payback is 4 years and 6 months, the benefit cost \$ 1.12. Impacts analysis states that the company will generate positive impacts to a level of "medium" impact and negative impacts of very low magnitude.

## AUTORÍA

Yo, Glenda Leticia Maldonado Cuasquer, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100270678-4 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ ARTESANAL EN LA COMUNIDAD DE EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA”** y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



**Glenda Maldonado**

**C.C. 100270678-4**

## **CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE GRADO**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Glenda Leticia Maldonado Cuasquer, para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA, C.P.A. cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ ARTESANAL EN LA COMUNIDAD DE EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”, considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 31 días del mes de octubre del 2014.

Firma



**ECON. JOSÉ CHAMORRO**  
**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**



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

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

**Ibarra, al día 31 del mes de octubre del 2014**

Yo, **Glenda Leticia Maldonado Cuasquer**, con cédula de ciudadanía No. **100270678-4**, 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 MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ ARTESANAL EN LA COMUNIDAD DE EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A, 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 la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Atentamente,

**Glenda Leticia Maldonado Cuasquer**

**C.C: 100270678-4**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

#### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1.- IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en forma digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad. Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO	
<b>CEDULA DE IDENTIDAD:</b>	<b>100270678-4</b>
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	<b>Maldonado Cuasquer Glenda Leticia</b>
<b>DIRECCIÓN:</b>	<b>Ibarra, parroquia Ambuquí, El Juncal. Panamericana Norte y Vía a Pimampiro</b>
<b>MAIL:</b>	<b><u><a href="mailto:mglenda39@yahoo.com">mglenda39@yahoo.com</a></u></b>
<b>TELEFONO FIJO:</b>	<b>062-673-242</b>
<b>TELEFONO MOVIL:</b>	<b>0969254203</b>

DATOS DE LA OBRA	
<b>TITULO:</b>	<b>“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ ARTESANAL EN LA COMUNIDAD DE EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”</b>
<b>AUTOR (ES):</b>	<b>Maldonado Cuasquer Glenda Leticia</b>
<b>FECHA:</b>	<b>2014-octubre-31</b>

<b>SOLO PARA TRABAJO DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Pregrado <input type="checkbox"/> Posgrado
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	<b>Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA</b>
<b>ASESOR O DIRECTOR DE GRADO:</b>	<b>Econ. José Chamorro Mayanquer</b>

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

Yo, **Glenda Leticia Maldonado Cuasquer**, con cédula de identidad No. **100270678-4**, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital de la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión, en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

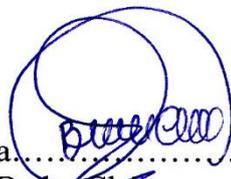
## **3.- CONSTANCIAS**

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros. Ibarra, a los 31 días del mes de octubre del 2014.

**LA AUTORA:**

Firma.....  
  
 Glenda Leticia Maldonado Cuasquer  
 C.C: 100270678-4

**ACEPTACIÓN:**

Firma.....  
  
 Ing. Bethy Chávez  
 JEFA DE BIBLIOTECA

## DEDICATORIA

*Dedico este trabajo con todo cariño y amor a mis padres, por su gran apoyo incondicional, guiándome en el camino de la vida, por tener palabras de aliento en los momentos difíciles y por llenar mi vida con sus valiosos consejos.*

*A mis hermanos fieles compañeros de mi vida.*

*A mi esposo, por su amor, comprensión y persistencia para la culminación del presente trabajo.*

*Y en especial a mis hijos Jair y Johandry que son la razón de mi vida, para seguir luchando y sobresalir.*

**Glenda Maldonado**

## **AGRADECIMIENTO**

*A la Universidad Técnica del Norte por abrirme las puertas y cobijarme con su manto para convertirme en profesional.*

*A la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, por haberme brindado un espacio en sus aulas donde me permitió por medio de sus maestros adquirir conocimientos necesarios para ejercer mi carrera.*

*A mis catedráticos, en especial al Econ. José Chamorro. Asesor de trabajo de grado, quien estuvo guiándome académicamente con su experiencia y profesionalismo.*

*A mis amigos y personas que supieron ayudarme con la realización del proyecto.*

**Glenda Maldonado**

## **PRESENTACIÓN**

### **TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ ARTESANAL EN LA COMUNIDAD DE EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA”**

### **INTRODUCCIÓN**

En el Ecuador existen una gran variedad de productos nativos que no se han producido y comercializado a gran escala, algunos de los cuales son de exquisito sabor y poseen propiedades nutricionales elevadas, dentro de ellos encontramos al frejol y el haba, mismos que son incluidos en la dieta diaria del ecuatoriano, preferidos por su exquisito sabor y fáciles métodos de preparación.

El frejol y el haba son leguminosas que se cultivan en cantidades considerables en varias provincias de la región sierra, poseen un costo bastante asequible y dentro de sus características nutricionales se destaca el hecho de que poseen una alta concentración de nutrientes, proteínas y vitaminas, considerándose productos benéficos para la salud.

Debido a las razones antes descritas, este trabajo va enfocado a desarrollar una microempresa dedicada a la producción y comercialización del Café Artesanal, elaborado a base de granos secos como el frejol y haba, creando un sucedáneo del café tradicional para brindar a la sociedad un producto de calidad que cuide la salud de las personas.

A fin de lograr el éxito de la microempresa se ha desarrollado un estudio de factibilidad el cual contiene los siguientes capítulos:

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

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

**Capítulo III Estudio de Mercado.-** Aquí se analizó los resultados arrojados de la investigación preliminar a través de encuestas, entrevistas y datos de fuentes de entidades oficiales gubernamentales, acerca de la demanda, oferta y precios del Café tradicional, esta información se contrastó y analizó para luego establecer el pronóstico de mercado del café artesanal.

**Capítulo IV Estudio Técnico.-** Se detalla la localización óptima del proyecto, la distribución y diseño de la planta, como también el proceso cronológico y ordenado que utilizará la microempresa para ser eficientes en la producción y comercialización del café artesanal.

**Capítulo V Estudio Económico-Financiero.-** aquí se estableció las inversiones, ingresos, costos, los diversos flujos y los indicadores básicos con los que se concluye si la microempresa es o no tanto viable como rentable su implantación en la comunidad de El Juncal, parroquia Ambuquí, cantón de Ibarra, provincia Imbabura

**Capítulo VI Propuesta de la Microempresa.-** .En este capítulo se plantea el análisis interno administrativo y su constitución legal, tomando como base la visión, misión, el orgánico estructural y funcional de la nueva unidad económica.

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

## **PROBLEMA O NECESIDAD A SATISFACER**

En la provincia de Imbabura las condiciones geográficas y ambientales favorecen el desarrollo de la agricultura y ganadería, lo que le ha caracterizado como una de las primeras en esta rama de la producción nacional.

Como principal problema se identifica que la producción que mantienen en la parroquia de Ambuquí se considera de supervivencia ya que por la falta de conocimientos técnicos no se ha logrado proporcionar un valor agregado a sus productos para que estén acorde con las exigencias del consumidor, las expectativas y realidad del mercado para fortalecer y desarrollar una cultura de consumo de productos saludables benéficos para la salud. Además se considera oportuno cubrir la necesidad de las personas que en la actualidad buscan nuevas alternativas de consumo en productos naturales que ayuden a mejorar su salud.

Es por eso que se ha visto la mejor forma de aprovechar el contenido nutricional de estas leguminosas elaborando derivados que permiten conservar sus características constituyéndose como un alimento rico en carbohidratos, vitaminas y minerales indispensables en una dieta balanceada.

## ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
Resumen Ejecutivo .....	ii
Executive Summary .....	iii
Autoría.....	iv
Informe del director de Trabajo de Grado.....	v
Cesión de derechos.....	vi
Identificación De La Obra .....	vii
Autorización de Uso y Publicación.....	viii
Dedicatoria.....	ix
Agradecimiento.....	x
Presentación.....	xi
Problema o necesidad a satisfacer.....	xiii
Índice de temas y subtemas.....	xiv
Índice de mapas.....	xvii
Índice de cuadros.....	xvii
Índice de imágenes.....	xx
Índice de gráficos.....	xxi
Justificación.....	xxii
Objetivos.....	xxiii
Metodología.....	xxiv

## CAPÍTULO I

### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes Diagnósticos.....	25
Objetivos Diagnósticos.....	26
Variables Diagnósticas.....	27
Indicadores.....	27
Matriz de relación diagnóstica.....	29
Fuentes de información.....	29
Análisis de la información obtenida .....	30
Aspectos geográficos- ambientales.....	30
Datos sociodemográficos.....	35
Aspectos socioeconómicos.....	45

Aspectos agroeconómicos.....	51
Producción del frejol.....	51
Producción del haba.....	58
Diagnóstico externo.....	63
Determinación del problema.....	64
Conclusión del diagnóstico situacional .....	65

## CAPÍTULO II

<b>MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>66</b>
La microempresa.....	66
Aspectos del mercado.....	73
Aspectos técnicos.....	76
Estudio financiero.....	77
El café.....	85
Elaboración del café artesanal.....	85
Procedimiento de elaboración del café artesanal.....	92
Características de café artesanal.....	93

## CAPÍTULO III

<b>ESTUDIO DE MERCADO</b>	95
Antecedentes.....	95
Objetivo del estudio de mercado.....	96
Identificación del producto.....	97
Identificación de la población.....	99
Presentación de resultados de encuestas aplicadas.....	102
Mercado meta.....	111
Oferta.....	111
Demanda.....	114
Análisis de precios.....	117
Canales de comercialización.....	120
Estrategias de comercialización.....	121
Presentación del producto.....	125
Conclusiones del estudio de mercado.....	125

## CAPÍTULO IV

<b>ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO</b>	127
Localización del proyecto.....	127
Tamaño del proyecto.....	130
Ingeniería del proyecto.....	134
Diseño de las instalaciones.....	142
Inversiones requeridas.....	144

Capital de trabajo.....	148
Requerimiento de Personal.....	149
Inversión total del proyecto.....	154
Financiamiento.....	154

## **CAPÍTULO V**

<b>ESTUDIO FINANCIERO.....</b>	<b>155</b>
Objetivos del Estudio Financiero.....	155
Estructura de inversión.....	156
Presupuesto de ingresos.....	156
Determinación de egresos.....	158
Costos de producción.....	158
Gastos administrativos.....	162
Gasto de ventas.....	164
Gasto financiamiento.....	165
Depreciación y amortización.....	166
Amortización activos diferidos.....	168
Balance general.....	168
Proyección del estado de resultados.....	169
Flujo de caja.....	170
Evaluación financiera.....	171

## **CAPÍTULO VI**

<b>PROPUESTA ESTRATÉGICA</b>	<b>182</b>
La Empresa	182
Estructura organizacional.....	185
Estructura funcional.....	187
Desarrollo del personal.....	195
Condiciones de trabajo.....	196
Análisis legal.....	197
Seguimiento y monitoreo.....	200

## **CAPÍTULO VII**

<b>ESTUDIO DE IMPACTOS.....</b>	<b>201</b>
Impacto social.....	202
Impacto económico.....	203
Impacto educativo.....	204
Impacto ambiental.....	205
Impacto empresarial.....	206
Impacto salud.....	207

Impacto general.....	208
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	209
Conclusiones.....	209
Recomendaciones.....	211
<b>Bibliografía.....</b>	213
<b>Lincografía.....</b>	216
<b>Anexos.....</b>	217

### ÍNDICE DE MAPAS

1,1	Ubicación geográfica de Ambuquí	31
4,1	Localización del proyecto	128

### ÍNDICE DE CUADROS ESTADÍSTICOS

1,1	Datos territoriales parroquia Ambuquí	31
1,2	Población total por Autoidentificación	37
1,3	Población por grupos de edad y genero	37
1,4	Asentamientos poblacionales de Ambuquí	38
1,5	Centros médicos de la parroquia	41
1,6	Población que sabe leer y escribir	41
1,7	Población sabe leer y escribir por Autoidentificación.	42
1,8	Jardines de infantes	42
1,9	Instituciones educativas	43
1,10	Personas en edad de trabajar (PET).	46
1,11	Situación de la PET	46
1,12	Situación de la pea	47
1,13	Población ocupada por genero	48
1,14	Actividad en la que participa la población parroquial	49
1,15	Categoría de ocupación de la población parroquial.	50
1,16	Producción de frejol seco a nivel del valle del chota	52
1,17	Producción de frejol seco en la parroquia Ambuquí	53
1,18	Variación del precio del frejol productor - mayorista	57
1,19	Producción de haba seca en la parroquia Ambuquí	59
1,20	Precios del kilogramo de haba seca	61
2,1	Variedades de café cultivados en el ecuador	85

2.2	Taxonomía del fréjol.	87
2,3	Variedades de frejol cultivado en el ecuador	87
2,4	Propiedades nutritivas del frejol	88
2,5	Taxonomía del haba	89
2,6	Variedades de haba cultivada en el ecuador	90
2,7	Propiedades nutritivas del haba	91
3,1	Características nutritivas del café artesanal	97
3,2	Nivel socioeconómico	99
3.3	Distribución de Encuestas	101
3,4	Consumo del café	102
3,5	Tipos de café	103
3,6	Marcas de café	104
3,7	Cafés alternativos	105
3,8	Adquisición	106
3,9	Opción de cambio	107
3,10	Presentación	108
3,11	Precios de café	109
3,12	Nivel de satisfacción	110
3,13	Oferta de café al 2011	113
3,14	Oferta actual en unidades de café año 2011	113
3,15	Proyección de la oferta en cantidad de producto	114
3,16	Demanda actual en unidades café año 2011	115
3.17	Proyección de la demanda en cantidad de producto con la tasa De incremento del 2.76%	116
3,18	Demanda insatisfecha de producto proyectada	116
3,19	Demanda potencial a satisfacer proyectada	117
3,20	Precios de marcas de café	118
3,21	Variación del índice de inflación anual	119
3,22	Proyección precio del producto	119
4,1	Matriz locacional, método cualitativo por punto	129
4,2	Demanda potencial a satisfacer en kilogramos	131
4,3	Materia prima requerida anualmente	131
4,4	Hectáreas requeridas de materia prima	132
4,5	Proceso de compra de la materia prima	138
4,6	Proceso general de producción y venta	139
4,7	Proceso de venta directa	140
4,8	Proceso de entrega del producto	140
4,9	Flujograma de la fase de producción	141
4,10	Terreno	145
4,11	Infraestructura civil	145
4.12	Detalle de instalaciones de la microempresa	146

4,13	Muebles y equipos de oficina	146
4,14	Equipos de cómputo	147
4,15	Maquinarias y equipos de producción	147
4,16	Inversión fija	148
4,17	Gastos de constitución	148
4,18	Capital de trabajo	149
4,19	Gastos sueldos administrativos	149
4,20	Suministros de oficina	150
4,21	Servicios generales	150
4,22	Mantenimiento equipo de computación	151
4,23	Gastos sueldos de ventas	151
4,24	Publicidad	152
4,25	Mano de obra directa requerida	152
4,26	Costo de materia prima	152
4,27	Cálculo de unidades a elaborar	153
4,28	Costo de materiales requeridos	153
4,29	Mantenimiento maquinaria	153
4,30	Total inversión	154
4,31	Estructura del financiamiento	154
5,1	Estructura de la inversión	156
5,2	Unidades a producir	157
5,3	Ingresos por venta proyectados	158
5,4	Costo de la materia prima directa (frejol y haba)	159
5,5	Proyección del salario básico unificado MOD	159
5,6	Proyección del costo total de mano de obra directa	160
5,7	Materiales indirectos requeridos	160
5,8	Precio de materiales	160
5,9	Costos de materiales indirectos	161
5,10	Mantenimiento maquinaria	161
5,11	Resumen de costos de producción	161
5,12	Proyección del salario básico unificado PA	162
5,13	Proyección del gasto total del personal administrativo	162
5,14	Suministros y materiales de oficina	162
5,15	Gastos generales de administración	163
5,16	Gasto mantenimiento equipo de computación	163
5,17	Resumen gastos administrativos	163
5,18	Proyección del salario básico unificado PV	164
5,19	Proyección del gasto total del personal de ventas	164
5,20	Gasto publicidad	164
5,21	Resumen gastos de ventas	165
5,22	Tabla de amortización del préstamo	165

5,23	Depreciación de activos fijos	167
5,24	Amortización activos diferidos	168
5,25	Resumen de los egresos proyectados	168
5,26	Balance general	169
5,27	Proyección del estado de resultados	170
5,28	Flujo de caja	171
5,29	Cálculo del costo de oportunidad	172
5,30	Cálculo de la tasa de redescuento	172
5,31	Cálculo del valor actual neto	173
5,32	VAN con tasa inferior	174
5,33	VAN con tasa superior	174
5,34	Sensibilidad de la tasa interna de retorno escenario uno.	175
5,35	Relación ingresos – egresos	177
5,36	Proyección del punto de equilibrio	178
5,37	Precio de venta unitario	180
5,38	Costo variable unitario	180
5,39	Período de recuperación de la inversión	181
7,1	Nivel de impactos	201
7,2	Matriz de impacto social	202
7,3	Matriz de impacto económico	203
7,4	Matriz de impacto educativo	204
7,5	Matriz de impacto ambiental	205
7,6	Matriz de impacto empresarial	206
7,7	Matriz de impacto salud	207
7,8	Matriz de impacto general	208

## ÍNDICE DE IMÁGENES

1,1	vestimenta afro	39
1,2	vestimenta indígena	39
1,3	cultivo de frejol	54
1,4	trillado de frejol	55
1,5	limpieza del frejol	55
1,6	almacenamiento del frejol	56
1,7	almacenamiento de haba seca	61
1,8	feria comunitaria de Pimampiro	62

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

1,1	situación de la pea	48
1,2	comercialización del frejol arbustivo	57
1,3	sistema de comercialización del haba seca	62
3,1	consumo del café	102
3,2	tipos de café	103
3,3	marcas de café	104
3,4	café alternativos	105
3,5	adquisición	106
3,6	opción de cambio	107
3,7	presentación	108
3,8	precios de café	109
3,9	nivel de satisfacción	110
3,10	oferta de café tradicional	112
3,11	sistema de comercialización	120
4,1	ubicación de la microempresa	130
4,2	diagrama para la obtención del café artesanal a partir de haba y fréjol tostados	137
4,3	diseño de las instalaciones	143
4,4	diseño de la fachada de “café Ambuco”	144
6,1	organigrama estructural empresa	186

## JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de grado tiene como objetivo instalar una planta de producción que dará un valor agregado a los productos de la zona, como es el frejol y el haba en la parroquia Ambuquí.

Con la implementación del presente proyecto se generará empleo en la comunidad El Juncal y por ende en la parroquia Ambuquí, esto conlleva a que la economía local se active y crezca, mejorando la calidad de vida de los habitantes Ambuquireños; así también, se beneficiarán los principales proveedores de la materia prima como son los agricultores quienes producen frejol y haba en la parroquia Ambuquí, ya que se adquirirá directamente a ellos los ingredientes para la elaboración del Café Artesanal Leguacafé. Para la ejecución del proyecto se escogió a la comunidad El Juncal por encontrarse cercana a los productores y tener viabilidad para realizar la distribución del producto final.

La tendencia en el consumo de sucedáneos de café es creciente, ya que cada día las personas quieren mejorar su salud y bienestar; por lo que buscan nuevas alternativas de bebidas que no dañen ni deterioren su salud, pero que de alguna manera que se conserve el sabor del café al cual están acostumbrados, es así que nace la alternativa de producción del café a base de frejol y haba, con el fin de brindar a la población un producto que conlleve grandes atributos, mismo que permita al consumidor satisfacer su gusto por el café como también cuidar y mejorar su salud.

## **OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de Producción y Comercialización de café artesanal en la comunidad El Juncal, parroquia Ambuquí, provincia Imbabura”.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Realizar un diagnóstico situacional en la parroquia de Ambuquí en relación a la producción y comercialización de los principales ingredientes para la elaboración del producto; como son: el fréjol y haba (granos secos), estableciendo un diagnóstico externo, a fin de determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos en la implementación de la microempresa productora y comercializadora de café artesanal.

Estructurar las bases teóricas y científicas mediante una Investigación bibliográfica que permita sustentar todas las fases del proyecto.

Realizar un estudio de mercado donde se obtenga información relevante, vinculado a establecer las características del café artesanal, su mercado meta, segmentación, a través del análisis de la demanda, proyección de oferta, canales de comercialización e identificar las amenazas y oportunidades que tiene la empresa para posicionar su producto en el mercado del cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

Estructurar el estudio técnico que permita determinar el tipo de empresa, tamaño, localización y las inversiones requeridas para organizar el sistema de producción de la microempresa.

Efectuar un estudio económico –financiero de la producción y comercialización de café artesanal, haciendo referencia a la inversión total requerida para la creación de la planta, se realizará el cálculo del costo de oportunidad, estado de pérdidas y ganancias, flujo de caja, evaluaciones del VAN, TIR, período de recuperación y el beneficio costo.

## METODOLOGÍA

Para este estudio la información que se recolectó se lo hizo en base a las diferentes técnicas de investigación de campo, siendo las utilizadas en su momento las siguientes:

Para la obtención de la información primaria se consideró conveniente la aplicación de técnicas como: la observación directa y encuestas que fueron diseñadas en base a las variables.

El tipo de estudio que se aplicó es descriptivo porque este permitió determinar su estado actual y a la vez señalar los aspectos más relevantes del problema identificado.

La presente investigación tiene un carácter propositivo por que el proyecto tiende a dar soluciones al problema identificado.

Por los medios que se utilizaron para obtener datos en el desarrollo del capítulo III, la investigación fue de campo.

Para el desarrollo del Diagnóstico Situacional y Marco Teórico se utilizaron medios bibliográficos, libros, artículos, ensayos, etc. Por lo que será una investigación de tipo bibliográfica.

# CAPÍTULO I

## 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

### 1.1. ANTECEDENTES DIAGNÓSTICOS

El café es una bebida que se obtiene de la mezcla entre agua caliente y granos tostados y molidos de la planta de café (coffea de la familia Rubiácea conocida como cafeto).

Debido a su alto contenido en cafeína que contiene el café común, supone varios riesgos. Los más conocidos son: la ansiedad y el aumento en los niveles del colesterol, así como la hipertensión y osteoporosis. Por otra parte, no es aconsejable en casos de embarazo y es nocivo para mantener los dientes blancos.

Por esta razón muchas personas han optado por el café descafeinado aunque también hay otros granos naturales como el frejol y haba, que son aconsejables para reemplazar al café. Es aquí donde se ve la oportunidad para hacer negocio: la idea es producir y comercializar un sucedáneo de café elaborado a base de frejol y haba (granos secos) tostados y molidos.

Este es el café artesanal; será un producto libre de cafeína que cubrirá las necesidades de personas que quieren disfrutar de una bebida de sabor suave y aprovechar los beneficios de productos naturales para cuidar la salud.

Ecuador es un país que se caracteriza por ser agrícola y ganadero. Permite en el sector agrícola el cultivo “tradicional” como es la producción de frejol y haba, que se ha venido desarrollando de una forma favorable en muchos países de América latina.

Específicamente en el Ecuador la producción de frejol y haba se centra en la

región sierra, son productos altos en proteínas y vitaminas, benéficos para la salud de las personas, mismos que son incluidos en la dieta diaria de los ecuatorianos, por lo cual se busca elaborar una nueva alternativa de consumo de estas leguminosas, para reducir el consumo del café tradicional.

Esto nos ha llevado a realizar un diagnóstico situacional en la parroquia de Ambuquí con el cual se pretende conocer la situación actual del sector agrícola, enfocándonos en la producción de frejol y haba para tener un marco de referencia que sustente la viabilidad de la implantación de la microempresa de producción y comercialización de Café Artesanal a bases de los dos productos.

Metodológicamente, iniciaremos planificando el proceso del diagnóstico situacional, determinando los objetivos diagnósticos, variables, indicadores, matriz de relación diagnóstica, determinando las fuentes de información, y el respectivo análisis de la información obtenida. A continuación detallamos los aspectos señalados.

## **1.2. OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS**

### **1.2.1. Objetivo General**

Realizar un diagnóstico situacional en la parroquia de Ambuquí en relación a la producción y comercialización de fréjol y haba(granos secos), principales ingredientes para la elaboración del café artesanal, estableciendo un diagnóstico externo, a fin de determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos en la implementación de la microempresa.

### **1.2.2. Objetivos Específicos:**

**1.2.2.1.** Establecer los antecedentes geográficos ambientales de la parroquia de Ambuquí.

1.2.2.2. Analizar datos socio – demográficos de Ambuquí

1.2.2.3. Determinar los aspectos socioeconómicos del área de influencia del proyecto a implantarse.

1.2.2.4. Analizar aspectos agroeconómicos sobre la producción y comercialización actual del haba y frejol principales ingredientes para la elaboración del café artesanal.

### **1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

Con la finalidad de brindar un mayor entendimiento y análisis se ha llegado a identificar las principales variables que se analizarán en el presente estudio.

1.3.1. Antecedentes Geográficos Ambientales

1.3.2. Datos Sociodemográficos

1.3.3. Aspectos Socioeconómicos

1.3.4. Aspectos Agroeconómicos

### **1.4. INDICADORES**

A continuación se detalla los indicadores de cada variable, los cuales ayudan a identificar la información que nos permita sintetizar el diagnóstico situacional en la parroquia de Ambuquí.

#### **1.4.1. Aspectos Geográficos- Ambientales**

1.4.1.1. Ubicación Geográfica

1.4.1.2. Conformación Territorial

1.4.1.2. Datos geográficos Ambientales

1.4.1.3. Impactos Ambientales

## **1.4.2 Datos Sociodemográficos**

1.4.2.1. Antecedentes Históricos

1.4.2.2. Datos Demográficos

1.4.2.2. Aspectos Generales de la Población

## **1.4.3. Aspectos Socioeconómicos**

1.4.3.1. Población Económicamente Activa

1.4.3.2. Actividades Económicas

1.4.3.3. Ingresos por familia

## **1.4.4 Aspectos Agroeconómicos**

1.4.4.1. Labores Agrícolas

1.4.4.2. Producción (frejol, haba)

1.4.4.3. Comercialización (frejol, haba)

## 1.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICAS	PÚBLICO META
Establecer los antecedentes geográficos ambientales de la parroquia de Ambuquí.	Aspectos Geográficos-Ambientales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación Geográfica</li> <li>• Conformación Territorial</li> <li>• Datos geográfico Ambientales</li> <li>• Impactos Ambientales</li> </ul>	Secundaria	Documental Observación	PLAN DE TRABAJO GADP AMBUQUI PDATE GADP AMBUQUI
Analizar datos sociodemográficos de Ambuquí	Datos Socio-demográficos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Antecedentes históricos</li> <li>• Datos demográficos</li> <li>• Aspectos generales de la población</li> </ul>	Secundaria	Documental Observación	INEC PDATE GADP AMBUQUI FUNDACIÓN AGRECO
Determinar los aspectos socioeconómicos del área de influencia del proyecto a implantarse	Aspectos Socio Económicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Población Económicamente Activa</li> <li>• Actividades económicas</li> <li>• Ingresos por familia</li> </ul>	Secundaria	Documental	INEC PDOT GADP AMBUQUI ASOC. COCHAPAMBA
Analizar aspectos agroeconómicos sobre la producción y comercialización actual de haba y frejol.	Aspectos Agro-económicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Labores Agrícolas</li> <li>• Producción (frejol, haba)</li> <li>• comercialización (frejol, haba)</li> </ul>	Primaria Secundaria	Entrevistas Documental Observación	A. COCHAPAMBA A. SAN MARTIN A. LA ESPERANZA MAGAP INIAP

**Fuente:** Original

**Elaborado por:** La Autora

## 1.6. FUENTES DE INFORMACIÓN

### 1.6.1. Primaria

A través de entrevistas realizadas a las asociaciones de Frijoleros así como a la Asociación de Cochapamba en la parroquia de Ambuquí se obtuvo la información necesaria correspondiente al tema de estudio.

### 1.6.1. Secundaria

La información secundaria fue obtenida de la fuente documental de varias instituciones como: el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra, Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Ambuquí, Fundación AGRECO, Asociación

Cochapamba, Asociación San Martín. Y a través de la observación directa de los hechos que se producen en el sector.

## **1.7. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA**

### **1.7.1. Aspectos Geográficos- Ambientales**

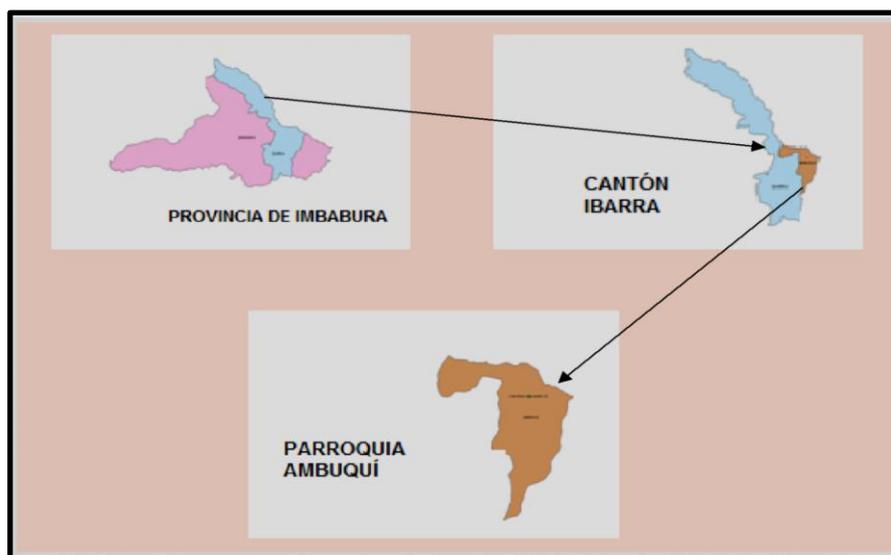
Aquí se identifica la ubicación de la parroquia, sus límites, comunidades que la conforman, así como también se hace realce de las actividades que afectan a la parroquia ambientalmente y a sus habitantes.

#### **1.7.1.1. Ubicación Geográfica**

La parroquia de Ambuquí se encuentra 34 km al noreste de la ciudad de Ibarra. Es un valle que posee tierras cálidas y variados microclimas.

En la parte alta se puede apreciar grandes extensiones de páramos y bosque natural atravesados por varias quebradas afluentes de agua natural para el consumo de los habitantes de la parroquia. En la parte baja existen pequeñas llanuras que contienen material pétreo acarreado por las aguas de las quebradas desde las alturas, mismas que desembocan en el Río Chota, el cual cruza por este valle dando lugar a la formación de grandes orillas.

El territorio de la parroquia Ambuquí que forma parte del cálido Valle del Chota antes llamado Coangue, y que avanza hasta el bosque nativo y páramos de Rancho Chico, se localiza a 34 km. de la ciudad de Ibarra, capital de la provincia de Imbabura, y la cabecera parroquial que lleva el mismo nombre, se ubica a 1.7 km de la carretera panamericana.



apa N° 1.1. Ubicación Geográfica de Ambuquí

Fuente: Ing. Hilda Flores

Elaborado por: La Autora

### ➤ Límites

A continuación se detalla los datos territoriales de la presente investigación

**CUADRO N°1.1 Datos Territoriales Parroquia Ambuquí**

<b>País:</b>	Ecuador
<b>Provincia:</b>	Imbabura
<b>Cantón:</b>	Ibarra
<b>Parroquia:</b>	Ambuquí
<b>Superficie:</b>	132,05 km <sup>2</sup>
<b>Ubicación:</b>	Norte del país, noreste de Ibarra
<b>Límites:</b>	<p><b>Al Norte:</b> con la provincia del Carchi, donde el río Chota es su límite natural.</p> <p><b>Al Sur:</b> la parroquia de Mariano Acosta del cantón Pimampiro</p> <p><b>Al Este:</b> con la quebrada e Chalguayacu, límite con el cantón Pimampiro</p> <p><b>Al Oeste:</b> con la Hacienda de Pimam, en la jurisdicción de la parroquia Urbana El Sagrario del cantón Ibarra.</p>
<p>Particularmente, Ambuquí como cabecera parroquial se encuentra dentro de un pequeño valle, y está rodeada por dos cordilleras secas y erosionadas: Puntas Urcu, al oriente y Loma de Pimam al occidente.</p>	

Fuente: Plan de Desarrollo Organizativo Territorial 2012

Elaborado por: La Autora

### 1.7.1.2. Conformación Territorial.

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Ambuquí con la finalidad de administrar mejor el territorio lo ha organizado en zonas (baja, media y alta), tomando como criterios: la ubicación de las comunidades, el grado de relación entre ellas y el tipo de etnia al que pertenecen; es así que, la parroquia de Ambuquí presenta tres zonas socio geográficas bien definidas, las cuales se indican a continuación de forma ascendente:

- **Zona baja**, comprende las comunidades afrochoteñas de: Chota, Carpuela, Juncal, que presentan patrones de poblamiento rural en forma aglomerada (Dublin, 1990), y están asentadas cerca al río Chota, considerado como el principal curso de agua sobre el que se desarrollan las interrelaciones socio culturales.
- **Zona media**, integrada por: La Playa y el Ramal de Ambuquí, centro poblado de Ambuquí, y San Clemente. La población que habita en esta zona mayormente es mestiza.
- **Zona alta**, comprende las comunidades: Peñaherrera, Chaupi Guarangui, Apangora, Rumipamba y Rancho Chico. Según datos del CODENPE, las cinco comunidades que a su vez forman parte de la Unión de Organizaciones Campesinas de Cochapamba, pertenecen a la nacionalidad Kichwa y al pueblo Karanqui. Forman parte del paisaje andino y aún gozan de la presencia de relictos de ecosistemas estratégicos como el páramo y bosque nativo alto andino.

### 1.7.1.3. Datos Geográfico Ambientales

- **Clima**

El comportamiento de los factores tanto de temperatura como de precipitación

(lluvia) y su correlación con la altitud, da lugar a tres tipos de climas en la Parroquia Ambuquí, que según la clasificación de Pourrut (1983) son:

- ecuatorial mesotérmico seco,
- ecuatorial mesotérmico semi húmedo,
- ecuatorial de alta montaña.

➤ **Suelo**

En la parroquia Ambuquí el 70% del suelo está dedicado a actividades económicas como; la agricultura, ganadería, minería, otros y el 30% se mantiene como sectores verdes, mismos que son cuidados para evitar la deforestación, especialmente se cuida el sector de los páramos, lugar de donde se provee el líquido vital para los habitantes de Ambuquí.

➤ **Recursos Hídricos (Agua)**

Los principales cursos de agua que limitan a la parroquia son: el río Chota ubicado en el límite norte y es parte de la división provincial. Al sur se encuentra la quebrada Chorrera que da inicio a la formación de la quebrada Ambuquí y es determinante en el abastecimiento de agua para consumo humano y riego de las poblaciones ubicadas en la zona alta y media de la parroquia. Al este, se ubica la quebrada el Prado que es límite con el cantón Pimampiro.

La mayor parte representan concesiones de agua para uso doméstico, se localizan en la zona alta y corresponden a caudales provenientes de las vertientes presentes en el páramo, que son como esponjas naturales para el aprovisionamiento de agua de consumo humano de las familias asentadas en 5 comunidades de la zona alta, la cabecera parroquial y la Playa de Ambuquí.

En la Comunidad de Carpuela, la captación se realiza del canal de riego Ambuquí, y cuentan con una planta convencional de la cual solo se utiliza el sedimentador

como complemento de la planta de tratamiento compacta.

La comunidad Chota, se abastece de las vertientes que se encuentran en la parroquia San Vicente de Pusir- Carchi.

En la comunidad El Juncal, el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda realizó una donación de una planta de tratamiento compacto, mismo que fue remplazarla por una con fondos de la EMAPA-I.

La parroquia cuenta con dos sistemas de riego representativos:

**Canal de riego Alto Ambuquí**, ubicado en la zona media, diseñado para captar 146 Lit/seg. de la quebrada de Trapichuco, misma que se alimenta de las vertientes ubicadas en la zona alta y que posibilita irrigar alrededor de 120 Has.

**Canal de riego Ambuquí Bajo**, forma parte del sistema de riego Ambuquí y es la principal infraestructura de riego presente en la zona del Valle del Chota.

#### **1.7.1.2. Impactos Ambientales**

En lo que respecta a las actividades que causan un gran impacto ambiental en la parroquia Ambuquí detallamos a continuación las siguientes:

##### ➤ **Contaminación del Agua**

El problema se presenta cuando las sustancias altamente tóxicas son utilizadas exageradamente en el suelo; además, existen casos donde se han vertido tanques de productos químicos en las quebradas contaminando el agua, situación que se agrava con las lluvias, pues el agua arrastra estos compuestos hacia las vertientes, afectando directamente la salud de las familias que usan diariamente.

En lo que respecta a la zona baja de la parroquia, el principal problema y

desequilibrante para la salud del río Chota constituye la descarga directa de la mayor parte de aguas domésticas provenientes de las comunidades que se encuentran cerca a este importante cuerpo de agua y que se suman a la carga contaminante de los asentamientos humanos aguas arriba.

➤ **Explotación Minera**

Uno de los problemas ambientales relevantes de la Parroquia Ambuquí es la explotación minera, puesto que lo consideran como una mina de oro debido a los múltiples beneficios que se pueden obtener. La mayor parte de canteras, no cuentan con los permisos correspondientes para su operación; por lo que, la mitigación de los efectos ambientales no son efectivos, ocasionando molestia a los moradores asentados en zonas cercanas.

Además, con las excavaciones permanentes, se afecta la estabilidad de taludes y orillas de la quebrada Ambuquí y río Chota principalmente, que en época lluviosa generan graves daños ya que las crecidas llevan abundante material de arrastre y muchas veces ingresa a las viviendas, zonas de cultivos, vías de acceso dejando daños cuantiosos.

➤ **Tala de Árboles**

Actualmente en las comunidades altas se está realizando la tala de árboles destruyendo de esta manera la naturaleza. Pues cada árbol talado significa la muerte de miles de pequeños seres que en él y en sus alrededores habitan, la tala indiscriminada que se realiza pone en serio riesgo la supervivencia de millones de animales que habitan en bosques situados en este sector.

### **1.7.2. Datos Sociodemográficos**

Los datos sobre la historia han sido tomados de los trabajos realizados por la fundación de Agroecológica y Agroturismo “AGRECO”, Organización no gubernamental que ha intervenido en el territorio desde hace algunos años.

### 1.7.2.1. Antecedentes Históricos

La historia de Ambuquí permite retroceder al año 1582, en donde el padre Antonio Borja menciona por primera vez que en el valle debajo del Coangue existe una quebrada llamada Amboqui, este nombre se debió a un principal cacique en cuyo poder tenía a cuarenta indios.

También se manifiesta que antiguamente esta zona se encontraba habitada por una tribu indígena cuyo jefe era el cacique Ambuco, quienes posteriormente la abandonaron debido a la llegada de una grave enfermedad llamada Fiebre Amarilla que acabó con la vida de varios habitantes de esta comunidad.

La parroquia Ambuquí administrativamente pertenecía a la Parroquia de Pimampiro pero de acuerdo a la División Territorial de la Gran Colombia, expedida el 25 de Junio de 1824 es reconocida como parroquia civil.

En lo que respecta al campo religioso, el 6 de septiembre de 1824 se solicita al sacerdote de la parroquia de Pimampiro se designe un párroco para este poblado a fin de que se cumpla con los deberes sagrados del ministerio.

Razón fundamental para que en el año de 1927, se cree la parroquia eclesiástica y que en acta dice: *“San Alfonso de Ambuquí, 27 de marzo de 1927, en esta fecha tomé posesión de esta nueva parroquia eclesiástica y al siguiente día domingo celebré la misa y púsela bajo la Protección de nuestra señora de la Nieves y San Alfonso, patrono del lugar”*.

#### ➤ Datos Demográficos

Para el análisis demográfico de la parroquia Ambuquí, se utilizará la información proporcionada por el Censo de Población y Vivienda realizado en noviembre del 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador (INEC), complementada con los datos proporcionados por los actores que participaron en los talleres de identificación de problemas y potencialidades.

➤ **Población y evolución demográfica.**

Según el INEC en el Censo de Población y vivienda del año 2010 la población total de la parroquia asciende a **5477 habitantes** (49,42% hombres y 50,58% mujeres). La población más representativa es la afroecuatoriana con el 42,32%, seguido por la mestiza que alcanza el 36,50%.

**CUADRO N° 1.2 Población Total por Autoidentificación**

Identificación	sexo		Total	Total %
	Hombre	Mujer		
<u>Afroecuatoriano</u>	1.087	1.231	2.318	42,32
Mestizo	1.051	948	1.999	36,50
Negro	239	275	514	9,38
Indígena	201	204	405	7,39
Mulato	80	69	149	2,72
Blanco	43	40	83	1,52
Montubio	5	3	8	0,15
Otro	1	-	1	1,02
<b>TOTAL</b>	<b>2.707</b>	<b>2.770</b>	<b>5.477</b>	<b>100</b>

**Fuente:** INEC Censo de Población y vivienda 2010

**Elaborado por:** La Autora

➤ **Estructura por Edad y Género.**

Se define en base a la clasificación de grupos de edades de un territorio, y para lo cual se estableció en grupos de acuerdo a la norma establecida por el INEC.

**CUADRO N° 1.3 Población por Grupos de Edad y Genero**

EDADES	SEXO		POBLACIÓN TOTAL
	HOMBRE	MUJER	
De 0 a 14 años	955	873	1.828
De 15 a 65 años	1.551	1.656	3.207
De 66 años y más	201	241	442
	<b>2.707</b>	<b>2.770</b>	<b>5.477</b>

**Fuente:** INEC Censo de Población 2010

**Elaborado por:** La Autora

Como se observa en los datos del cuadro se determina que la mayoría de población de la parroquia Ambuquí la conforman los jóvenes a partir de 15 años y adultos hasta los 65 años, aspecto muy importante para el desarrollo de la parroquia.

### 1.7.2.2. Aspectos Generales de la Parroquia

A continuación se detalla varios aspectos que identifican a la Parroquia Ambuquí en su cultura, identidad, tradiciones, que hacen de sus comunidades sean reconocidas a nivel local, nacional e internacional.

#### ➤ Cultura e Identidad

La parroquia Ambuquí se caracteriza por tener una diversidad étnica y cultural debido a que existen varias comunidades que aún conservan sus raíces y tradiciones ancestrales, dentro de ella se encuentra la Bomba, baile típico de la zona baja de Ambuquí, para lo cual utilizan instrumentos autóctonos de la zona, así también se mantiene las costumbres en la zona alta donde su representación típica es a través del baile San Juanito presentando las ofrendas al sol, a la naturaleza y otras actividades que caracterizan a la población de la parroquia como multiétnica y plurinacional.

**CUADRO N° 1.4 Asentamientos Poblacionales de Ambuquí**

ZONAS	COMUNIDADES	ETNIAS
ZONA BAJA	Chota	Afrochoteños
	Carpuela	Afrochoteños
	Juncal	Afrochoteños
ZONA MEDIA	La playa y Ramal de Ambuquí	Mestiza
	Ambuquí	Mestiza
	San clemente	Mestiza
ZONA ALTA	Peñaherrera	Mestiza-indígena
	Chaupi Guarangui	Mestiza-indígena
	Apangora	Mestiza-indígena
	Rumipamba	Mestiza-indígena
	Rancho chico	Indígena

**Fuente:** Plan Estratégico 2009 del GAD Parroquia Ambuquí

**Elaborado por:** La Autora

➤ **Vestimenta Típica de Ambuquí**

La vestimenta típica de los pobladores de la zona baja de la parroquia Ambuquí es la que se muestra a continuación.



**Imagen N° 1.1 Vestimenta Afro**  
**Fuente:** Observación directa  
**Elaborado por:** La Autora

Sin embargo la vestimenta típica de las comunidades ubicadas en la parte alta de la parroquia es la siguiente:



**Imagen N° 1.2 Vestimenta Indígena**  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado por:** La Autora

➤ **Tradiciones**

Dentro de las principales tradiciones ancestrales que se siguen cultivando en la parroquia Ambuquí son:

- Fiestas del Inti Raymi
- Fiestas del San Juan
- Fiestas de Santa Mercedes
- Fiestas de San Alfonso Patrono de Ambuquí
- Fiestas de San Martín en la comunidad El Juncal
- Fiestas del Coangue en carnaval.

➤ **Emprendimientos Sociales**

Entre los emprendimientos sociales que más se destacan son los siguientes:

- ❖ Asociación de Productores de Artesanías en Barro “Sueño Negro”, quienes trabajan en la elaboración de máscaras de barro, estatuas, collares entre otros diseños propios de la cultura afro.
- ❖ Asociación de Mujeres Emprendedoras, está conformada por amas de casa quienes se dedican a la confección de ropa tradicional afro.
- ❖ El grupo de Música Bomba “Los Auténticos del Valle” quienes han producido ya tres generaciones de músicos.
- ❖ Asociación El Mirador del Juncal, quienes se dedican a brindar guía turística en la parroquia sin fines de lucro.

➤ **Salud**

En la parroquia Ambuquí existen varios centros de salud que están dirigidos por un médico general y dos enfermeras quienes trabajan en coordinación con el programa de del Ministerio de Salud del país.

**CUADRO N° 1.5 Centros Médicos de la Parroquia**

<b>INSTITUCION</b>	<b>COMUNIDAD</b>	<b>CONTROLADO</b>
Subcentro Ambuquí	Ambuquí	Ministerio de Salud
Subcentro Carpuela	Carpuela	Ministerio de Salud
Dispensario Odontológico	San Clemente	Junta Parroquial
Dispensario Médico del Seguro Campesino	El Juncal	IESS

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** La Autora

➤ **Educación**

Es una condición que determina la aptitud y la actitud de la población, pues de ello depende el nivel y la calidad de intervención en un territorio.

➤ **Alfabetismo y Analfabetismo.**

El 88,21% de la población de Ambuquí es alfabeta es decir sabe leer y escribir; mientras que, el 11,79 % es analfabeta, lo que significa que no sabe leer ni escribir. De la Población analfabeta, el 7, 20% son mujeres y 4,59% son hombres.

**CUADRO N° 1.6 Población que Sabe Leer y Escribir**

<b>Sexo</b>	<b>Si sabe leer y escribir</b>		
	<b>Si</b>	<b>no</b>	<b>Total</b>
Hombre	44.54%	4.59%	49.13%
mujer	43.67%	7.20%	50.87%
<b>TOTAL</b>	<b>88.21%</b>	<b>11.79%</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** INEC Censo de Población y vivienda 2010

**Elaboración:** La Autora

• **Alfabetismo y Analfabetismo por Autoidentificación.**

Se analiza a la población de la parroquia Ambuquí que sabe leer y escribir en relación a su autoidentificación:

**CUADRO N° 1.7 Población sabe Leer y Escribir por Autoidentificación.**

Autoidentificación Según Cultura Y Costumbres	%	Si sabe leer y escribir		
		si	no	Total
1.Indígena	7,48%	72,97%	27,03%	100,00%
2.Afrodescendientes	54,49%	90,39%	9,61%	100,00%
3.Montubios	0,12%	83,33%	16,67%	100,00%
4.Mestizo	36,29%	87,97%	12,03%	100,00%
5.Blanco	1,60%	91,14%	8,86%	100,00%
6.Otros	0,02%	100,00%		100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>88,21%</b>	<b>11,79%</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** INEC Censo de Población y vivienda 2010

**Elaboración:** La Autora

A través del cuadro estadístico se evidencia que el grupo étnico con mayor tasa de analfabetismo es la población indígena con un 27.03%, indicando que en la zona alta existe mayor analfabetismo, el grupo étnico afrodescendiente presenta el 9,61% de analfabetismo indicándonos de igual manera que existe un mayor interés por la población afro en autoeducarse.

La parroquia cuenta con Instituciones Educativas en todas las comunidades mismas que a continuación se detalla:

**CUADRO N°1.8 Jardines de Infantes**

NOMBRE	COMUNIDAD
Euclides Muñoz	El Chota
Ambuquí	Ambuquí
Martina Carrillo	Carpuela
Calixto Miranda	El Juncal
José Cuero y Caicedo	
Prekinder Conejitos Saltarines	Peñaherrera

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** La Autora

La Parroquia Ambuquí tiene 8 escuelas, 2 Centros Educativos y 1 Unidad Educativa situadas en las diferentes comunidades como se detalla a continuación:

**CUADRO N°1.9 Instituciones Educativas**

<b>NOMBRE</b>	<b>COMUNIDAD</b>
Escuela José María Urbina	El Chota
Escuela Fiscal El Ramal de Ambuquí	El Ramal
Centro Educativo Cesar Borja	Ambuquí
Escuela Mixta Luis Cabezas Borja	San Clemente
Unidad Educativa Valle del Chota	Carpuela
Escuela Pedro Claver	Carpuela
Centro Educativo Luis Napoleón Dillon	El Juncal
Escuela Fiscal Mixta José Cuero y Caicedo	Peñaherrera
Escuela Fiscal Mixta Víctor Manuel Mideros	Chaupi Guarangui
Escuela Dr. Tarquino Jaramillo	Apangora
Escuela Fiscal Mixta Marieta de Veintimilla	Rancho Chico
Escuela Fiscal Mixta 27 de Febrero	Rumipamba

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** La Autora

En la actualidad, la mayor parte de los estudiantes se educan en las instituciones educativas de la localidad mientras que un bajo porcentaje lo realiza en la Cantón Pimampiro y la Ciudad de Ibarra.

Para continuar con los estudios del Bachillerato la mayoría lo realizan en la Unidad Educativa Valle del Chota, ya que es la única Institución que mantiene carreras como: Químico Biólogo, Mecánica Automotriz, Administración en Sistemas y Bachillerato Técnico.

Por iniciativa del Proyecto COCHAPAMBA Y apoyo económico de la Fundación Visión Mundial en los últimos años se ha dado apoyo educativo a las comunidades de la parte alta a fin de reducir el porcentaje de analfabetismo.

➤ **Infraestructura y Servicios Básicos**

La Parroquia cuenta con los siguientes servicios básicos:

- **Agua Entubada:** Siendo un recurso vital para la vida humana la Parroquia Ambuquí cuenta únicamente con agua entubada la cual no está

sometida a ningún tratamiento de potabilización. Su distribución se la efectúa en base a sistemas los cuales se mencionan a continuación:

- Sistema de Agua Entubada la Chorrera-Ambuquí (EMAPA), Sistema Chaupi Guarangui-Peñaherrera (IEOS), Sistema el Carmelo-Manzano Guarangui (IEOS).
- **Alcantarillado:** La mayoría de comunidades posee letrinas sanitarias en cada uno de sus domicilios, a excepción de Ambuquí (cabecera parroquial) que posee alcantarillado y tratamiento de aguas servidas.
- **Recolección de Basura:** se realiza a través del carro recolector municipal los días martes y viernes en lo que respecta a las comunidades situadas en la parte baja, a diferencia de las otras en donde la basura se arroja a las quebradas o son incineradas debido a que no cuentan con este servicio.
- **Energía Eléctrica:** Todas las comunidades cuentan con el servicio de luz. Gracias a la iniciativa de la Unión de Comunidades Campesinas Cochapamba planificaron la dotación de energía eléctrica a 10 comunidades a fin de solucionar este problema social.
- **Servicio De Telefonía:** La parroquia Ambuquí cuenta con el servicio de telefonía móvil y convencional. En lo referente a la telefonía móvil la empresa CLARO domina el mercado en esta localidad por su tecnología, lo que no sucede con las otras operadoras móviles.
- **Vialidad:** La principal vía de acceso que permite llegar a la parroquia Ambuquí es la Panamericana Norte la cual atraviesa el tramo El Ramal, la Playa, Carpuela, El Juncal y Chota. Para llegar a la cabecera existe una vía asfaltada a 1.4 km desde la panamericana norte, sin embargo para llegar a las comunidades lejanas existen carreteras de tercer orden

mismas que son afectadas en épocas lluviosas y en algunas ocasiones tienen incomunicadas algunas poblaciones.

- **Transporte:** La Parroquia cuenta con el servicio de Cooperativa de Transporte Oriental que sale desde el Cantón Pimampiro hasta la ciudad de Ibarra. En Ambuquí (cabecera parroquial) existen la cooperativa de transportes COMTRANS que presta sus servicios a los pobladores de esta zona.

### ➤ **Seguridad Ciudadana**

La Parroquia Ambuquí cuenta con dos Unidades de Policía Comunitaria una en la Cabecera Parroquial y otra en El Juncal, las cuales prestan sus servicios a fin de vigilar y salvaguardar la integridad de los pobladores que habitan en esta zona. También existe una Unidad de Bomberos que dispone de una Ambulancia en casos de emergencia.

### **1.7.3. Aspectos Socioeconómicos**

El sistema económico, engloba estructuras que comprenden las relaciones económicas, sociales e institucionales, conjugados con los elementos demográficos, geográficos y técnicos. Territorialmente, resulta sostenible cuando se propicia la optimización de todos los recursos existentes, pero sobre todo, de los más escasos, para satisfacer las necesidades básicas de la población.

#### **1.7.3.1. Estructura económica y ocupacional de la población parroquial.**

Según los datos del Censo 2010 de Población y Vivienda, la parroquia Ambuquí registra un total de 5477 habitantes, de los cuales, 2707 (49%) son Hombres y 2770 mujeres que representan el 51%. El valor del porcentaje de mujeres, es muy cercano al de la población femenina de la Provincia de Imbabura.

Tomando en cuenta el porcentaje de crecimiento demográfico de 1.51% anual según el INEC, en la parroquia Ambuquí hay aproximadamente 5818 habitantes al 2014.

### 1.7.3.2. Población en Edad de Trabajar (PET).

Se refiere a aquella población que tiene la edad mínima para incorporarse al mercado laboral y la edad máxima en la cual debe retirarse. En el Ecuador, según los datos existentes, se tiene considerado como límite mínimo de edad quince años y como máximo 65 años.

Con la consideración anterior y tomando en cuenta los datos aproximados de la población de Ambuquí al 2014, se tiene la siguiente información:

**CUADRO N° 1.10 *Personas en Edad de Trabajar (PET).***

sexo	Casos	%
Hombre	2.123	48.85%
Mujer	2.223	51.15%
<b>Total</b>	<b>4.346</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Censo INEC 2010

**Elaboración:** La Autora.

Además, dentro de este tamaño de población (4346 personas), es importante identificar la población considerada económicamente activa (PEA) y aquella que se encuentra económicamente inactiva (PEI); para lo cual, se presenta los datos siguientes:

**CUADRO N°1.11 *Situación de la PET***

sexo	Casos	%
PEA	2.226	51.22%
PEI	2.120	48.78%
<b>Total</b>	<b>4.346</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Censo INEC 2010

**Elaboración:** La Autora.

De acuerdo a los resultados señalados, existe escasa diferencia entre la PEA y PEI, lo cual conlleva a concluir que en una familia, sus integrantes mantienen un 50% de sus ingresos estables. Esta característica se da por que la mitad de la población trabaja como jornaleros y no mantienen un puesto de trabajo como los demás. O al menos trabajan una vez en semana para conseguir su subsistencia diaria.

### 1.7.3.3. Población económicamente activa (PEA).

Considerada también, como la fuerza de trabajo con la que cuenta un territorio. Se conforma por aquellas personas de diez años y más, que han trabajado al menos una hora durante la semana de referencia o a pesar de no haber trabajado, están empleados (ocupados), pese a encontrarse ausentes, por motivos como: enfermedad, estudios, vacaciones, licencia, etc. También integran la PEA quienes carecen de empleo (desocupados), pero están disponibles para trabajar.

#### ➤ Situación de la Población Económicamente Activa (PEA).

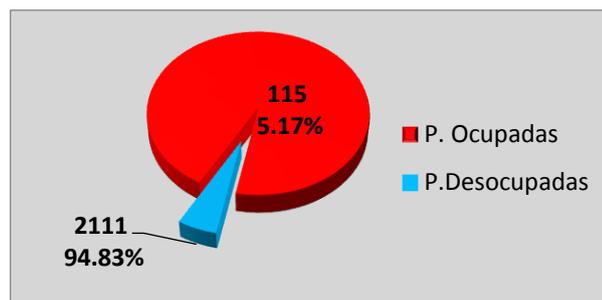
Con la finalidad de ahondar en el análisis ocupacional de la PEA parroquial, a continuación se presenta datos que reflejan el porcentaje de ocupación y desocupación poblacional.

**CUADRO N° 1.12 Situación de la PEA**

<b>Situación</b>	<b>Casos</b>	<b>%</b>
P. Ocupada	2111	94.83
P- Desocupada	115	5.17
<b>TOTAL</b>	<b>2.226</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Censo INEC 2010

**Elaboración:** La Autora.



**GRAFICO N° 1.1 Situación de la PEA**

**Fuente:** Censo INEC 2010

**Elaboración:** La Autora.

De los datos señalados el 94.83% corresponde a la población que se encuentra ocupada y un pequeño porcentaje está en situación de desocupación. Al parecer los datos, son bastante alentadores dentro del escenario económico productivo.

A continuación tratando de ahondar más en el tema de la situación de la población que se mantiene ocupada se presenta la siguiente información:

**CUADRO N° 1.13 Población Ocupada por Genero**

Sexo	Casos	%
Hombre	1315	59.07%
Mujer	796	35.78%
<b>TOTAL</b>	<b>2111</b>	<b>94.83%</b>

**Fuente:** Censo INEC 2010

**Elaboración:** La Autora.

Dentro de la población ocupada, el porcentaje de predominancia hacia los hombres para acceder a un grado de ocupación se mantiene con el 59,07%, frente a un 35,76% de la población femenina.

#### **1.7.3.4 Actividades Económicas**

Tomando en consideración la información obtenida del Censo 2010, sobre la población de la parroquia Ambuquí que se mantiene ocupada, permite identificar el nivel de participación de las 2.111 personas entre hombres y mujeres en los diferentes ámbitos que forman parte del sector productivo.

A continuación se detalla el tipo de actividad económica en la que participa la población parroquial.

**CUADRO N° 1.14 Actividad en la que Participa la Población Parroquial**

RAMA DE ACTIVIDAD	SEXO		TOTAL	%
	HOMBRE	MUJER		
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.	744	150	894	42.35
No declarado	177	181	358	16.96
Comercio al por mayor y menor	70	217	287	13.6
Administración Pública y defensa	50	16	66	3.13
Construcción	48	4	52	2.46
Transporte y almacenamiento	47	4	51	2.42
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	43	7	50	2.37
Industrias manufactureras	35	14	49	2.32
Actividades de alojamiento y servicios de comidas	33	75	108	5.12
Explotación de minas y canteras	14	2	16	0.76
Actividades de la atención de salud humana	14	20	34	1.61
Enseñanza	10	15	25	1.18
Artes, entretenimiento y recreación	8	1	9	0.43
Actividades de los hogares como empleados	5	77	82	3.88
Información y comunicación	4	2	6	0.28
Otras actividades de servicios	4	3	7	0.33
Suministros de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.	2	2	4	0.19
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos.	2	1	3	0.14
Actividades financieras y de seguros	2	-	2	0.09
Actividades profesionales, científicas y técnicas	2	-	2	0.09
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	1	5	6	0.28
<b>TOTAL</b>	<b>1315</b>	<b>796</b>	<b>2111</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Censo INEC 2010

**Elaboración:** La Autora.

Es muy representativo el porcentaje (42,35%) de hombres y mujeres que se dedican a la agricultura, como actividad del sector primario; seguido por un segmento (13,60%) menos representativo pero muy importante en la economía local, el cual está compuesto en su mayoría por mujeres que se dedican a las actividades de comercio al por mayor y menor.

Este último dato, es corroborado por el conocimiento local del territorio, ya que

principalmente en las comunidades afrochoteñas (Juncal, Carpuela, Chota), ubicadas en la zona baja de la parroquia, son las mujeres quienes constituyen el pilar de la economía familiar.

Por otra parte, como dato contrapuesto se tiene a un número muy reducido de personas en calidad de: Técnicos y profesionales del nivel medio, Directores y gerentes, Profesionales científicos e intelectuales; lo que permite deducir que, la principal debilidad territorial, es contar con una mínima cantidad de personas preparadas académicamente que podrían sumar en la gestión integral del territorio.

**CUADRO N° 1.15 Categoría de Ocupación de la Población Parroquial.**

Categoría de ocupación	Sexo		Total	%
	Hombre	Mujer		
Cuenta propia	518	352	870	41.21
Jornalero o peón	356	71	427	20.23
Empleado u obrero privado	200	80	280	13.026
Empleado u obrero del Estado, Municipio o Consejo Provincial	92	53	145	6.87
No declarado	71	106	177	8.38
Patrono	31	17	48	2.27
Trabajador no remunerado	28	27	55	2.61
Socio	16	5	21	0.99
Empleado doméstico	3	85	88	4.17
<b>Total</b>	<b>1.315</b>	<b>796</b>	<b>2.111</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Censo INEC 2010

**Elaboración:** La Autora.

A través del cuadro presentado se puede identificar que el 41,21% de la población ocupada, realizan actividades por cuenta propia; es decir, no tienen relación de dependencia con sectores públicos o privados. El 20,23% de personas donde la gran mayoría son hombres y su condición de ocupación es de jornalero o peón, mismos que generan ingresos básicos o mínimos para el sostén de la familia, y solo el 13,26% de personas mayormente hombres son empleados que tienen ingresos estables para la familia.

### **1.7.3.5 Ingresos por Familia**

Actualmente en el Ecuador el promedio de habitantes por familia a nivel nacional según el INEC es de 4, por lo que en la parroquia Ambuquí habitan aproximadamente 1455 familias.

El promedio de ingresos en las familias de la parroquia de Ambuquí se estima es de 450 a 500 dólares. Esto de las familias que se encuentran en el nivel socioeconómico medio.

### **1.7.4 Aspectos Agroeconómicos**

Específicamente dentro de los aspectos agroeconómicos se analiza la información existente sobre la producción de frejol y haba en la parroquia Ambuquí, mismos que son los principales ingredientes del Café Artesanal objetivo del presente estudio; determinando si se tendrá el abastecimiento de materia prima para la elaboración del café artesanal, y los riesgos y oportunidades que brinda el entorno donde se creará la microempresa.

A continuación se detallan valores de producción, formas de comercialización y la variación de precios que rigen en el mercado sobre los datos requeridos por el presente estudio.

#### **1.7.4.1 Producción del Frejol**

Entre las leguminosas de grano que sirven para el consumo humano, la más importante es el fréjol. Su producción abarca diversas áreas, y su cultivo está distribuido en todo el mundo.

El fréjol es la leguminosa más cultivada en el Ecuador y también constituye la de mayor consumo tanto en grano seco y tierno, ya que constituye una dieta fundamental por su alto contenido proteico y carbohidratos para la población de recursos medio y bajo. Desde hace 30 años aproximadamente los pequeños,

medianos y grandes productores ubicados en las riberas de los ríos Chota y Mira respectivamente, se dedican al cultivo del fréjol arbustivo rojo.

Según el Instituto Nacional de Investigación Agrícola y Pecuaria (INIAP) la producción se encuentra repartida entre las dos provincias, abarcando alrededor de 18.100 hectáreas, donde 11200 hectáreas pertenecen a Imbabura y de ellas 4.000 corresponden al valle del chota, conformado por comunidades de la parroquia de Ambuquí y aledañas a la misma como Chalguyacu, Piquiucho, Pusir: zonas en donde se mantiene los cultivos de frejol por parte de moradores de la parroquia Ambuquí.

Los productores de fréjol arbustivo de menos recursos obtienen rendimientos menores a 1 t/ha de grano seco, los que usan insumos y mejor tecnología alcanzan hasta 1,5 t/ha y algunos agricultores progresistas cosechan hasta 2 t/ha.

Los costos de producción por hectárea se calculan entre 200 a 500 dólares por ciclo de 3 a 4 meses.

A continuación se realizó un análisis de la producción de frejol en la parroquia de Ambuquí, identificando tres tipos de productores:

**CUADRO N°1.16 Producción de Frejol Seco a nivel del Valle del Chota**

<b>PROUDCTOR</b>	<b>HECTÁREAS</b>	<b>TONELADA / HECTÁREA</b>		<b>kilogramos 1000/t</b>
Recursos bajos	4000	1 t/h	4000	<b>4.000.000</b>
Técnico	4000	1.5 t/h	6000	<b>6.000.000</b>
Progresista	4000	2 t/h	8000	<b>8.000.000</b>

**Fuente:** INIAP: DIEGO, Ramos: Producción y Exportación del Frejol.

**Elaborado por:** La Autora

A través de este análisis se establece que la oferta de frejol en la parroquia de Ambuquí y sus alrededores es favorable, ya que se mantendrá de carácter constante en el mercado en un promedio de 4.000.000 de kilogramos de frejol seco al año, tomando como referente a los productores de bajos recursos.

En lo que respecta a la producción de frejol que se encuentra dentro de la jurisdicción de la parroquia Ambuquí se presenta el siguiente cuadro analítico:

**CUADRO N° 1.17 *Producción de Frejol Seco en la Parroquia Ambuquí***

<b>PRODUCTOR</b>	<b>HECTÁREAS</b>	<b>TONELADA / HECTÁREA</b>		<b>kilogramos 1000/t</b>
Carpuela	1.000	1 t/h	1.000	1.000.000
El juncal (Bermejil, Espadilla, la playa)	800	1 t/h	800	800.000
San Clemente	200	1 t/h	200	200.000
<b>Total</b>	<b>2.000</b>		<b>2.000</b>	<b>2.000.000</b>

**Fuente:** FECONIC, Asociación San Martín y La Esperanza

**Elaborado por:** La Autora

En promedio se obtendrá cada cosecha una producción de frejol seco de 1.000 kilogramos ( $2.000.000/2.000=1.000$ ), dentro de la jurisdicción de la parroquia Ambuquí.

En razón de que el frejol cubre la mayor extensión o superficie de cultivo del sector se obtiene la ayuda de organismos como: COPCAVIC (Consortio de Asociaciones Artesanales de Producción de Bienes Agrícolas y Pecuarias de Imbabura y Carchi), FECONIC (Federación de Comunidades y Organizaciones Negras de Imbabura y Carchi), FUNDACION AGRECO y otras; mismas que agrupan a estos sectores para normar la producción, calidad, variedad y comercialización.

En el año 2012, el Gobierno Provincial de Imbabura, a través del Programa de Desarrollo Rural del Norte del Ecuador, auspiciado por la Cooperación Técnica Belga, invirtió 164.500 dólares en el incremento y mejoramiento de la producción del fréjol, beneficiando a 300 agricultores, repartidos especialmente en las zonas de Pimampiro, Valle del Chota, Intag y Urcuquí, logrando mejorar su labor en el campo, especialmente, en la producción de este codiciado alimento, que tiene un alto contenido de proteínas y fibra, ideal para una dieta sana.

Según el Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca (MAGAP), el fréjol tiene

un alto contenido en lípidos, minerales, vitaminas, proteínas y aminoácidos, siendo una fuente excelente de hierro propiedades muy importantes que se debe tomar en cuenta en la alimentación diaria.

A través de las entrevistas realizadas en la Asociación San Martín en la comunidad El Juncal y en la Asociación La Esperanza en Carpuela, se determina que a pesar de la ayuda que se brinda a la producción del frejol, se sigue considerando como una producción de subsistencia ya que no se ha implementado una propuesta que permita dar un valor agregado en el mismo como lo es su industrialización. Así como brindan apoyo para la creación de la microempresa de producción y comercialización de café artesanal, considerándose los principales abastecedores de materia prima en este caso del frejol seco de especie robusta rojo.

A continuación se da a conocer la información obtenida por medio de las entrevistas sobre las labores agrícolas en la producción y comercialización del frejol.

### ➤ **Labores agrícolas**

El fréjol se siembra en dos campañas durante todo el año, siendo la primera en el período de febrero a abril y la segunda dándose en los meses de septiembre a noviembre, el ciclo de cultivo se encuentra entre los 110 a 115 días para la cosecha de grano seco.



**Imagen N° 1.3 Cultivo de Frejol**

**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado por:** La autora

El 100% de productores asocian la cosecha del frejol seco cuando la planta está seca sin hojas, comúnmente las plantas de frejol son arrancadas con raíces para iniciar el proceso de desvainado, contaminando el grano con tierra, piedras, etc., situación que dificulta las operaciones de limpieza. El producto se trilla con camiones o tractores en las carreteras, generando un producto con 30% de grano dañado. Otros lo hacen con vara, animales y en casos excepcionales, con máquina. La limpieza de los granos posterior al proceso de desvainado, es decir, antes de su consumo, se lo realiza mediante la aspiración o ventilación, pues de esa manera se está eliminando residuos de cascarillas y material liviano existente (basura, residuos de hojas, etc.)



**Imagen N° 1.4 Trillado de Frejol**

**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado por:** La autora



**Imagen N° 1.5 Limpieza del Frejol**

**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado por:** La autora

### ➤ **Almacenamiento**

Para el almacenamiento del frejol se lo realiza en costales de forma inmediata acabado el proceso desvainado después de una previa limpieza eliminando los residuos de la cascarilla que se encuentra presente en el mismo. Esto implica que

el producto no se vea afectado por algunas de las principales plagas como gorgojos, grillos, etc.

Minimizando así las pérdidas del producto causadas por las plagas y desperdiciando un porcentaje de la semilla que podía ser utilizada para la comercialización.



**Imagen N° 1.6 ALMACENAMIENTO DEL FREJOL**

**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado por:** La autora

### ➤ **Precio**

A pesar de su valor nutritivo y su popularidad, el frejol enfrenta un problema; la inestabilidad frecuente del precio. La venta frente a los intermediarios hace que los precios sean inestables, ya que son ellos quienes lo definen, en cambio; en el caso de la exportación los mismos productores se encargan de transar los precios de venta.

Este inconveniente se solucionó temporalmente en el 2010 cuando el Gobierno compró cerca de 19.000 quintales a USD 78 cada uno. Pero el acuerdo actualmente está suspendido, por ello los agricultores han sufrido la caída del precio a usd. 45 cada quintal, precio que ofrecen los intermediarios para luego ellos revenderlo al doble.

Mediante el Registro de precios a nivel de Bodegas Comerciales del Ministerio de Agricultura y Ganadería se establece el quintal de frejol seco a 100 dólares

actualmente.

Al observar estas características se realiza un análisis de variación de precios del productor tomando como referencia el promedio de la tasa de inflación anual del 3.98% para los cinco años posteriores:

**CUADRO N°1.18 Variación del Precio del Frejol Productor – Mayorista**

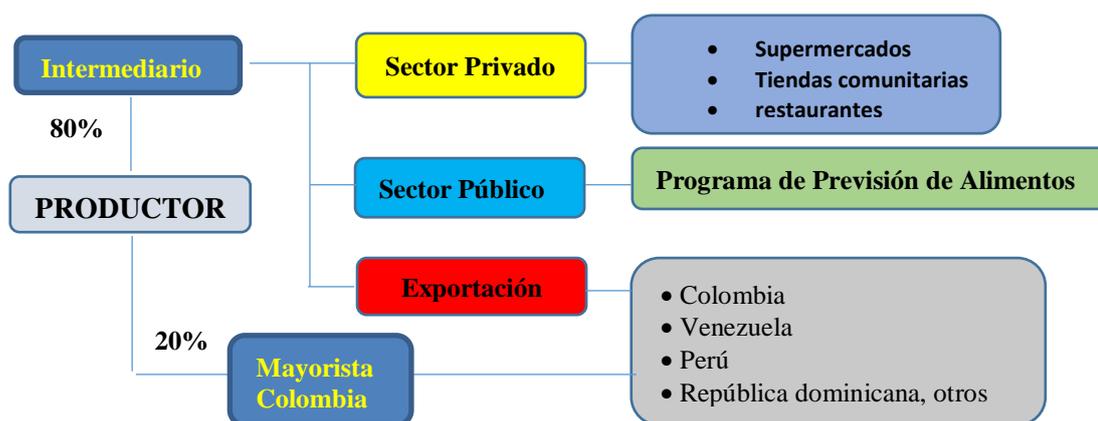
Año	Precio por quintal 45 kg productor	Precio por kilogramo
2014	45,00	1,00
2015	46,44	1,04
2016	47,93	1,08
2017	49,46	1,12
2018	51,04	1,17

**Fuente:** Productores de frejol

**Elaborado por:** La autora

➤ **Comercialización**

A través del siguiente grafico se indica los diferentes destinos a los que se dirige la producción de frijol arbustivo.



**Gráfico N°1.2 Comercialización del Frejol Arbustivo**

**Fuente:** Asociaciones de frejol

**Elaborado por:** La autora

El 80% de los productores de frejol destinan su producción a la venta a los intermediarios y el restante 20% venden en el mercado colombiano; de todas

formas, en los dos casos los productores tienen seguridad para la venta de su producto.

Las cadenas especializadas asignan a sus proveedores cupos semanales, en el caso del producto fresco, y quincenales, en el del seco, mediante acuerdos en los cuales se pacta el volumen, la periodicidad y la forma de pago del producto. Por lo general, los pagos se efectúan quincenalmente.

El empaque más utilizado para el producto fresco es el bulto de 50 kilos, mientras que el empaque del fréjol seco varía entre bultos de 45 y 65 kilos y empaques plásticos de 12, 5 kilos (conformados por unidades de un kilo o una libra).

#### **1.7.4.2. Producción del Haba**

El haba es un cultivo tradicional de la sierra ecuatoriana. Generalmente se cultiva sola o en asociación con otras especies como maíz, papa, quinua, melloco, etc. El haba constituye un componente importante en la dieta de amplios sectores de la población rural y urbana, se consume tanto en estado tierno como en seco.

La altitud ideal va de 2800 a 3400 msnm., encontrando esta altitud en las comunidades de la zona alta de Ambuquí aptas para su siembra. Según la Asociación Cochapamba que trabaja con los agricultores de la zona alta de Ambuquí se produce aproximadamente 500 hectáreas de haba específicamente en las comunidades de Rancho Chico, Rumipamba y Peñaherrera.

La siembra normal produce 30 quintales de grano seco por hectárea, mientras que la siembra técnica produce aproximadamente 50 quintales de grano seco por hectárea y de 100 quintales por hectárea en verde y con las vainas.

Se presenta el siguiente cuadro con el análisis de producción de haba seca en la parroquia de Ambuquí:

**CUADRO N°1.19 Producción de Haba Seca en la Parroquia Ambuquí.**

<b>Comunidad</b>	<b>HECTÁREAS</b>	<b>QUINTALES 100 lbs / HECT</b>		<b>kilogramos 45.3592kg/100 lb</b>
Rancho Chico	300	30 q/h	9.000	408.232
Rumipamba	50	30 q/h	1.500	68.038
Peñaherrera	150	30 qh	4.500	204.116
<b>Total</b>	<b>500</b>		<b>25.000</b>	<b>680.386</b>

**Fuente:** INIAP: DIEGO, Ramos: Producción y Exportación del Frejol.

**Elaborado por:** La Autora

Mediante el análisis realizado sobre la producción de haba seca se identifica una oferta de materia prima de 1.360,77 kilogramos en promedio que se obtendrá cada siete meses.

Según el Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca (MAGAP), se considera que el haba constituye un alimento muy nutritivo debido a su concentración en carbohidratos, fosforo, calcio y otros componentes benéficos para la salud.

A través de la entrevista realizada en la Asociación Rumipamba en la comunidad de Rancho Chico, mencionan que la producción de haba ha sido reducida por motivo de no existir un mercado leal a donde destinarla, por lo cual se la comercializa directamente al consumidor obteniendo baja rentabilidad.

De igual manera consideran que la creación de una microempresa en la parroquia que tome en cuenta a los productos de la zona como materia prima es una buena alternativa para que los productores y habitantes de la parroquia busquen nuevas oportunidades de desarrollo y no se vean estancados en la cotidianidad, por lo cual los socios están dispuestos a ser abastecedores de haba seca de la especie mishca en la parroquia Ambuquí.

A continuación se detalla los datos obtenidos sobre las labores agrícolas en la producción del haba en la zona alta de la parroquia Ambuquí y su comercialización:

### ➤ **Labores agrícolas**

Para aprovechar mejor el suelo y su fertilización, se acostumbra sembrar el haba, intercalando o combinando con maíz y arvejas; pues debido a sus diferentes períodos vegetativos y de cosecha, permite recolectar los productos en forma escalonada.

Cuando la planta está madura, su follaje empieza a secarse, se cae y las vainas se hacen duras. Se cosecha en verde a los 4-5 meses después de la siembra. La cosecha en grano seco se hará un mes más tarde, o sea a los 6-7 meses después de la siembra. Una buena semilla, no es la que se cosechó el mismo semestre, pues no germina bien. Una semilla guardada 2 a 5 años germina muy bien. Por otra parte, los hongos que van en la semilla, mueren después de almacenarlas por más de cinco años.

### ➤ **Almacenamiento**

Antes de almacenar el haba seca se acostumbra a desinfectar la semilla para evitar la pudrición y el deterioro por acción de roedores. El haba seca se la tiende en una plancha de cemento para que el grano se seque bien y no permita el ingreso de hongos.

Por otro lado la Asociación Cochapamba mantiene un riguroso proceso de selección, almacenamiento y conservación. Tras la cosecha la leguminosa es sometida a una exhaustiva limpieza y criba, eliminando cualquier posible cuerpo extraño mezclado con la cosecha. En un segundo paso, se desechan los granos defectuosos y se clasifican las habas atendiendo a su calibre. Para evitar la aparición de gorgojo y el deterioro de la leguminosa.

El almacenamiento se lo realiza en costales, formando quintales de 100 libras, mismos que se mantienen en bodegas con ventilación para que no se humedezca el producto,



**Imagen N°1.7 Almacenamiento de Haba Seca**

**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### ➤ Precio

La tendencia de los precios del haba han venido reflejando incremento según el boletín de precios de mercados mayoristas del Ecuador, de febrero al mes de agosto del 2013 se refleja un precio estable entre 35 y 40 dólares el quintal de haba seca, a partir de septiembre se observa su alza a 85 dólares y a noviembre 2013 refleja un incremento a 90 dólares el quintal. Según el ministerio de agricultura se informa a través del Registro de Precios a Nivel de Bodegas Comerciales el precio del haba oscila entre usd 90.00 a usd 100.00 el quintal.

Al mes de febrero del 2014 se establece un precio de 65 dólares el quintal de 100 libras del productor al mayorista, tomando en cuenta dicho precio se procede a elaborar la siguiente tabla donde identificamos el precio por kilogramo de haba seca y su variación según el promedio de la tasa de inflación anual de los últimos cinco años que es de 3,98%:

**CUADRO N°1.20 Precios del Kilogramo de Haba Seca**

<b>Año</b>	<b>Precio quintal 46 kg</b>	<b>Precio del kilogramo</b>
2014	65,00	1,41
2015	67,08	1,47
2016	69,23	1,52
2017	71,44	1,59
2018	73,73	1,65
2019	76,09	1,71

**Fuente:** INIAP; Asociación Cochabamba

**Elaborado por:** La Autora

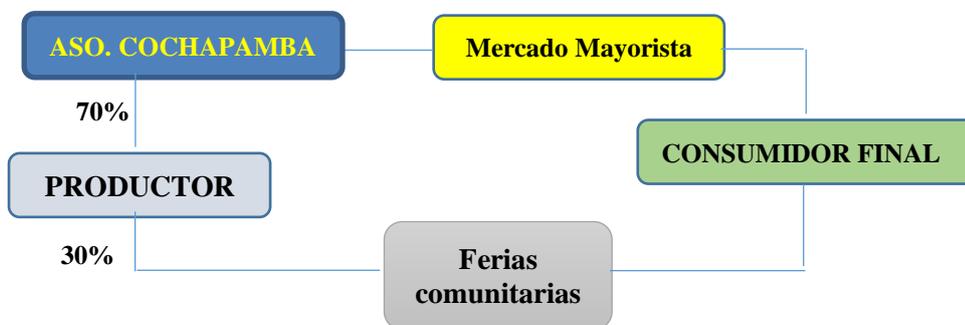
➤ **Comercialización**

El haba por el contrario se comercializa en el mercado más cercano que es en la ciudad de Pimampiro e Ibarra y lo realizan a través de ferias comunitarias, donde participan directamente los productores con el consumidor final.



**Imagen N° 1.8 Feria Comunitaria de Pimampiro**  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado por:** La Autora

A continuación se establece el sistema de comercialización del haba seca a través del siguiente gráfico:



**Gráfico N°1.3 Sistema de Comercialización del Haba Seca**  
**Fuente:** Asociación Cochapamba  
**Elaborado por:** La Autora

El 70% del haba cosechada en seco se entrega a la Asociación Cochapamba, ya que la institución entrega a mayoristas para que este se venda en la ciudad de Ibarra o Quito y el otro 30% es revendido al consumidor final en las ferias comunitarias o mercados cercanos.

## **1.8. DIAGNÓSTICO EXTERNO**

### **1.8.1. Aliados**

**1.8.1.1.** La Producción de Materia Prima es constante y se mantiene en el mercado.

**1.8.1.2.** Abastecimiento de materia prima por parte de la Asociación la Esperanza y la Asociación Cochapamba.

**1.8.1.3.** La comunidad El Juncal cuenta con los servicios básicos para el desarrollo de la microempresa.

**1.8.1.4.** Se tiene acceso viable de primera orden para la transportación del producto.

### **1.8.2. Oponentes**

**1.8.2.1.** Carencia de mano de obra calificada en el sector.

**1.8.2.2.** Falta de tecnificación de la materia prima

**1.8.2.3.** El desconocimiento de la población ante la industrialización del frejol y haba.

**1.8.2.4.** Existencia de productos sucedáneos de café en el mercado.

### **1.8.3. Riesgos**

**1.8.3.1.** Los fenómenos climáticos que afectan el cultivo de la materia prima.

**1.8.3.2.** Falta de un control efectivo sobre la producción de la materia prima.

**1.8.3.3.** La tendencia de precios de la materia prima

### **1.8.3 Oportunidades**

**1.8.4.1.** La estacionalidad del Ecuador permite que el haba y el frejol sean cultivados la mayor parte del año.

**1.8.4.2.** Apoyo institucional de las Asociaciones productoras de la materia prima.

**1.8.4.3.** Se cuenta con el espacio de infraestructura donde se instalará la microempresa.

**1.8.4.4.** El café artesanal será un producto original por las características singulares y nutricionales que le otorgan sus ingredientes como el frejol y haba.

## **1.9. DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA**

En primera instancia se establece que la producción de frejol y haba no tiene la tecnificación suficiente que permita mejorar la calidad del producto así como se sigue considerando una producción de supervivencia que permite cubrir las principales necesidades de una familia. A esto se suma la falta de conocimiento e iniciativa para proporcionar un valor agregado a sus productos ya que se cuenta con una mínima cantidad de personas preparadas académicamente y con pocos recursos económicos. Además se determina una gran inestabilidad de precios ante la venta del producto ya que son los intermediarios quienes lo determinan en últimas instancias.

## **1.10. CONCLUSIÓN DEL DIAGNOSTICO SITUACIONAL**

A través del estudio realizado en la parroquia de Ambuquí se determina que en existe las condiciones necesarias para la formulación e implementación del proyecto sobre la creación de una microempresa de producción y comercialización de Café Artesanal a base de frejol y haba en la comunidad El Juncal, parroquia Ambuquí, ya que se cuenta con los principales requerimientos, como: abastecimiento de materia prima, servicios básicos, transporte, y otros aspectos importantes para su funcionamiento.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

(SANTALLA, 2008, pág. 29). Dice: **“En el marco teórico de un proyecto de trabajo de grado o tesis se exponen y analizan las teorías, enfoques teóricos, investigaciones y antecedentes que se consideran válidos para el encuadre correcto de la investigación que se pretende realizar”**

En el marco teórico se refuerza teóricamente los aspectos a ser analizados en la investigación, enfocándose en proporcionar una base teórica que justifique el trabajo investigativo.

#### 2.1. LA MICROEMPRESA

##### 2.1.1. Definición

(CORDERO, marzo 2010). Afirma: **“La microempresa es una organización que busca nuevas alternativas para lograr una mejor economía local, regional o nacional; aprovechando las capacidades locales y poner en operación los recursos organizacionales, humanos, materiales financieros, técnicos para transformar materias primas o insumos en productos, bienes o servicios terminados de acuerdo a la naturaleza de la microempresa”**.

La microempresa está dedicada a diferentes sectores de la producción donde se utiliza pocos recursos, pero genera trabajo y dinamiza el sector económico local. En la parroquia de Ambuquí la mayor parte de la población se dedica al sector comercial.

##### 2.1.2. Importancia

(ESTUPIÑAN ALVAREZ, 2009, pág. 2) **“La microempresa ecuatoriana, en los últimos años, ha tenido una trascendental importancia, debido a su crecimiento dinámico tanto cuantitativo como cualitativo, ya sea por efectos del apareamiento de la actividad petrolera en la década de los años setenta”**.

La Microempresa en el Ecuador específicamente ha mantenido una gran importancia en el crecimiento de la economía no solo de un sector sino del país, ha generado muchas plazas de empleo en los últimos años y sobre todo ha mejorado los ingresos de las familias ecuatorianas, mejorando en parte su calidad de vida.

### **2.1.3. Características**

Las microempresas deben cumplir con las siguientes características.

- Empresas típicamente familiares.
- Crece principalmente a través de la reinversión de utilidades o por aportaciones del dueño o familiares.
- Existe un fuerte control y posesión de la microempresa por parte del dueño.
- No es sujeto de crédito de instituciones públicas o privadas.
- Carece de una administración profesional.
- Su ubicación se mantiene por muchos años sin cambio.
- Su mercado es típicamente local.
- El número de empleados no pasa de 45 y predomina el personal calificado.
- Las funciones fundamentales son desempeñadas prácticamente por familiares del dueño.

### **2.1.4. Clasificación**

A continuación se detalla la clasificación de la microempresa:

**2.1.4.1. Alimenticio - Agroindustrial.-** Este sector está constituido por restaurantes, cafeterías, fondas, y por quienes transforman la materia prima para conseguir un alimento.

**2.1.4.2. Artesanales.-** Comprende las actividades permanentes de diversos grupos de artesanos que individualmente orientan su trabajo hacia la producción de artesanías manuales tradicionales y folklóricas.

**2.1.4.3. Producción y Comercialización de Cuero y Calzado.-** De este sector podemos decir que se conforma con los microempresarios del Cantón Cotacachi que en su mayoría elaboran y comercializan artículos de cuero como maletas, zapatos, portafolios, chompas, carteras, bolsos.

**2.1.4.4. Metalmecánica.-** Este importante sector de la microempresa está constituido por los talleres donde se transforma el hierro en productos terminados como: Puertas, ventanas, pasamanos, escritorios, papeleras, sillas, etc.

**2.1.4.5. Textiles y Confecciones.-** Estas actividades predominan en los cantones de Atuntaqui, Otavalo, se caracterizadas por la elaboración de ropa con productos de tela.

**2.1.4.6. Gráficas e Impresiones.-** Este sector está constituido por la actividad que realizan imprentas, tipografías, diseños y estampados, copiadoras e inclusive actualmente centros de computación que brindan servicios a la colectividad.

**2.1.4.7. De la Construcción.-** A este sector se lo considera desde el punto de vista de la producción y comercialización de materiales necesarios para la construcción.

**2.1.4.8. Maderero Forestal.-** Comprenden las actividades que realizan los expendedores de madera para la fabricación de artículos artesanales, muebles y otros productos complementarios de la construcción.

### 2.1.5. Misión

(SOTO, 2008, pág. 17)“La misión es una declaración donde se redacta lo que el empresario va hacer y para quién lo va hacer”.

La misión es la declaración de lo que va hacer la organización y para quien se lo va hacer, tomando en cuenta componentes importantes como, la oferta, demanda, estrategia competitiva. Con una misión bien definida la empresa utiliza los recursos más eficazmente, es una guía de cómo hacer las cosas para ser una organización exitosa.

### 2.1.6. Visión

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

La visión determina como se quiere ver la organización en el futuro. Este enunciado es una estrategia emprendedora donde toda la organización trabaja para conseguirlo, para establecer una buena visión es necesario tener en cuenta aspectos como: involucramiento de toda la empresa compartida con el equipo de trabajo, que exprese la dirección a seguir.

### 2.1.7. Organización estructural

(PORRET G. , 2012, pág. 34)**Afirma: “se puede considerar la estructura de una organización como la distribución organizada de las partes de un todo, orientada a una finalidad funcional o práctica.**

La estructura organizacional es un conjunto de roles, cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible permitiendo la contribución de cada individuo al logro de los objetivos de la empresa.

### 2.1.8. Organización funcional

(FERNÁNDEZ, 2010, pág. 375) Afirma: **“La estructura funcional se construye alrededor de los inputs necesarios para cumplir las tareas de la organización. Agrupa las actividades en departamentos de acuerdo con el uso de habilidades, conocimientos y recursos semejantes, presentando una coordinación centralizada de los diversos departamentos”**.

La estructura funcional se origina específicamente por departamentos o secciones, basándose en los principios de la dirección del trabajo de las labores de una empresa, cada uno de los empleados superiores tiene una participación proporcional en el mando para lo cual se le otorga facultades y se les exigen responsabilidades precisas.

### 2.1.9. Diagramas de Flujo

(MOLINA ALMANZA, 2007) Afirma: **“Son aquellos que expresan gráficamente las distintas operaciones que forman parte de un procedimiento, estableciendo secuencias cronológicas. Puede contener información sobre el método de ejecución de operaciones, el itinerario de las personas, el itinerario de documentos, la distancia recorrida, el tiempo empleado, etc.”** Recuperado de: <http://es.scribd.com/doc/6745141/TEMA-3-Manual-de-Procedimientos-Administrativos>.

A través del diagrama de flujo podemos describir las actividades implicadas en un proceso mostrando la relación secuencial entre ellas, facilitando la rápida comprensión de cada actividad y su relación con las demás áreas de una empresa.

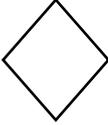
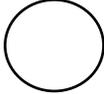
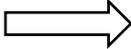
#### 2.1.9.1. Tipos de Diagramas de Flujo

(MOLINA ALMANZA, 2007) Indica que; **“Existen varios tipos de Diagramas de Flujo que son utilizados de acuerdo a las necesidades de cada empresa”**.

A continuación se detalla la clasificación de los diagramas de flujo:

- **Formato vertical:** En él el flujo o la secuencia de las operaciones, va de arriba hacia abajo. Es una lista ordenada de las operaciones de un proceso con toda la información que se considere necesaria, según su propósito.
  
- **Formato horizontal:** En él, el flujo o la secuencia de las operaciones, va de izquierda a derecha.
  
- **Formato panorámico:** El proceso entero está representado en una sola carta y puede apreciarse de una sola mirada mucho más rápido que leyendo el texto, lo que facilita su comprensión, aun para personas no familiarizadas. Registra no solo en línea vertical, sino también horizontal, distintas acciones simultáneas y la participación de más de un puesto o departamento que el formato vertical no registra.
  
- **Formato Arquitectónico:** Describe el itinerario de ruta de una forma o persona sobre el plano arquitectónico del área de trabajo. El primero de los flujogramas es eminentemente descriptivo, mientras que los utilizados son fundamentalmente representativos.

### 2.1.9.2. Símbolos Utilizados en la Elaboración de Diagramas de Flujo

<u>Nombre</u>	<u>Símbolo</u>	<u>Función</u>
<b>Terminal</b>		Indica el inicio o la terminación del flujo de un proceso.
<b>Entrada / salida</b>		Cualquier tipo de introducción de datos en la memoria desde los periféricos o registro de información procesada en un periférico.
<b>Proceso</b>		Representa una actividad llevada a cabo en el proceso.
<b>Decisión</b>		Indica operaciones lógicas o de comparación entre datos y en función del resultado de la misma determina (normalmente si y no) cuál de los distintos caminos alternativos del programa se debe seguir
<b>Conector Misma Página</b>		Sirve para enlazar dos partes cualesquiera de un diagrama a través de un conector en la salida y otro conector en la entrada. Se refiere a la conexión en la misma página del diagrama
<b>Indicador de dirección o línea de flujo</b>		Indica el sentido de la ejecución de las operaciones
<b>Salida</b>		Se utiliza en ocasiones en lugar del símbolo de salida. El dibujo representa un pedazo de hoja. Es usado para mostrar datos o resultados.
<b>Inspección - Firma</b>		Se emplea para las acciones que requieren una supervisión como una firma o un visto bueno.
<b>Archivo Manual</b>		Se utiliza para reflejar la acción de archivo de un documento.
<b>Multidocumento</b>		Se refiere a un conjunto de documentos como un expediente.
<b>Transporte</b>		Se indica que se transporta de un lado a otro los producto o materia prima.

## **2.2. ASPECTOS DEL MERCADO**

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

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

El estudio de mercado se refiere al análisis de la información recolectada a través de la encuesta, entrevista, entre otras, esta información tiene que ver con, gustos y preferencias de los consumidores, precios de la competencia, demanda, oferta, etc. Ayuda a establecer las estrategias adecuadas para enfrentar a la competencia.

### **2.2.2. Importancia**

Es importante realizar un estudio de mercado porque nos permite conocer la información, adecuada de los consumidores, sus necesidades reales, facilitando con esto cumplir con el objeto de marketing de lograr la satisfacción-del consumidor ayuda a reducir el riesgo el momento de tomar una decisión. A la vez, facilitando con esto cumplir con el objetivo del marketing de lograr satisfacer al consumidor.

### **2.2.3. Demanda**

(NEWSTROW J. W., 2007, pág. 201) **Afirma:** “**Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado**”.

La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar un producto o servicio para satisfacer sus necesidades. La demanda puede ser considerada en relación a su probabilidad y al tipo de consumidores.

#### **2.2.4. Demanda potencial insatisfecha**

(BACA, Evaluación de Proyectos, 2006, pág. 51) **Expresa:** “Se llama **demanda potencial insatisfecha** a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”.

La demanda potencial insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que la demanda no alcanza a consumir, por tanto ningún producto actual puede satisfacer si las condiciones de mercado son las mismas. Cuando existe una demanda insatisfecha en cualquier producto o servicio es oportunidad de iniciar un negocio.

#### **2.2.5. Oferta**

(FRED R, 2008, pág. 76) **Dice:** “La **Oferta** está constituida por el conjunto de proveedores que existen en el mercado y constituye la competencia actual que debe enfrentar el producto o servicio”.

El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer los bienes o servicios similares a la del proyecto que se desea implementar.

#### **2.2.6. Producto**

(MÉNDEZ M, 2007) **Dice:** “Es, una combinación de atributos: forma, color, calidad, coste, tamaño, duración, peso que se ofrece al mercado con el fin de satisfacer necesidades del consumidor”.

Un producto no solo nos permite observar algo tangible sino que va más allá de ser un objeto. El público compra mucho más que una serie de atributos físicos cuando adquiere un producto. Está comprando las características de sus necesidades en forma de los beneficios que espera recibir del producto.

### 2.2.7. Precio

(MÉNDEZ M, 2007, pág. 53) **Dice: “Es la cantidad monetaria a lo que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”.**

El precio de un producto o servicio está relacionado directamente con las ventas, ya que el valor monetario expresado en dinero es el precio de cualquier producto o servicio.

### 2.2.8. Promoción

(HARTLEY, 2007, pág. 337) **Manifiesta: “La promoción es un incentivo de corto plazo del valor ofrecido para despertar el interés en la compra de un bien o servicio. Se emplean conjuntamente con la publicidad o las ventas personales y se ofrecen a intermediarios, así como a los consumidores finales”.**

Se lleva a cabo con el fin de ofrecer o dar a conocer el producto o servicio en un segmento del mercado en el cual queremos posicionarnos. La forma más directa en el caso de los productores es a través de degustaciones.

### 2.2.9. Comercialización

(ROSALES, 2010, pág. 22) **Manifiesta: “La comercialización es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social. Se da en dos planos, Micro comercialización observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven y macro comercialización, considera ampliamente todo nuestro sistema de producción y distribución”.**

Comercialización significa dinamizar una actividad desde el momento que se pone en marcha con la idea de negocio, hasta el momento que los consumidores adquieren el producto. Por tanto la comercialización significa vender la imagen de la empresa a través de bienes servicios.

## 2.3. ASPECTOS TÉCNICOS

### 2.3.1. Estudio Técnico

(NEWSTROW J. W., 2007, pág. 78) **Afirma: “Son las características técnicas del producto, localización, selección de tecnología y equipo, maquinaria y equipo, lista de bienes y servicios necesarios para el proyecto, materias primas, mano de obra y programa de inversión”.**

El estudio técnico es el análisis realizado por personas especializadas en la determinación de requerimientos de tamaño, localización y demás recursos instalación y equipamiento que son indispensables para la ejecución de un proyecto.

### 2.3.2. Tamaño del proyecto

(NEWSTROW J. W., 2007, pág. 84) **Manifiesta: En términos generales, el tamaño del proyecto está conceptuado por la capacidad instalada o de producción, y se expresa en unidades de producto en un período operacional determinado”.**

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad a instalarse y a la capacidad de la maquinaria que se requiere para producir un bien o servicio.

### 2.3.3. Localización

(DIAZ, 2009, pág. 79) **Manifiesta: “El estudio de la localización contempla o contribuye en mayor medida a establecer en forma definitiva a la ubicación final del proyecto, buscando que esta decisión logre la mayor tasa de rentabilidad”.**

Para la localización de un proyecto se deben identificar y analizar todas las características del entorno que favorezcan de forma positiva a la implementación del proyecto. Toda empresa formalmente constituida tiene un domicilio donde el cliente puede llegar, lo cual le permitiría a la empresa que sus clientes accedan al producto ofrecido fácilmente.

### 2.3.4. Ingeniería del proyecto

(DIAZ, 2009, pág. 102) **Afirma: “Es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva”.**

La ingeniería de un proyecto se refiere a la determinación de aspectos de gran importancia para la ejecución del proyecto como determinar los procesos productivos, la maquinaria a utilizarse, estructurar las obras civiles relacionadas con la infraestructura física, servicios básicos, que se requieren para la correcta consumación del proyecto.

## 2.4. ESTUDIO FINANCIERO

(DIAZ, 2009, pág. 118) **Afirma: El estudio financiero permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos, egresos que generará y la manera como se financiará”.**

El estudio financiero determina los ingresos que pretende obtener un proyecto en determinados períodos de tiempo y la vez determinar los egresos a realizar como parte de su ejecución, con el fin de obtener la situación financiera y determinar su rentabilidad.

### 2.4.1. Ingresos

(ZAPATA, Contabilidad General, 2008) **Manifiesta: Los ingresos constituyen los beneficios o ganancias de una empresa, es todo valor obtenido por la venta de un producto o servicio que la misma ofrece en la sociedad”.**

Los ingresos constituyen los rubros obtenidos por la venta del producto o servicio que la empresa ofrezca al mercado.

## 2.4.2. Egresos

(ZAPATA, Contabilidad General, 2008, pág. 25) “Es el valor sacrificado por adquirir bienes o servicios”.

Los egresos representan toda acción de salida o gasto por la acción de utilizar o adquirir un bien y servicio, es decir, lo contrario de los ingresos.

### 2.4.2.1. Mano de obra

(JONS, 2009, pág. 109) **Dice: “La mano de obra es el aporte humano en la elaboración de un producto, es el esfuerzo físico o mental en la fabricación de un producto. El costo de la mano de obra es el precio que se paga por utilizar recursos humanos”.**

La mano de obra lo constituye el talento necesario para la fabricación de un producto o prestación de un servicio. Es un servicio que no puede almacenarse y no se convierte, en forma demostrable, en parte del producto terminado. Con los años y el avance de la tecnología la mano de obra ha ido perdiendo peso dentro del costo de producción.

### 2.4.2.2. Costos indirectos

(Marcial, 2006, pág. 101) **Dice: “Son aquellos que no se pueden asignar directamente a un producto o servicio, sino que se distribuyen entre las diversas unidades productivas mediante algún criterio de reparto”.**

Costo indirecto, es todo aquel gasto de tipo general no incluido en el costo directo, pero que interviene para que el trabajo o concepto sea ejecutado de manera correcta, y que se debe de distribuir en proporción en el precio unitario.

#### **2.4.2.3. Gastos administrativos**

(Marcial, 2006, pág. 172) Dice: “Son los costos que provienen por realizar la función de Administración de la Empresa”.

Son todos los gastos que se realizan en el área administrativa de la empresa por ejemplo el pago de remuneraciones, utilización de servicios básicos, suministros, honorarios, viáticos, subsistencias, entre otros.

#### **2.4.2.4. Gastos financieros**

(Marcial, 2006, pág. 172) Dice: “Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo”.

Son los gastos incurridos por la empresa, normalmente referidos a un período, pero no como consecuencia de la actividad específica de explotación, sino como remuneración o coste de mantener recursos ajenos en lugar de propios, es decir, los gastos financieros miden el coste del pasivo exigible de la empresa.

#### **2.4.2.5. Gastos de ventas**

**(BRAVO, 2007, pág. 191) Dice: “Los gastos de ventas son todos los desembolsos o pagos que se realizan en el departamento de ventas como: sueldos a vendedores, comisiones, publicidad entre otros”.**

Los gastos de venta son aquéllos que se relacionan directamente con el movimiento de las ventas o, dicho de otra manera, aquéllos que tienden a variar, aumentar o disminuir, en la misma forma que las ventas. Por ejemplo los fletes en ventas, comisiones de vendedores, propagandas, gastos de despacho, remuneraciones de vendedores, transporte en ventas, entre otros. Es decir son todos aquellos gastos que se derivan al hacer llegar el producto hacia el cliente o consumidor.

#### **2.4.2.6. Depreciaciones**

(TOPPIN & CZERNIAWSKA, 2008, pág. 99) **Afirma:** "Es el desgaste, el deterioro, el envejecimiento y la falta de adecuación u obsolescencia que sufren los bienes tangibles a medida que pasa el tiempo".

Todos los bienes nuevos que adquiera la empresa tienden a desgastarse por el uso que se le da, dejando de funcionar correctamente como lo hacían al inicio. Este hecho ocasiona que su valor se deteriore de la misma manera, por lo que si tratamos de vender un bien desgastado nos pagaran un porcentaje de lo que vale realmente.

#### **2.4.3. Estados Financieros**

(TOPPIN & CZERNIAWSKA, 2008, pág. 59) **Afirma:** "Los Estados Financieros son informes que se elaboran al finalizar un periodo contable con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa".

Los Estados financieros son los recursos que serán generados, las utilidades y los cambios financieros que se prestarán en el momento en que la empresa inicie sus operaciones, lo cual se verá reflejado al final del primer período, proporcionando informes periódicos a fechas determinadas, que permitan visualizar la situación de la empresa, lo cual llevara a los socios a tomar decisiones oportunas.

##### **2.4.3.1. Balance general**

(WHELEN & HUNDER, 2007, pág. 149) **Mencionan:** "Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de activo pasivo y patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado".

Es un resumen de todo lo que tiene la empresa, de lo que debe, de lo le deben y de lo que realmente le pertenece a su propietario, a una fecha determinada.

#### **2.4.3.2. Estado de resultados**

(WHELEN & HUNDER, 2007, pág. 61) **Dicen: “El estado de resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa y sus resultado al final, ya sea sus ganancias o pérdidas”.**

El estado de resultados muestra un resumen de los resultados de operación de un negocio concernientes a un periodo de operaciones. Su objetivo principal es medir u obtener una estimación de la utilidad o pérdida periódica del negocio, para permitir al analista determinar qué tanto ha mejorado dicho negocio durante un periodo de tiempo, generalmente un año, como resultado de sus operaciones.

#### **2.4.3.3. Flujo de caja**

(PADILLA, 2006, pág. 335) **Afirma: “Se define como el número esperado de periodos que se requieren para que se recupere una inversión original. El proceso es sencillo se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto quede por lo menos cubierto”.**

Por lo tanto consiste en estimar las entradas salidas de dinero, durante la vida útil del proyecto como consecuencia de los ingresos recibidos y pagos realizados en la fase de funcionamiento de la empresa o unidad ejecutora y, se dan por actividades de operación, de financiamiento y de inversión.

#### **2.4.4. Indicadores de Evaluación Financiera**

(BARGSTED, 2008) **Dice: Los indicadores de evaluación de inversiones son índices que nos ayudan a determinar si un proyecto es o no conveniente para un inversionista.**

El análisis de los indicadores de evaluación financiera son muy importantes en el momento de decidir si la inversión a realizarse es rentable o no, evitando correr el riesgos de pérdidas.

#### 2.4.4.1. Valor actual neto

(SAPAG CH, 2007, pág. 253) Dice: “El valor presente neto mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda inversión”.

El VAN ayuda a determinar si la empresa va hacer rentable o no y esto lo muestra mediante términos monetarios que deben exceder a la rentabilidad deseada después de que se recupere la inversión.

Su fórmula es:

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

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

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

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

#### 2.4.4.2. Tasa Interna de Retorno

(BRALEY, 2009, pág. 356) **Afirma:** “La TIR se define como la tasa de descuento que hace el valor presente de los flujos de efectivo esperados de un proyecto sea igual que el monto inicial invertido.”

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

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

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

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

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

#### **2.4.4.3. Relación Beneficio/ Costo**

(FRIEND & ZEHLE, 2008, pág. 140) Manifiesta: “El Costo Beneficio es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial”.

El índice de rentabilidad o costo / beneficio nos permite decidir si aceptamos todos los proyectos con un índice mayor a 1. Si el índice de rentabilidad es mayor a 1 el valor actual es mayor que la inversión y por lo tanto exactamente a la misma decisión que el valor actual neto.

Formula:

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

#### 2.4.4.4. Punto de Equilibrio

(GITMAN, 2007, pág. 439) Afirma: “Es el nivel de ventas que se requiere para cubrir todos los costos operativos.”

Este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas en el caso del punto de equilibrio en dólares, el costo total como el precio de venta unitario y costo variable unitario para el punto de equilibrio en unidades.

$$PE \$ = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas}}} \qquad PE_u = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{PV_u - CV_u}$$

#### 2.4.4.5. Periodo de Recuperación

(FRIEND & ZEHLE, 2008, pág. 140) Afirma: “Es el tiempo requerido para que la suma de los flujos de efectivo neto positivos, producidos por una inversión sea igual a la suma de los flujos de efectivo neto negativos requeridos por la misma inversión”.

Cuando se utiliza el periodo de recuperación para tomar decisiones de aceptación o rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si el periodo de recuperación es menor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se acepta el proyecto.
- Si el periodo de recuperación es mayor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se rechaza el proyecto.

## 2.5. EL CAFÉ

(MUNDO DEL CAFÉ, 2007) Menciona: El vocablo café se deriva del árabe “kahwah” (cauá), llegando a nosotros a través del vocablo turco “kahweh” (cavé), con distintas acepciones, según los idiomas, pero conservando su raíz. Se trata de un arbusto siempre verde originario de Etiopía. Es sin duda hoy uno de los vegetales más conocidos en el mundo entero. Una versión dice que el cafeto o café fue descubierto casualmente por un pastor al ver que sus cabras, que habían comido el fruto de esta planta, se ponían nerviosas e intranquilas. Recuperado de: <http://www.mundodelcafe.com/historia.htm>

Se trata de un arbusto siempre verde originario de Etiopía. Es sin duda hoy uno de los vegetales más conocidos en el mundo entero y muy apetecido por su sabor y aroma.

### 2.5.1. Variedades

(INIAP, 1993, págs. 212-218) Manifiesta: “Existen diversas variedades de café que se cultivan en el Ecuador como”.

**CUADRO N°2.1 Variedades de Café Cultivados en el Ecuador**

Variedad de Café	Provincias
Arábigo lavado	<u>El Oro</u> , <u>Manabí</u> , <u>Loja</u> , <u>Guayas</u> y <u>Zamora Chinchipe</u>
Arábigo natural	<u>Loja</u> , <u>Manabí</u> , <u>El Oro</u> , <u>Los Ríos</u> y <u>Guayas</u>
Robusta	<u>Pichincha</u> , <u>Orellana</u> , <u>Sucumbíos</u> , <u>Guayas</u> , <u>Los Ríos</u> y <u>Napo</u>

Fuente: INIAP

Elaborado por: La Autora

## 2.6. ELABORACIÓN DEL CAFÉ ARTESANAL

### 2.6.1. Generalidades

El café es la bebida estimulante por excelencia que toman la mayoría de los ciudadanos al comenzar el día. No conciben beber nada diferente porque esperan

de él que les ayude a despejar la mente y a mantenerla activa durante la mañana e incluso, durante todo el día. Sin embargo, hay sustitutos que consiguen los mismos efectos y evitan los posibles inconvenientes de la cafeína.

Es a partir de esta observación que nace la idea de elaborar el café artesanal aprovechando los productos naturales que cultivan en la parroquia de Ambuquí. El café artesanal se considera un sucedáneo del café habitual, mismo que se elaborará a base de productos naturales; como las leguminosas, en este caso el frejol y el haba. El objetivo es sustituir al café habitual en los hogares Ibarreños, ocupando su nicho de mercado como bebida caliente.

### **2.6.2. Ingredientes principales**

Para la elaboración del Café Artesanal se considera como principales ingredientes a las leguminosas como son el frejol seco de especie robusta rojo y el haba seca de especie mishca, productos que se puede encontrar en la jurisdicción de la parroquia Ambuquí, cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

#### **2.6.2.1. El Frejol**

##### **➤ Concepto**

(Enciclopedia Natural Ghelp, 2008) **Dice: El fréjol especie dicotiledónea, de la familia de las fabáceas cuyo nombre científico es Phaseolus Vulgaris L. y conocido comúnmente con los nombres de poroto, habichuela, judía, ejote, alubia, o caraota es una de las leguminosas de buen consumo en países latinoamericanos.**

El frejol es una leguminosa muy reconocida a nivel mundial, y sobre todo es la de mayor consumo en nuestro país.

##### **➤ Clasificación taxonómica**

A través del siguiente cuadro se detalla la clasificación taxonómica del frejol:

**CUADRO N° 2.2 Taxonomía del Fréjol.**

<b>Reino</b>	Plantae
<b>Subreino</b>	Vividaeplantae
<b>Infrakingdom</b>	Streptophyta
<b>División</b>	Tracheophyta
<b>Subdivisión</b>	Spermatophytina
<b>Infradivisión</b>	Angiospermae
<b>Clase</b>	Magnoliopsida
<b>Superorden</b>	Rosanae
<b>Orden</b>	Fabales
<b>Familia</b>	Fabáceas
<b>Género</b>	Phaseolus
<b>Especies</b>	Phaseolus vulgaris

**Fuente:** PERALTA, E. “Manual Agrícola de Frejol y Leguminosas” 2010.  
**Elaboración:** La Autora

➤ **Tipos de frejol**

Existen numerosas variedades de frejol y de ella se consumen tanto las vainas verdes como los granos secos.

Las especies de este género presentan diversos nombres comunes como son: Habichuela, Alubia, Poroto, Fréjol, Fríjol según la región donde se encuentren. Las variedades que actualmente se cultivan en el Ecuador son:

**CUADRO N° 2.3 Variedades de Frejol Cultivado en el Ecuador**

VARIETADES	TIPO DE GRANO	LUGAR DE CULTIVO
	Yunguilla	
	Canario del Chota	
	Blanco Belén	
	Canario	Carchi
<b>Frejol Arbustivo</b>	Concepción	Imbabura
	Blanco Fanesquero	Pichincha
	Libertador	Tungurahua
	Canario Guarandeño	Azuay
	Rojo del Valle	Loja
	Canario siete colinas	
	Toa	Carchi, Imbabura,
<b>Frejol Voluble o trepador</b>	Bolívar	Pichincha, Chimborazo,
	Canario siete colinas	Bolívar.

**Fuente:** PERALTA, E. “Manual Agrícola de Frejol y otras Leguminosas”, 2010.  
**Elaboración:** La Autora

➤ **Propiedades Nutritivas del Fréjol**

(GOLDBERG, 2009) Dice: “El Fréjol es una rica fuente de proteínas e hidratos de carbono, además de ser una buena fuente de vitamina”, su contenido nutritivo en cada 100g de grano seco crudo es el siguiente:

El fréjol tiene un alto contenido en proteínas y en fibra, siendo así mismo una fuente excelente de minerales, Como se puede observar en el cuadro el fréjol no contiene ingredientes químicos nocivos y su producción no contribuye a contaminar el ambiente.

**CUADRO N° 2.4 Propiedades Nutritivas del Frejol**

PROPIEDADES	CONTENIDO	VALOR NUTRITIVO
	Fibra	4.3 g
	Humedad	7,9 g
Generales	Grasas	1,8 g
	Proteínas	19,2 g
	Carbohidratos	61,5 g
	Grasas totales	1,8 g
Lípidos	Saturados totales	0,12
	Monoinsaturados (oléico)	0,06
	Poliinsaturados (linoleico)	0,18
	Calcio	228 mg
	Fosforo	407 mg
	Hierro	5,5 mg
Minerales	Magnesio	140 mg
	Sodio	24 mg
	Potasio	1406 mg
	Zinc	2,79 g
	Retinol	1 mg
	Tiamina	0,62 mg
Vitaminas	Niacina	1,7 mg
	Ácido fólico	394 ug
	Isoleucina	927 mg
	Leucina	1685 mg
	Lisina	1593 mg
	Metionina	234 mg
Aminoácidos	Treonina	878 mg
	Triptófano	223 mg
	Valina	1016 mg
	Hastidina	627 mg

**Fuente:** Ministerio de Agricultura y Ganadería sección Granos.

**Elaboración:** La Autora.

➤ **Aplicaciones y beneficios**

De acuerdo a sus propiedades nutritivas se hace acreedor a una fuente de poder y energía, dentro de los beneficios que brinda el frejol en las personas es que se considera un elemento vital para el buen desarrollo cerebral en los pequeños, ayuda a corregir desórdenes biliares, gota, enfermedades reumáticas, disminuye la tasa de colesterol y es eficaz contra la anemia.

**2.6.2.2. El Haba**

➤ **Concepto**

(Enciclopedia Natural Ghelp, 2008) **Dice: “Es el nombre común de cierta planta angiosperma dicotiledónea, con fruto en vaina, comestible (Vicia faba). Es una especie dicotiledónea anual, perteneciente a la familia de las fabáceas (papilionáceas); en ella, es posible distinguir tres variedades botánicas, todas cultivadas, las cuales se diferencian fundamentalmente en el tamaño de sus semillas.**

El haba es originaria de la cuenca mediterránea o del Asia central, hoy el haba se cultiva en todo el mundo. Los principales países productores son Australia, China, Egipto y Etiopía. Según,

➤ **Clasificación Taxonómica**

**CUADRO N° 2.5 Taxonomía del Haba**

<b>Nombre científico</b>	<i>Vicia faba L.</i>
<b>Nombre común</b>	Haba caballar
<b>Otros idiomas</b>	Fababean, pigeonbean(ing.)
<b>Reino</b>	Vegetal
<b>Clase</b>	Angiospermae
<b>Subclase</b>	Dicotyledoneae
<b>Orden</b>	Leguminosae
<b>Familia</b>	Papilionacé
<b>Género</b>	Vicia
<b>Especie</b>	Faba L.

**FUENTE:** Enciclopedia Terranova (1995)

**ELABORACIÓN:** La Autora

### ➤ Tipos de haba

En el Ecuador, tenemos tres zonas que producen habas, a lo largo del callejón interandino, las que se cultivan de acuerdo a las preferencias del mercado y a la costumbre de sus usos.

Dentro de las principales variedades de haba que se cultiva en el Ecuador son las siguientes.

**CUADRO N° 2.6 Variedades de Haba Cultivada en el Ecuador**

<b>VARIETADES</b>	<b>TIPO DE GRANO</b>	<b>PROVINCIA DONDE SE CULTIVA</b>
Haba común	Olivo pálido con una mancha lateral pardo rojo	Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua
Haba verde	Oliva	Carchi e Imbabura
Haba Nuya	Amarillo Pálido	Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua
Haba Chaucha		Carchi e Imbabura
Haba Chaucha G	Amarillo Oliva	Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua
Haba Mishca	Oliva	Pichincha, Imbabura
Haba Morada	Rojo pardo	Bolívar, Chimborazo, Cañar, Azuay y Loja
Haba Chuncheña	Amarillo Olivo	Bolívar, Chimborazo, Cañar, Azuay y Loja

**Fuente:** Ministerio de Agricultura y Ganadería sección Granos.

**Elaboración:** La Autora.

### ➤ Propiedades Nutritivas del Haba

El haba constituye un alimento muy nutritivo debido a su concentración en carbohidratos, fósforo, calcio y otros componentes benéficos para la salud.

**CUADRO N° 2.7 Propiedades Nutritivas del Haba**

<b>PROPIEDADES</b>	<b>VALOR NUTRICIONAL 100 G</b>
Agua (%)	77.1 g
Proteínas (g)	9 g
Grasas (g)	0.70 g
Carbohidratos (g)	11.7 g
Fibra cruda (g)	0.30 g
Cenizas (g)	1.20 g
Calcio (mg)	15 g
Fósforo (mg)	217 g
Hierro (mg)	1.7 g
Carotenos (mg)	0.15 g
Vitamina B1 (mg)	0.33 g
Vitamina B2 (mg)	0.18 g
Vitamina C (mg)	12 g

**Fuente:** Ministerio de Agricultura y Ganadería sección Granos.

**Elaboración:** La Autora.

➤ **Aplicaciones y beneficios**

Se afirma que el haba tienen aplicaciones terapéuticas en casos de:

- reumatismo crónico,
- infecciones urinarias,
- gota, ciática, jaqueca,
- tos o vómitos,
- Elimina líquidos acumulados en el organismo.
- Bajar de peso.
- Estimula la eliminación de grasas presentes en las arterias, debido a esto reducen los niveles de colesterol en la sangre.
- Purificar la sangre y los riñones.

### **2.6.3. Procedimiento de elaboración del café artesanal**

El proceso de obtención del café artesanal consiste en el tostado de la materia prima a utilizarse hasta que tome un color marrón oscuro uniforme. Se deja enfriar y se muele para uniformar el tamaño de grano, pasando por el tamizaje donde se obtiene una capa muy fina del grano molido. El producto fino logrado se utiliza de la misma manera que el café es decir obteniendo la esencia por filtración.

#### **2.6.3.1. Tostado**

El proceso de tostar los granos puede ser artesanal de forma similar al tradicional tostado del café, en una cazuela o en un tostador eléctrico. Los granos deben tomar una coloración pardo claro, pues el exceso de calor inactiva sustancias nutritivas necesarias como son los aminoácidos, aunque también se emplea para eliminar sustancias anti nutritivas que son sensibles al calor, pero además acelera las interacciones carbohidratos – proteína lo que reduce la digestibilidad de la proteína y disponibilidad de aminoácidos.

#### **2.6.3.2. Molienda**

En muchas operaciones de la manufactura de los alimentos suele ser una necesidad frecuente, desmenuzar los sólidos mediante la aplicación de fuerzas mecánicas. Las razones para esta reducción es facilitar la extracción de un constituyente deseado, contenido en una estructura compuesta, como sucede, por ejemplo, en la obtención de harina a partir de granos de trigo. También, mejorar el proceso de mezcla, con las partículas de tamaño más pequeño, lo que constituye una consideración importante en la producción de formulaciones, sopas empaquetadas, mezclas dulces, etc.

### **2.6.3.3. Tamizado**

El tamizado es una operación básica en la que una mezcla de partículas sólidas de diferentes tamaños se separa en dos o más fracciones pasándolas por un tamiz. Cada fracción es más uniforme en tamaño que la mezcla original.

Un tamiz es una superficie conteniendo cierto número de aperturas de igual tamaño. Además de utilizarse para separar industrialmente los productos alimenticios en dos o más categorías de tamaño de partículas con fines de manufactura específicos, el tamizado se utiliza en el análisis de partículas para determinar el tamaño de las partículas y la distribución de tamaños de los productos pulverulentos.

### **2.6.3.4. Análisis sensorial**

El Análisis Sensorial se define como el examen de los caracteres organolépticos de un producto mediante los sentidos, obteniendo datos cuantificables y objetivables. Se considera al Análisis Sensorial como una herramienta más del control de calidad total de un producto.

- **Análisis de calidad:** Donde se examina el producto y clasifica objetivamente los distintivos característicos.
  
- **Análisis de aceptación:** donde se busca dictaminar el grado de aceptación que tendrá el producto, siendo a veces deseable conocer la reacción subjetiva o impulsiva del catador.

### **2.6.3.5. Características de Café Artesanal**

- Elaborado a base de productos naturales
- Contiene mayor concentración de nutrientes naturales

- Su consumo no contrae efectos secundarios
- Lo pueden consumir todas las personas inclusive los niños
- Es una bebida exquisita y afrodisiaca

#### **2.6.3.6. Algunos Beneficios que se presenta al Consumidor del Café Artesanal.**

Por estar elaborado a base de frejol y haba, leguminosas ricas en sus propiedades nutritivas, el café artesanal tiene características únicas, contiene menor cantidad de ácidos y una mayor concentración de nutrientes, atributos que en general son vistos con buenos ojos en términos de salud.

Un gran beneficio del Café Artesanal es que contiene mayores niveles de minerales (comparado con el café regular), además de contener una mayor concentración de antioxidantes, que ayudan a combatir los efectos del envejecimiento.

También se concentran las proteínas, carbohidratos y lípidos mismos que generan energía en el ser humano, desarrollando la circulación de la sangre, y mejorando el sistema inmunológico.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. ANTECEDENTES**

El estudio de mercado es una herramienta administrativa de importancia en todo proyecto productivo o negocio a implementar. Los beneficios de un sistema de información de mercado son importantes para poder tener una visión de los mercados meta en forma eficiente y eficaz; así, como proporcionar un flujo de información para la toma de decisiones de la administración en cuanto al tamaño y capacidad instalada, que debe tener en este caso la empresa de elaboración de café artesanal (frejol y haba), que es el objetivo del presente proyecto.

En la parroquia Ambuquí, a través de los estudios se determina que el frejol y el haba son producto de primera necesidad y de consumo masivo; los cuales se entregan a mayoristas o consumidores finales sin ningún valor agregado y por ende los productores tienden a obtener muy bajos recursos económicos, lo cual impide mejorar su calidad de producción, sin embargo no pueden fabricar productos derivados del frejol y el haba ya que no cuentan con los recursos y materiales necesarios.

El café es un producto alimenticio que en general tiene una alta preferencia de consumo a nivel local nacional y mundial, debido principalmente a su sabor y aroma exclusivo, este producto normalmente es realizado a base de dos tipos de cafés: arábica, y robusta. Arábica se conoce con el nombre de moka y es el más apreciado.

El café artesanal es un café considerado alternativo o sucedáneo de café, no convencional, la gran diferencia entre el café artesanal con el café tradicional es que no contiene cafeína en sus componentes ya que está elaborado a base de

leguminosas como son el frejol y el haba. Además sugiere que al ser un producto descafeinado y por su contenido alto en carbohidratos, vitaminas y minerales, conserva la misma textura, aroma y sobre todo el sabor y puede ser consumido por niños, y personas de toda edad, bajo este contexto el proyecto tiene como objetivo crear la empresa CAFÉ AMBUCO y producir café de frejol y haba cuya marca será LEGUCAFÉ y su línea de producción será el café instantáneo.

### **3.2. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO**

El presente proyecto estará sujeto a los siguientes objetivos de mercado:

#### **3.2.1. Objetivo General**

Realizar un estudio de mercado donde se obtenga información relevante, vinculado a establecer las características del café artesanal, su mercado meta, segmentación, a través del análisis de la demanda, proyección de oferta, canales de comercialización e identificar las amenazas y oportunidades que tiene la empresa para posicionar su producto en el mercado del cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

#### **3.2.2. Objetivos específicos**

- Identificar las características principales del café artesanal.
- Establecer el mercado y su segmentación.
- Analizar la demanda histórica, actual y su proyección
- Determinar la oferta aparente y la competencia del café artesanal.
- Identificar los canales de distribución y precios que tienen estos productos, para proponer estrategias de marketing.

### 3.3. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

El café artesanal está elaborado a base de leguminosas que se producen en la parroquia de Ambuquí, mismas que mantienen un alto contenido nutritivo como son; el frejol y haba. Es considerado un sucedáneo del café habitual, la gran diferencia es que el café artesanal no contiene cafeína en sus componentes, por lo cual puede ser consumido por niños y personas de toda edad ya que conserva la misma textura, aroma y sobre todo, el sabor del tradicional café.

Desde el punto de vista de consumo el café se encuentra dentro de productos de conveniencia o de consumo frecuente. La etapa de adopción del producto va a ser un poco complicado debido a que personas en su mayoría tienden a ser tradicionales y escépticas, tienen miedo a los nuevos cambios y a no ser satisfechos de la misma forma que los productos que ya se encuentran en el mercado.

“Legucafé” es un producto innovador en el mercado ya que no existe un producto con las mismas características lo cual nos ayuda a entrar más rápido al mismo. Debemos mostrar al consumidor cuales son los beneficios, la diferencia entre nuestro producto y sus competidores.

#### 3.3.1. Características del Café Artesanal

Este Café Artesanal desde el punto de vista nutricional contiene:

**CUADRO N° 3.1** *Características Nutritivas del Café Artesanal*

<b>Propiedades nutritivas</b>	<b>Valor nutritivo (100 g)</b>
Proteína	23.76 %
Fibra	6.03 %
Hierro	38.52 %
Calcio	10.30 %
Grasa	1.29 %
Fosforo	2.60 %
Carbohidratos totales	17.5 %
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** VILLARREAL, Amparo; Sucédáneos de Café (2009)

**Elaborado por:** La Autora

Como se puede observar dentro de las características del producto final de nuestro estudio se obtiene un alto valor nutritivo, manteniendo las propiedades de sus ingredientes (frejol, haba): hierro, carbohidratos, proteínas y calcio, además contiene otros minerales, que actúan como antioxidantes mejorando el proceso de absorción y drenaje de los residuos tóxicos de las mucosas respiratorias, gástricas e intestinales y en el mucuedema de la piel. Es energizante y equilibra la temperatura corporal.

### **3.3.2. Marca**

La marca comercial que patentará el proyecto es “**LEGUCAFÉ**”, la presentación del café artesanal a base de frejol y haba será: instantáneo en polvo. Considerando que el nombre de la empresa de producción y comercialización de café de frejol y haba será CAFÉ AMBUICO. La marca “LEGUCAFÉ” tiene su origen en la palabra genérica leguminosa y café, jerarquizado con la abreviatura LEGUCAFÉ lo que determina un nombre comercial que busca que estas siglas con su forma de presentación impacten persuadir con la imagen corporativa a los potenciales clientes.

Para llegar con facilidad y con mayor atractivo el café artesanal al consumidor, se presentará en dos formas; Envase de vidrio de 200 gramos y Sobres de 100 gramos.

### **3.3.3. Normativa Sanitaria Técnica Y Comercial**

**3.3.3.1. Norma Sanitaria:** Todas las marcas de café que se comercializan cumplen con la normalización sanitaria que exige el Ministerio de Salud y que algunas marcas tienen la Norma INEN y otras normas internacionales según su procedencia.

**3.3.3.2. Técnica:** Las marcas de café cumplen con todos los procesos técnicos normados para la elaboración en general, siguiendo parámetros de calidad con la finalidad de tener un posicionamiento en el mercado.

**3.3.3.3. Comercial:** Generalmente se comercializa en varias presentaciones: en frasco, sobres con fundas de papel aluminio. Con diferentes cantidades de producto. Las marcas de café normalmente se comercializan en mercados, comisariatos, supermercados y tiendas en general.

### 3.4. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población sujeta a mercado son las familias de la ciudad de Ibarra, para lo cual se procedió a realizar la población proyectada al año 2013 que según el INEC es de 197.907 personas con un promedio de cuatro miembros por familia, que corresponde a 49.477 familias.

#### 3.4.1. Segmentación de la población

Desde el punto de vista del Nivel Socio Económico (NSE) la población del Cantón Ibarra está compuesta de la siguiente manera:

**CUADRO N°3.2 Nivel Socioeconómico**

<b>Nivel Socioeconómico</b>	<b>Familias</b>	<b>Porcentaje</b>
Alto	7.422	15%
Medio	18.306	37%
Bajo	23.749	48%
<b>Total</b>	<b>49.477</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** INEC

**Elaborado por:** La Autora

Este criterio de estructuración de la población se consideró en vista de que el café artesanal, por su precio de comercialización está dirigido al Nivel Socioeconómico Medio y Alto por lo tanto la población objeto de estudio de mercado es la de NSE alto (7.422) y NSE medio (18.306) dando un total de 25.728 familias.

### 3.4.2. Muestra

➤ **Cálculo de la muestra**

El cálculo se expresa bajo la siguiente fórmula, para un nivel de confianza del 95%:

➤ **Fórmula de cálculo**

Para el cálculo de la muestra se aplica la siguiente ecuación:

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

Donde:

**n:** Tamaño de la muestra

**N:** Población o Universo

**δ<sup>2</sup>:** Deviación Típica de la población (0.5)

**Z:** valor crítico, corresponde a un valor dado del nivel de confianza (0.95% dos colas= 1.96)

**E:** Error en la medida de la muestra. Nivel de error (5%; 0.05)

$$n = \frac{25728 \times 1.96^2 \times 0.5^2}{(25728 - 1)0.05^2 + 1.96^2 \times 0.5^2}$$

$$n = \frac{25728 \times 3.8416 \times 0.25}{25728 \times 0.0025 + 0.25 \times 3.8416}$$

$$n = \frac{24.709,1712}{64,32 + 0.9604}$$

$$n = \approx 378.508 \quad 379 \text{ cuestionarios}$$

### 3.4.2.1. Distribución De Encuestas

Como punto de partida para la realización de encuestas se estableció 5 puntos en la ciudad de Ibarra donde se considera habitan familias con las características señaladas en la segmentación de la población.

**Cuadro N° 3.3 Distribución de Encuesta**

Sectores	Familias	Porcentaje
La Victoria	76	20%
Los Ceibos	76	20%
Pilanquí	76	20%
La quinta	76	20%
Yacucalle	75	20%
Total	379	100%

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

### 3.5. REPRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE ENCUESTAS APLICADAS

#### 3.5.1. Análisis de Resultados de Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Ibarra que tienen preferencias por el consumo de café.

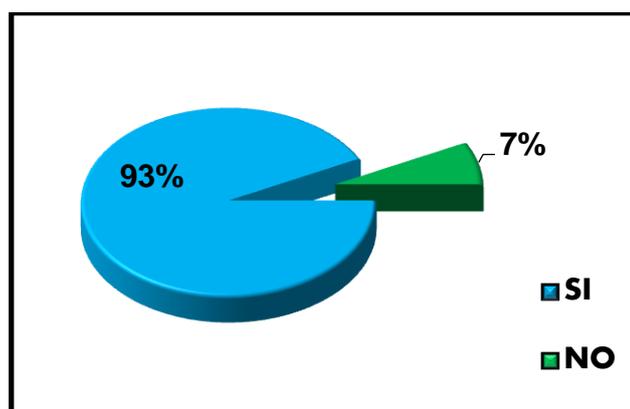
##### 1. ¿Consume usted café?

**CUADRO N° 3.4 CONSUMO DEL CAFÉ**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	352	93%
NO	27	7%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Ibarra que tienen preferencias por el consumo de café. (Diciembre, 2013)

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico N° 3.1 Consumo Del Café**

##### 1.1 Análisis

De las encuestas realizadas a los potenciales consumidores se determina que existe un gran número de personas que consumen café tradicional dentro de su dieta alimenticia, y el 7% no lo consume por encontrar en él un enemigo para su salud.

## 2. ¿Qué tipo de café consume?

CUADRO N° 3.5 Tipos De Café

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INSTANTÁNEO	91	24%
INSTANTÁNEO GRANULADO	117	31%
DESTILADO	144	38%
NO CONSUME	27	7%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Ibarra que tienen preferencias por el consumo de café. (Diciembre, 2013)

**Elaborado por:** La Autora

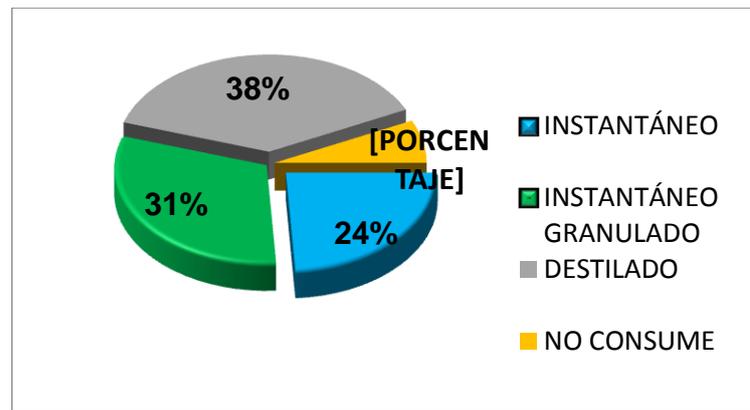


Gráfico N° 3.2 Tipos De Café

### 2.1 Análisis

Según la preferencia de los consumidores, manifiestan que muchos de ellos consumen café destilado por su aroma y sabor, otros tienen preferencia por el café instantáneo granulado, y por otra parte los encuestados sostienen que consumen café instantáneo en polvo, ya que se lo prepara de una manera rápida.

### 3. ¿Qué tipo de marca de café prefiere?

CUADRO N° 3.6 *Marcas De Café*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DOLCA	113	30%
COLCAFÉ	95	25%
BUEN DÍA	76	20%
NESCAFÉ	38	10%
MINERVA	30	8%
NO CONSUME	27	7%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Ibarra que tienen preferencias por el consumo de café. (Diciembre, 2013)

**Elaborado por:** La Autora

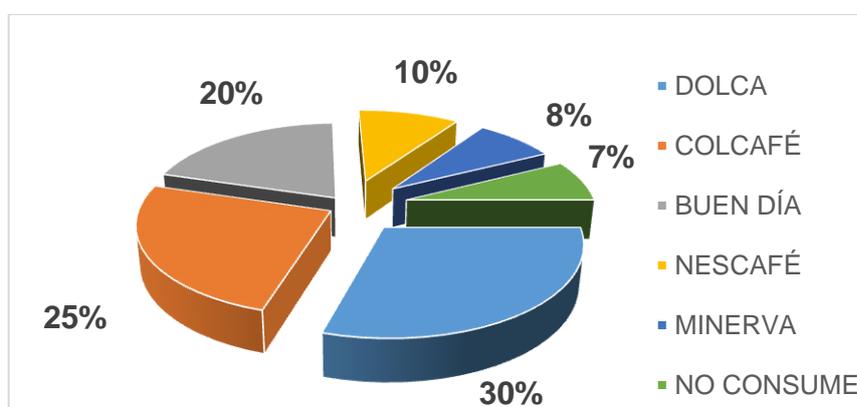


Gráfico N° 3.3 *Marcas De Café*

#### 3.1 Análisis

Dentro de las preferencias de marcas de café en gran parte de los encuestados sostienen que tienen preferencia por la marca de café DOLCA, por su agradable sabor y aroma, otros prefieren las marcas COLCAFÉ, BUEN DÍA, NESCAFÉ y MINERVA, dependiendo de los gustos de cada persona, así como hay familias que no consumen café y buscan otras alternativas.

4. ¿En el mercado, encuentra usted productos sustitutos del café, como el café artesanal de frejol y haba?

CUADRO N° 3.7 *Productos Sustitutos*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	27	7%
NO	352	93%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Ibarra que tienen preferencias por el consumo de café. (Diciembre, 2013)

**Elaborado por:** La Autora

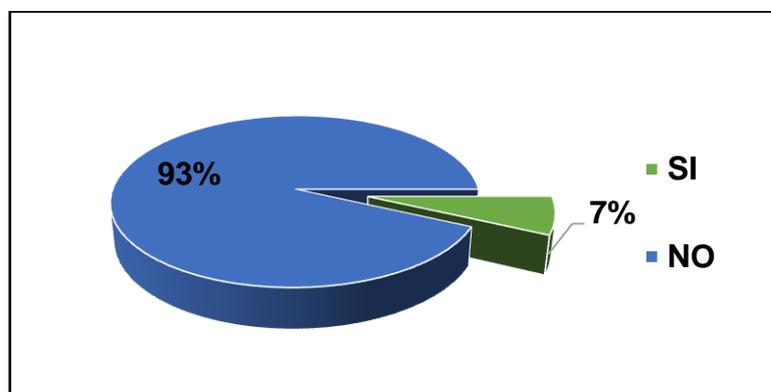


Gráfico N° 3.4 Cafés Alternativos

#### 4.1 Análisis

Se puede observar a través de la encuesta que la mayoría de familias no conocen de productos sustitutos del café en los mercados, ya que siempre ofrecen el tradicional; así como un pequeño grupo afirma conocer sobre productos que lo sustituyen como lo es el café elaborado a base de haba, pero no siempre se los encuentra en el mercado.

5. ¿Al ser el café artesanal un producto descafeinado y que contiene óptimas propiedades nutricionales, desearía adquirirlo?

CUADRO N° 3.8 Adquisición

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	57	15%
NO	295	78%
EN OCACIONES	27	7%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Ibarra que tienen preferencias por el consumo de café. (Diciembre, 2013)

**Elaborado por:** La Autora

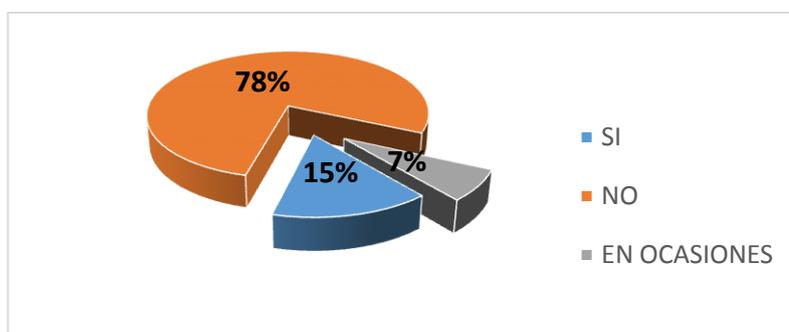


Gráfico N° 3.5 Adquisición

### 5.1 Análisis

De las familias encuestadas el 15% demuestra interés por adquirir un producto diferente al café tradicional. Mientras que el 78% indica su preferencia por seguir consumiendo el mismo café.

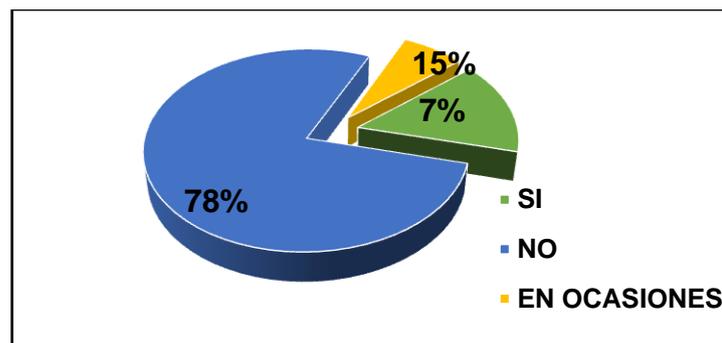
**6. ¿Reemplazaría usted, el café tradicional por el café artesanal de frejol y haba?**

**CUADRO N° 3.9 Opción De Cambio**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	57	15%
NO	295	78%
EN OCASIONES	27	7%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Ibarra que tienen preferencias por el consumo de café. (Diciembre, 2013)

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico N° 3.6 Opción De Cambio**

**6.1 Análisis**

El 15% de la población encuestada manifiestan que si reemplazarían el café tradicional por el café artesanal de frejol y haba, ya que este es más saludable, contiene valores nutricionales que aportan a la salud, y además que puede ser consumido por los niños sin causarles efectos secundarios en su salud, por otra parte el 78% sostiene que no cambiaría el café tradicional por ningún producto sustituto ya que les encanta su sabor y aroma original, y el 7% dice que en algún momento consumirá el café artesanal para conocer sus características.

7. ¿Cómo le gustaría que sea la presentación del café artesanal de frejol y haba, en cuanto al envase?

CUADRO N° 3.10 *Presentación*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SOBRE	30	8%
VASO	8	2%
FRASCO	19	5%
NO CONTESTAN	322	85%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Ibarra que tienen preferencias por el consumo de café. (Diciembre, 2013)

**Elaborado por:** La Autora

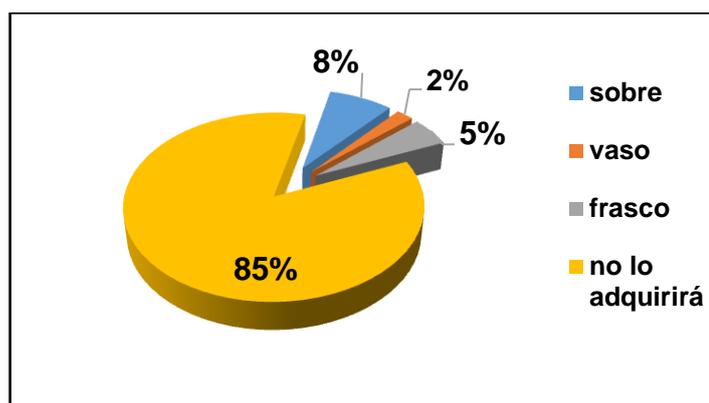


Gráfico N° 3.7 Presentación

### 7.1 Análisis

Con respecto a las familias que desean adquirir el café artesanal se identifica la preferencia de que la presentación del producto sea en sobre por la comodidad de encontrarlo, transportarlo y usarlo, así como otro segmento preferiría adquirirlo en frasco ya que se lo conserva mejor.

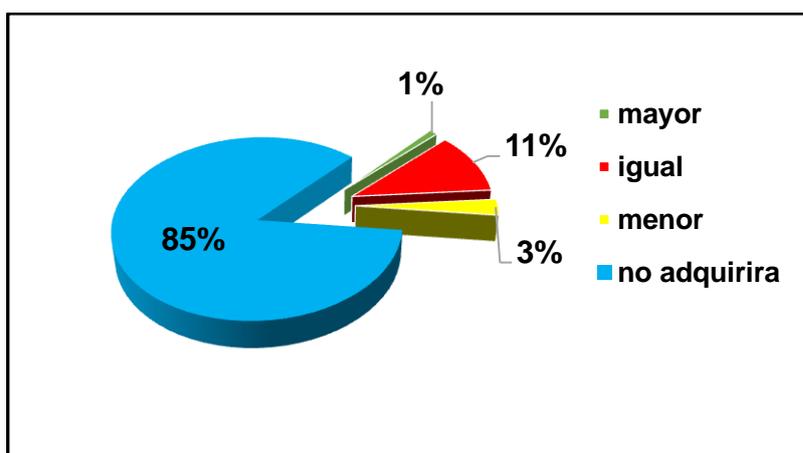
8. ¿Considera Ud. que los precios del café artesanal, en relación a otras marcas de café, y presentación debe ser:

**CUADRO N° 3.11 Precios**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAYOR	4	1%
IGUAL	42	11%
MENOR	11	3%
NO CONTESTAN	322	85%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Ibarra que tienen preferencias por el consumo de café. (Diciembre, 2013)

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico N° 3.8 Precios**

### 8.1 Análisis

Con respecto al precio del producto a ofertar se determina según los resultados de las encuestas que debería ser igual a los de la competencia porque así se encontraría en igual posición frente a los otros cafés, por lo que se considera que si los precios fueran mayores o menores no se encontraría en un mismo margen de aceptación debido a que el café artesanal es un producto nuevo en mercado.

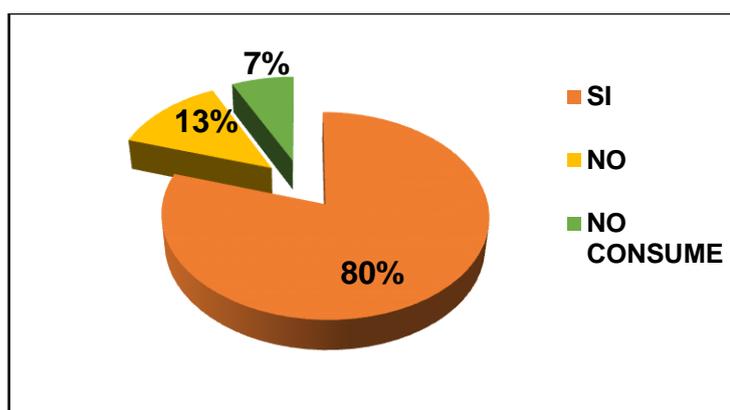
**9. ¿Está satisfecho con las marcas de cafés tradicionales que comercializan en el mercado?**

**CUADRO N° 3.12 Nivel De Satisfacción**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	295	78%
NO	57	15%
NO CONSUME	27	7%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Ibarra que tienen preferencias por el consumo de café. (Diciembre, 2013)

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico N° 3.9 Nivel De Satisfacción**

**9.1 Análisis**

En relación al nivel de satisfacción ante el consumo del café tradicional se determina que en su mayoría los encuestados están satisfechos con el producto que se comercializa en el mercado de la ciudad de Ibarra, así también el 15% manifiestan que están inconformes y buscan nuevas alternativas de consumo.

### **3.6. MERCADO META**

A través del análisis sobre los resultados de las encuestas realizadas en la ciudad de Ibarra, se determina como mercado meta a las familias que están dispuestas a reemplazar el café tradicional por el Café Artesanal elaborado a base de frejol y haba, ya que buscan nuevas alternativas de consumo por que no se encuentran satisfechas con el café tradicional y por el deseo de cuidar y mejorar su salud.

El principal mercado se establece en la ciudad de Ibarra, y posteriormente se enfocará en posicionar el producto en otros cantones de la provincia de Imbabura y en el Carchi.

Por lo detallado se deduce que la microempresa cubrirá el 15% de la demanda insatisfecha.

### **3.7. OFERTA**

#### **3.7.1. Análisis de la oferta – Marcas de Café**

Al analizar la oferta se establece que en la ciudad de Ibarra en los supermercados, comisariatos y tiendas no se comercializa café de frejol y haba en ninguna presentación.

De esta forma para tener un marco referencial de la oferta se consideró las otras marcas de café convencional que se comercializa en la ciudad de Ibarra.

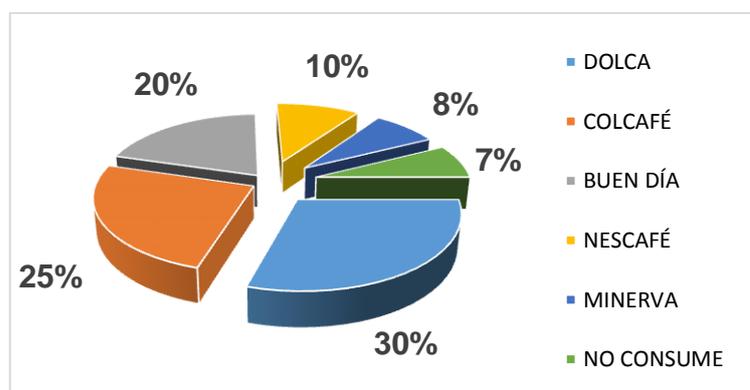
La oferta interna de marcas de cafés, que más se comercializan son las siguientes:

- DOLCA
- MORO
- NESCAFE
- BUEN DIA

- SI CAFÉ
- COLCAFE
- EXPRESO
- CHINITO

Se puede determinar que normalmente la oferta aparente es mayor que la demanda aparente, esta afirmación se lo puede hacer en vista de que generalmente en cualquier supermercado se encuentra oferta permanente de varias marcas de cafés en sus diversas presentaciones.

De las encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Ibarra se determinó que el nivel de participación en el mercado es variado, pero las marcas que más se ofertan en los supermercados son: DOLCA, en sus varias presentaciones, NESCAFE, BUEN DIA, SI CAFÉ, COLCAFE, MINERVA.



**Gráfico N° 3.10 Oferta De Café Tradicional**

**Fuente:** Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Ibarra que tienen preferencias por el consumo de café. (Diciembre, 2013)

**Elaborado por:** La Autora

Al no existir en el mercado café artesanal elaborado a base de frejol y haba, no se puede determinar la oferta histórica y actual, por lo que se procedió hacer un análisis de la competencia entendiéndose como competidores indirectos las otras marcas de cafés.

### 3.7.2. Análisis de la Oferta – Volumen Consumo

Según el COFENAC de su informe consumo y comercialización de café en el Ecuador, se establece que el volumen expresado en gramos que se comercializa en la ciudad de Ibarra al año 2011, se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 3.13 Oferta De Café Al 2011**

DETALLE	OFERTA DE CAFÉ EN GRAMOS
DOLCA	20.805.600
COLCAFÉ	16.644.480
BUEN DÍA	13.870.400
NESCAFÉ	6.935.200
MINERVA	5.548.160
OTRAS MARCAS	5.548.160
<b>TOTAL</b>	<b>69.352.000</b>

**Fuente:** COFENAC informe de consumo de Café en Ibarra al 2011

**Elaborado por:** La Autora.

**CUADRO N° 3.14 Oferta Actual en Unidades de Café año 2011**

<b>Ventas de Café al año</b>	<b>69.352.000 gramos</b>
<b>Envases de 200 gramos.</b>	<b>346.760 unidades</b>

**Fuente:** COFENAC informe de consumo de café en Ibarra al 2011

**Elaborado por:** La Autora.

### 3.7.3. Proyección de la Oferta

Para la proyección de la oferta se tomará en cuenta que cada año se incrementa en un 5%, debido al consumo histórico de café que registra COFENAC.

➤ **Fórmula**

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

➤ **Simbología**

**Op:** Oferta Proyectada

**OA:** Oferta actual

**1** : Valor Constante

**i** : Tasa de crecimiento

**n** : Tiempo

**CUADRO N° 3.15** *Proyección de la Oferta en Cantidad de Producto*

<b>Año</b>	<b>Cantidad Envases de 200 gr</b>
2011	346.760
2012	364.098
2013	382.303
<b>2014</b>	<b>401.418</b>
2015	421.489
2016	442.563
2017	464.691
2018	487.926
2019	512.322

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** La Autora.

**Cálculo**

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

$$Op = 346.760(1+0.05)^1$$

**Op**= 364.098 envases 200 gr para el año 2012

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

$$Op = 346.760(1+0.05)^3$$

**Op**= **401.418** envases-sachet 200 gr para el año 2014

**3.8. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA**

Al analizar el consumo de café en el Ecuador según el Consejo Cafetero Nacional (COFENAC) y según encuestas realizadas a los posibles consumidores,

se determina que la demanda tiene un consumo al año 2011 de 150.344.510 gramos de café al año. Con estos datos se procedió a estimar la demanda considerando el consumo per cápita en forma constante y en relación al incremento de la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra que es del 2.76% según el INEC.

**CUADRO N° 3.16 Demanda Actual en Unidades Café año 2011**

<b>Consumo de café al año</b>		150.344.510 gramos
<b>Envases de 200 gramos</b>	150.344.510	751.723 unidades

**Fuente:** COFENAC informe de consumo de café en Ibarra 2011

**Elaborado por:** La Autora.

### 3.8.1. Proyección de la Demanda

➤ **Fórmula**

$$D_p = DA (1 + i)^n$$

➤ **Simbología**

**D<sub>p</sub>**= Demanda Proyectada

**DA** = Demanda actual

**1** = Valor constante

**i** = Tasa de crecimiento

**n** = Tiempo

## Cálculo

$$D_p = DA (1 + i)^n$$

$$D_p = 751.723 \text{ Envases-Sachet } (1 + 0.0276)^1$$

$$D_p = 772471 \text{ Envases-Sachet } 200\text{gr. para el año } 2012$$

$$D_p = DA (1 + i)^n$$

$$D_p = 751.723 (1 + 0.0276)^3$$

$$D_p = 815699 \text{ Envases } 200\text{gr. para el año } 2014$$

**CUADRO N° 3.17 Proyección de la Demanda en Cantidad de Producto**

Año	Cantidad Envases- Sachet 200 gr
2011	751.723
2012	772471
2013	793791
<b>2014</b>	<b>815699</b>
2015	838213
2016	861347
2017	885.120
2018	909.549
2019	934.653

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora.

### 3.8.2. Determinación de la Demanda Insatisfecha Proyectada

**CUADRO N° 3.18 Demanda Insatisfecha de Producto Proyectada**

Años	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2012	364.098	772471	-408.373
2013	382.303	793791	-411.488
<b>2014</b>	<b>401.418</b>	<b>815699</b>	<b>-414.281</b>
2015	421.489	838213	-416.724
2016	442.563	861347	-418.784
2017	464.691	885.120	-420.449
2018	487.926	909.549	-421.623
2019	512.322	934.653	-422.331

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora.

### 3.8.3. Cantidad Proyectada del Proyecto

Una vez establecida la demanda insatisfecha de producto de 414.281 unidades, se calcula la Demanda real del café artesanal que según las encuestas se establece que la microempresa cubrirá la demanda insatisfecha aproximadamente en un 15%, con un crecimiento del 5% anual.

$$414.281 * 0.15 = 18.367 \text{ unidades}$$

**CUADRO N° 3.19 Demanda Potencial a Satisfacer Proyectada**

Años	Producción Microempresa “CAFÉ AMBUCCO” 13%
2014	62.142
2015	65.249
2016	68.512
2017	71.937
2018	75.534
2019	79.311

**Fuente:** Estudio de Mercado  
**Elaborado por:** La Autora.

### 3.9. ANÁLISIS DE PRECIOS

Los precios de las marcas de cafés dependen de la 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.

Los precios más altos tienen los cafés importados de marcas internacionales como MOKA, COLCAFE. Los precios de las distintas marcas de cafés están en relación a su tipo de presentación y cantidad.

A continuación se presenta varias marcas de café con sus respectivos precios a distribuidor:

**CUADRO N° 3.20 Precios de Marcas de Café**

MARCAS	FORMA DE PRESENTACIÓN	PRECIO REFERENCIAL
COLCAFÉ	Envase tipo frasco de 380grs	\$4.00
	Envase tipo frasco de 200grs	\$3.00
	Envase tipo frasco de 85grs	\$1.40
BUEN DÍA	Envase tipo frasco de 85grs	\$3.10
	Envase tipo frasco de 170grs	\$5.62
NESCAFÉ	Envase tipo frasco de 85grs	\$2.60
	Envase tipo frasco de 170grs	\$3.62
	Envase tipo frasco de 50grs	\$1.73
DOLCA	Envase tipo lata de 170grs	\$4.46
	Envase tipo lata de 85grs	\$2.51

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** La Autora.

Para establecer el precio de este tipo de café se tomó en cuenta el costo de producción, el precio de la competencia para los productos sustitutos por tamaño de empaque y el precio que los consumidores están dispuestos a pagar, considerando un margen de utilidad, que permita a la microempresa seguir produciendo y solventando todas las expectativas planteadas.

Además se tomó en cuenta los resultados de las encuestas realizadas donde se propone establecer precios iguales a los de la competencia para poder introducir el producto en el mercado con rapidez ya que estará a disposición del consumidor en las mismas igualdades que el café tradicional.

Así se determina que el café artesanal “LEGUCAFÉ” se producirá en dos presentaciones:

- En frascos de vidrio de 200 gramos a 3.50 dólares.
- Fundas de papel aluminio de 100 gramos a 1.75 dólar.

Para los próximos años se hará un incremento de acuerdo al promedio de la tasa de inflación anual, tomando en cuenta la variable del índice en los últimos cinco años en nuestro país teniendo los siguientes datos:

**CUADRO N° 3.21 Variación del Índice de Inflación Anual**

Año	Índice de Inflación anual
2009	4,31
2010	3.33
2011	5.41
2012	4.16
2013	2.70
<b>PROMEDIO</b>	<b>3.98</b>

**Fuente:** Diario el Universo (2014/01/07)  
**Elaborado por:** La Autora.

A través del análisis se obtuvo el promedio del índice inflacionario de 3.98%. Al analizar los índices de inflación anual de los últimos cinco años se observa un notable decrecimiento, aspecto que ha beneficiado la economía de las familias ecuatorianas ya que el Sueldo Básico Unificado ha tenido un incremento mejorando así el poder adquisitivo de los ibarreños y ecuatorianos, manteniendo una economía estable sin descartar que los cambios en los precios al consumidor son mínimos.

### 3.9.1. Proyección de Precios

Para realizar la proyección del precio del producto a ofertar se tomará en cuenta el promedio de variación del índice de inflación anual determinado anteriormente:

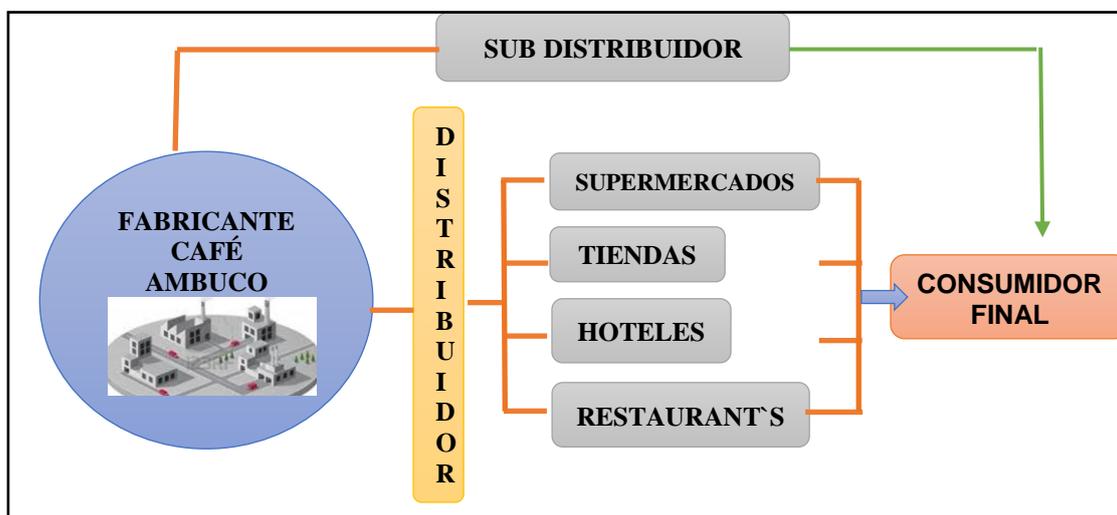
**CUADRO N° 3. 22 Proyección Precio del Producto**

AÑO	ENVASES DE 200 GR		SOBRES DE 100 GR	
	Precio anual	Incremento anual 3.98%	Precio anual	Incremento anual 3.98%
2014	3,15		1,50	
2015	3,28	0,13	1,56	0,06
2016	3,41	0,13	1,62	0,06
2017	3,54	0,14	1,69	0,06
2018	3,68	0,14	1,75	0,07
2019	3,83	0,15	1,82	0,07

**Fuente:** Estudio de Mercado  
**Elaborado por:** La Autora.

### 3.10. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

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



**Gráfico N° 3.11 Sistema de Comercialización**

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** La Autora.

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

- ❖ Tamaño de mercado
- ❖ Alcance o rivalidad competitiva (nacional, regional local o extranjera)
- ❖ Tasa de crecimiento del mercado
- ❖ Cantidad de marcas y precios
- ❖ Ritmo de cambio tecnológico en los procesos de producción e introducción de nuevos materiales y productos.
- ❖ Altas tasas de utilización del producto
- ❖ Frecuencia de compra o adquisición.

### **3.11. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN**

El mercado actual para la mayor parte de los cafés o marcas que se comercializan es demasiado variable porque el consumo de este producto está posicionado en varios segmentos y estratos sociales, se lo puede encontrar en supermercados, tiendas de barrio, comisariatos. Las diferencias en los hábitos de compra, y formas de consumo, en los motivos para adquirir, marcas, precios, sabores, calidad, presentación del producto entre otros factores son una causa de falta de uniformidad en el mercado.

No todos los consumidores de café están de acuerdo con los cafés tradicionales y desean productos alternativos sobre todo descafeinados, que hagan el menor daño posible a la salud. Bajo esta consideración de marketing se procede a establecer estrategias de comercialización que permitan penetrar en el mercado logrando el posicionamiento del producto “LEGUCAFÉ” de la empresa CAFÉ AMBUCCO en el cantón de Ibarra.

#### **3.11.1. Estrategias de mercado**

Se aplicará un conjunto de acciones para cada uno de los factores de marketing: Posicionamiento, Producto, Precio, Plaza, Promoción y Personal. Cada factor se fundamenta en la meta del mercado objetivo y las correspondientes estrategias, tácticas alternativas así como acciones a corto plazo que apoyen a las estrategias.

Las acciones de marketing mix se fundamentan en el esfuerzo de afianzarse en cuatro fundamentos:

- Satisfacer las necesidades del mercado meta y otros mercados potenciales.
- Generar una rentabilidad apropiada.
- Superar a la competencia.
- Actuar de una manera socialmente responsable.

### 3.11.2. 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 las siguientes acciones:

- Implementar un sistema de costos con la finalidad de minimizar los mismos y contar con precios de venta de los productos de manera competitiva.
- 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.

**a) Diferenciación.-** Esta estrategia genérica se aplicará formulando diseños nuevos de presentación de los productos de tal manera que se consiga en los clientes una imagen de marca, tecnología de punta y otros.

**b) Alta segmentación.-** Con esta estrategia se enfocará a tener diferentes presentaciones de café artesanal de frejol y haba en relación a tipo de envase, según el segmento o nicho de potenciales compradores o clientes.

### 3.11.3. Estrategias de distribución

- Disponer de ambiente físico adecuado en lo concerniente a iluminación, ventilación, ubicación de la publicidad y otros que sea del agrado de los clientes.
- Disponer de personal de ventas totalmente uniformado y con una atención de calidad al cliente.

- Disponer de un buzón de sugerencias en el local de ventas
- Ofertar fundas de papel a los usuarios que adquieran el producto.
- A clientes de puntos de venta externos a la empresa: Entrega acorde a los tiempos solicitados
- Transportar los productos de manera que no se deterioren y no causen molestias a los distribuidores (comisariatos, supermercados, tiendas)
- Cumplir con las formas de pago de acuerdo a lo acordado

#### **3.11.4. Estrategia Corporativa**

Será el plan general de actuación directiva para la empresa en términos de imagen corporativa y consistirá en los movimientos que se realicen con la finalidad de establecer posiciones de mercado meta, las estrategias serán.

1. Diversificar los productos con un portafolio amplio que forme barreras para la competencia con alto valor agregado en los productos.
2. Encontrar formas de capturar la sinergia entre los clientes y la ventaja competitiva operando eficazmente los canales de publicidad.
3. Enfoque hacia la integración vertical para establecer el alcance competitivo de la empresa dentro de esta actividad comercial y fortalecer o mejorar los resultados de ventas proyectados.
4. Buscar una diferenciación basada en ventajas como calidad, rendimiento, estilo de los productos con superioridad tecnológica.
5. Especializarse en nichos de mercado y obtener una posición competitiva por la satisfacción de sus clientes.

6. Interactuar la estrategia con las acciones destinadas a desarrollar las habilidades y capacidades de las áreas o procesos de la empresa.
7. Aprovechar las capacidades de la empresa para ajustarse a las condiciones del mercado y minimizar las amenazas.
8. Evaluar las posiciones de las empresas rivales, que ocupan en el mercado, tipos de servicios, variables típicas de precios, calidad cobertura geográfica local de ventas, canales de distribución.
9. Implementar un programa de costos con la finalidad de tener una estandarización de los mismos y efectuar un control departamental en los procesos.

#### **3.11.5. Estrategias de posicionamiento**

Con el desarrollo de las estrategias de posicionamiento se pretende posicionar el producto LEGUCAFÉ en la región norte del país y en lo posterior a nivel nacional e internacional. En el corto plazo, se busca potenciar la imagen a nivel local, que los clientes conozcan el producto que ofrece la empresa, sus ventajas y la importancia que tiene en el desarrollo económico local, regional y nacional.

1. Hacer promociones en centros comerciales posicionando el nombre y el producto en los mercados metas y demanda insatisfecha.
2. Elaborar y entregar a los distribuidores publicidad en banners y otros afiches de la empresa de los productos para que los clientes tengan fidelidad e inducir (persuadir) a que sean clientes con alta fidelidad y exclusividad.
3. Elaborar diseños de los productos de acuerdo a la tendencia del mercado y que se ajuste a los requerimientos de satisfacción de sus clientes directos

4. Que la empresa CAFÉ AMBUCO sea pionera en las políticas y principios de la calidad total en la provincia de Imbabura con la finalidad de mejorar la imagen de posicionamiento comercial.

### **3.12. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO**

LEGUCAFÉ se ofertará a través de dos tipos de empaque:

- Frasco de 200g: ideal para los hogares.
- En sobre de 100g: por su tamaño y su costo es uno que tiene mayor demanda en el mercado.

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

En relación a los métodos de investigación y estadística se utilizó los métodos deductivo, sistemático y analítico. Las técnicas de recolección de datos fue primarias utilizando encuestas y secundarias a través de la información de fuentes confiables como es la del INEC y COFENAC.

Con respecto a la demanda del café se considera sensible, ya que por medio de las encuestas aplicadas solo el 13% que representan a la población consumidores de café buscan nuevas alternativas de bebidas que cuiden su salud, y están dispuestos a cambiar el café tradicional por el café artesanal elaborado a base de frejol y haba.

En relación a la oferta, está representada por empresas exportadoras de café tradicional y de pymes que son competidores fuertes, ya que mantienen un nicho de mercado leal debido a su variedad de producto y marcas que se encuentran bien posicionadas por su calidad, publicidad, precio y experiencia en la producción y comercialización de café.

En lo referente a la distribución del café a nivel local se lo realiza bajo el sistema de comercialización corto, ya que se entrega directamente en tiendas pequeñas, supermercados, micromercados; poniendo el producto a disposición de las familias ibarreñas.

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

A través del Estudio Técnico se trata de caracterizar objetivamente el área donde se implementará el proyecto. La capacidad instalada que tendrá la planta para la producción del café artesanal a base de frejol y haba.

Se indicará previamente las inversiones que se necesitan en el plan. La infraestructura más adecuada para la instalación de los equipos, maquinarias requeridas y una distribución de la planta que nos permita reducir los tiempos en el manejo de la materia prima.

#### 4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Con la localización del proyecto se persigue lograr una posición de competencia basada en menores costes de transporte y una fácil distribución del producto. Es importante una buena localización ya que una vez instalada la planta procesadora es difícil y costoso cambiar de lugar.

##### 4.1.1. Macrolocalización

**País:** Ecuador  
**Provincia:** Imbabura  
**Cantón:** Ibarra  
**Parroquia:** Ambuquí,  
**Comunidad:** El Juncal



**Mapa N° 4.1 Localización del Proyecto**

**Fuente:** Ing. Hilda Flores

**Elaborado por:** La Autora

#### **4.1.2. Microlocalización**

Para el análisis de la Microlocalización, se necesita realizar un estudio de los factores más importantes que influyen en la ubicación del proyecto. Para lo cual se consideró los siguientes sectores del cantón Ibarra.

- Sector Priorato
- Sector El Olivo
- Sector Rural El Juncal

#### **4.1.3. Matriz Locacional**

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

**CUADRO: N° 4.1 Matriz Locacional, Método Cualitativo por Punto**

<b>Factores</b>	<b>Peso</b>	<b>Sector El Olivo</b>	<b>Suma</b>	<b>Sector Priorato</b>	<b>Suma</b>	<b>Sector El Juncal</b>	<b>Suma</b>
Servicios básicos	30%	8	2.40	8	2.40	8	2.40
Costos de la tierra	20%	5	1.00	6	1.20	7	1.40
Transporte de Materia Prima	15%	5	0.75	5	0.75	9	1.35
Mano de obra	15%	7	1.05	7	1.05	6	0.90
Mercado meta	10%	7	0.70	7	0.70	6	0.60
Condiciones geográficas	10%	6	0.60	7	0.70	7	0.60
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>6.50</b>		<b>6.80</b>		<b>7.25</b>

**Fuente:** Método Cualitativo por puntos, Baca Urbina

**Elaborado por:** La Autora

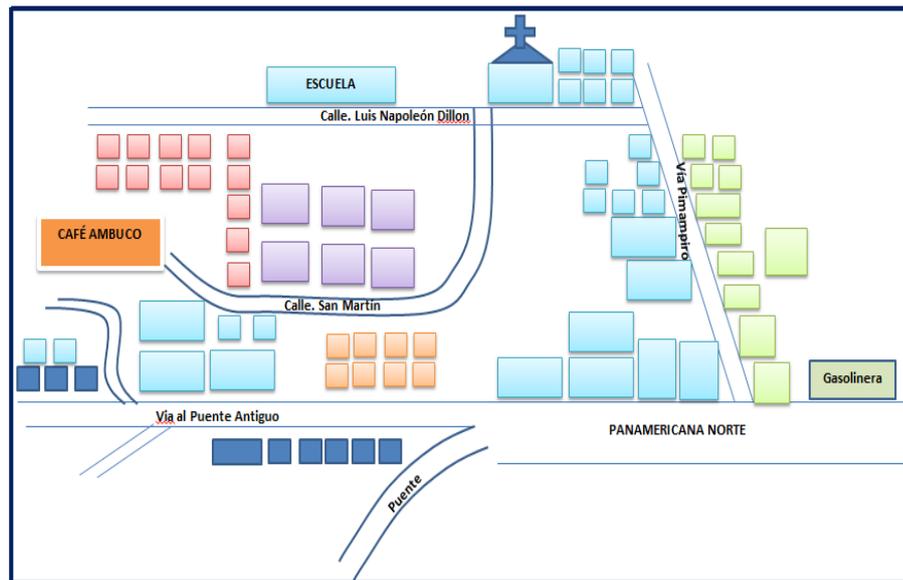
#### **4.1.3.1. Selección de la Alternativa Óptima**

De acuerdo a los valores ponderados en la matriz locacional se determina que la mejor opción para la ubicación de la Microempresa Industrial es el sector de la parroquia Ambuquí. Para esta determinación se ha considerado aspectos importantes como la cercanía que existe entre el lugar de producción a la microempresa en vista de abaratar costos de transporte, verificar los servicios básicos con los que cuenta el sector, al requerir mano de obra se fomentará el trabajo, mercado meta al que está dirigido el café artesanal, las condiciones climáticas y otros.

El terreno donde se ubicara el proyecto cuenta con servicios básicos de energía eléctrica, agua potable y alcantarillado. Existe disponibilidad de mano de obra que aunque no sea calificada es suficiente para el normal funcionamiento y la posibilidad de causar un menor impacto ambiental.

#### **4.1.3.2. Plano de Microlocalización**

A continuación se presenta el plano donde se encuentra ubicada exactamente la planta industrial de café artesanal.



**Gráfico N° 4.1 Ubicación de la Microempresa**  
**Elaborado por:** La Autora

## 4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

### 4.2.1. Factores Determinantes

Para calcular el tamaño de la empresa en relación a su capacidad instalada y su capacidad operativa se consideró los siguientes factores:

- Tamaño de mercado
- Disponibilidad de la materia prima
- Disponibilidad Tecnológica
- Disponibilidad de Recursos Financieros

**a) Tamaño del mercado.-** La implantación del proyecto tiene como objetivo principal la producción de café artesanal, elaborado a base de frejol y haba (granos secos), un producto de buena calidad y su comercialización se lo realizará a través de distribuidores potenciales como: supermercados, micromercados, abastos, tiendas; los cuales llegarán al consumidor final que son las familias de la ciudad de Ibarra, así como también se mantendrá un subdistribuidor que llegue directamente al consumidor final con el producto.

b) **Disponibilidad de Materia Prima.** En relación a la demanda insatisfecha que es de 414.281 unidades de 200 gramos de café cada una, se presenta la siguiente información:

**CUADRO N° 4.2 Demanda Potencial a Satisfacer en Kilogramos**

Demanda Insatisfecha Unidades de 200gr	414.281
Demanda a satisfacer 15%	62.142 unidades
Convertidos en Kilogramos	$((62.142*200)/1000)$ <b>12.428,43 kilos</b>

**Fuente:** Cuadro N° 3.18 Estudio de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

A través del siguiente cuadro se observa que el 13% de la Demanda a satisfacer es de 12428,43 kg y tomando en cuenta que el kilogramo de Materia Prima constituye un 5% menos por el volumen del grano y la diferencia al molerlo para obtener el café elaborado, por lo cual se determina que se requiere un 5% más de materia prima con relación a la Demanda a Satisfacer; teniendo los siguientes valores:

$12428,43 * 1.05 = 13049,85$  kilogramos de materia prima

9787,39 kg que es el 75% de frejol

3262,46 kg que es el 25% de haba.

**CUADRO N° 4.3 Materia Prima Requerida**

Año	Demanda a Satisfacer 15%	Demanda a Satisfacer Kilos	Materia prima 5% mas	MP Frejol 75%	MP Haba 25%
2014	62.142	12428,43	13049,85	9787,39	3262,46
2015	65.249	13049,85	13702,34	10276,76	3425,59
2016	68.512	13702,34	14387,46	10790,60	3596,87
2017	71.937	14387,46	15106,83	11330,13	3776,71
2018	75.534	15106,83	15862,18	11896,63	3965,54
2019	79.311	15862,18	16655,28	12491,46	4163,82

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

Ante los datos obtenidos sobre la producción de la materia prima se establece el siguiente cuadro donde se analiza las hectáreas requeridas para el cultivo de la misma:

**CUADRO N<sup>o</sup>4.4 Hectáreas Requeridas de Materia Prima**

Materia prima	kg requeridos	Rendimiento por hectárea	Hectáreas Requeridas
Frejol	9787,39	1.000 kg / h	9.78 h
Haba	3262,46	1.360,77 kg / h	2.40 h

**Fuente:** CUADRO N<sup>o</sup> 1.17; CUADRO N<sup>o</sup>1.19 del Diagnóstico Situacional  
**Elaborado por:** La Autora

En vista de que la producción de frejol seco en las comunidades de la parroquia Ambuquí es de aproximadamente 1.000 kilogramos y de haba es de 1.360.77 kilogramos, se calculó las hectáreas requeridas para el cultivo de materia prima.

De acuerdo a los datos obtenido y con la observación de que la producción de materia prima en la parroquia Ambuquí se la realiza en diferentes comunidades, se establecerá relación con las más cercanas al lugar donde se implantará la microempresa, con el fin de abaratar costos en la producción del café artesanal, por lo cual se socializará con agricultores localizados en: Carpuela y El Juncal, para la posibilidad de mantener 9.78 hectáreas de cultivo de frejol de la especie robusta rojo, así como en las comunidades de la zona alta: Rancho Chico y Peñaherrera para la posibilidad de cultivar 2.40 de hectárea de haba seca de la especie mishca.

Se considera que cada kilogramo de frejol bordea el usd. 1.00 de productor a mayorista. Así también se establece que el precio de haba seca es de usd 1.41 el kilogramo.

**c) Disponibilidad Tecnológica.-** La tecnología que se utilizará y aplicará la empresa para la producción de café artesanal de frejol y haba se basa en principios

tecnológicos del sector industrial que es el resultado de procesos exitosos que se aplican a nivel de pequeña y mediana empresa. El nivel tecnológico que se aplicará permite procesos operativos de alto rendimiento en términos de eficacia, eficiencia y rentabilidad. Al elaborar los diagramas de producción con la tecnología propuesta se deberá identificar los posibles cuellos de botella con la finalidad de minimizarlos y eliminar procesos que no agregan valor al producto y que ocasionan costos no recuperables.

**d) Disponibilidad de Recursos Financieros.-** El proyecto para su financiamiento tiene planificado que provendrán de dos fuentes: internas y externa. El capital necesario para la ejecución del proyecto será cubierto el 37% con capital propio y el 63% restante se realizará un préstamo a una institución financiera de la provincia.

**4.2.2. Optimización del Tamaño del Proyecto.-** Para optimizar el tamaño del proyecto se establecieron áreas de trabajo distribuidas uniformemente con el fin de evitar contratiempos en la administración, producción y distribución del café artesanal.

#### **4.2.3 Determinación de la capacidad de Producción**

Se estima que la capacidad de producción de la microempresa será de **12428,43** kilogramos en el primer año con un crecimiento del 5% de acuerdo a los datos de la demanda a satisfacer durante la vida del proyecto y según el incremento del mercado así como las exigencias del consumidor. La microempresa tendrá una jornada de 8 horas diarias, los 6 días laborales de la semana durante todo el año, para cubrir la demanda potencial a satisfacer. De acuerdo a lo establecido se considera la capacidad de la microempresa así:

Capacidad anual:	12428,43 kg (8 horas* 6 días * 48 semanas)
Capacidad mensual=	1.035,70 kg
Capacidad semanal=	258,93 kg
Capacidad por día =	43,15 kg

Capacidad por hora= 5,39 kg

Significa que la capacidad de producción de la microempresa será de 5,39 kilogramos cada hora; es decir que la microempresa deberá producir:

$(5,39 * 1000)(0.60)/100\text{gr} = 32$  unidades de 100 grs. Por hora.

$(5,39 * 1000)(0.40)/200\text{gr} = 11$  unidades de 200 grs. Por hora.

### 4.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

#### 4.3.1. Procesos De Producción

El proceso a realizarse para la obtención del café artesanal cumple las siguientes etapas:

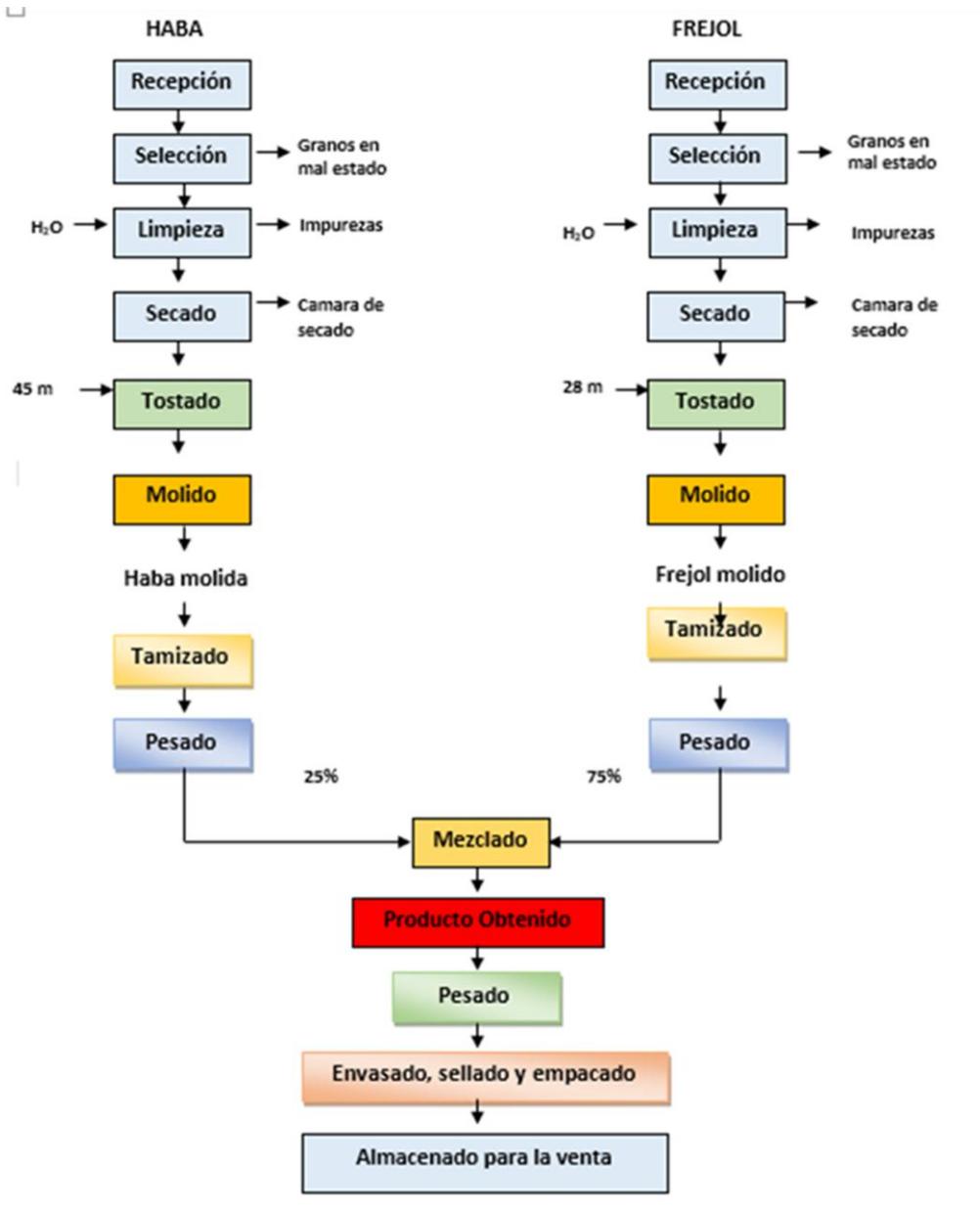
- **Recepción de Materia Prima:** Se recibirá la materia prima de acuerdo a la orden de compra que emita el departamento de producción, así se realizará un control de que llegue completa y en orden, misma que se almacenará en la bodega de materia prima, la cual está dividida en dos áreas; una para el frejol y para el haba.
- **Selección y Limpieza de Materia Prima:** De acuerdo a la naturaleza y condiciones físicas de los granos se realizará una selección de los mismos con el fin de eliminar granos dañados por causa del trillado en la cosecha, y a través de lavanderías se realizará la limpieza para eliminar los residuos que se pega en el grano al momento de secarlo en las planchas o suelo.
- **Pelado:** Luego de lavar los granos se pasa a pelar los granos dejando limpio y libre de cualquier impureza que afectare la producción del café artesanal. Esta etapa se la realizará con la maquina peladora de granos húmedos que está construida con finas cuchillas que pelan el grano sin tritararlo, dejando una apariencia de pulido en el mismo.

- **Secado:** Luego de pasar por el pelado, el grano queda húmedo por lo que se pondrá a secar a través de una máquina de secado que funciona con las corrientes de aires húmedo y frío con el fin de que el grano quede bien seco.
- **Tostado:** El tueste de los granos para ser artesanal se lo hará en un tostador eléctrico. Los granos deben tomar una coloración pardo oscuro, pues el exceso de calor inactiva sustancias nutritivas necesarias, aunque también se emplea para eliminar sustancias anti nutritivas que son sensibles al calor, pero además acelera las interacciones carbohidratos – proteína lo que reduce la digestibilidad de la proteína y disponibilidad de aminoácidos. El tiempo en el tueste de los granos será de 45 minutos en el haba y 28 minutos en el frejol para obtener un producto con el sabor y aroma de café tradicional.
- **Molido:** En vista de que el producto final es el café artesanal instantáneo se realizará la molienda de los granos en un molino de disco de frotamiento, mismo que cumple con las características para la obtención de reducción del grano en harina fina.
- **Tamizaje:** El tamizado es una operación básica en la que una mezcla de partículas sólidas de diferentes tamaños se separa en dos o más fracciones pasándolas por un tamiz. Cada fracción es más uniforme en tamaño que la original, obteniendo así las partículas finas que definen al café instantáneo.
- **Mezcla:** Una vez realizado el Tamizaje se procede a preparar la mezcla de las harinas obtenidas, pesando la cantidad requerida de cada componente para obtener el café artesanal mismos que son: el 25% haba y el 75% frejol.
- **Envasado, sellado y empacado:** Para el envase del producto se pesará los gramos que contenga cada envase, sobre o saché, para luego ser sellados y empacados.

- **Almacenamiento:** Al final el producto pasa a ser almacenado en un cuarto con la ventilación suficiente para la conservación del producto.
  
- **Control de Calidad:** Se aplicara controles de calidad en todos los procesos, y al final del producto terminado, con verificaciones estadísticas, se analizará listas de chequeo para medir las tolerancias de los productos e eliminar posibles no conformidades, validando los productos que salen a la venta.

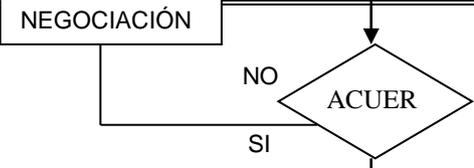
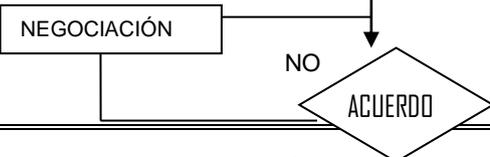
#### **4.3.2. Diagrama de Flujo**

A continuación se presenta los diagramas sobre los procesos básicos que se ejecutarán en la microempresa procesadora y comercializadora de Café Artesanal.



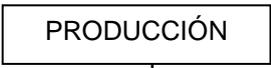
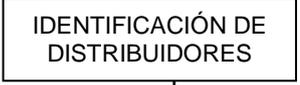
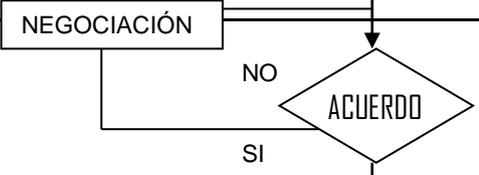
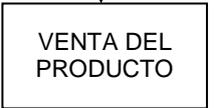
**Gráfico Nº 4.2** Diagrama para la Obtención del Café Artesanal a Partir de Haba y Fréjol Tostados  
 Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 4.5 Proceso de Compra de la Materia Prima**

Diagrama de flujos	Actividades	Responsable
	Selección de la Materia Prima	Vendedor a Productor
	Negociar las condiciones para la compra de la Materia prima	Gerente
	Firmar un contrato de aceptación de la distribución del producto.	Gerente
	Aceptación del producto	Gerente
	Pesado y Empacado del producto	Jefe de producción
	Negociación del Pesado y Empacado del Café.	Jefe de producción
	Control de Calidad del Producto. Compra del Producto.	Vendedor a Productor

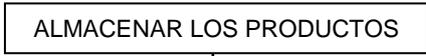
**Fuente:** Estudio Técnico  
**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO N° 4.6 Proceso General de Producción y Venta**

Diagrama de flujos	Actividades	Responsable
	Producir el producto	Jefe de Producción
	Identificar a quienes se va a distribuir el producto	Jefe de Comercialización
	Negociar las condiciones para la venta del producto	Gerente
	Firmar un contrato de aceptación de la distribución del producto.	Gerente
	Aceptación del producto	Jefe de producción
	Negociación y Entrega del Producto	Vendedor a Consumidor
	Aceptación del Producto	Vendedor a Consumidor
	Control de Calidad del Producto Venta del Producto	Vendedor a Consumidor

**Fuente:** Estudio Técnico  
**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO N° 4.7 Proceso de Venta Directa**

Diagrama de flujos	Actividades	Responsable
	Almacenar el producto en los cuartos fríos	Jefe de Producción
	Atender al cliente y tomar su pedido	Jefe de Comercialización
	Empacar el producto pedido por el cliente	Gerente
		
	Facturar el pedido y cobrar el valor de compra	Gerente
	Entrega de los productos y la factura de respaldo	Jefe de producción

**Fuente:** Estudio Técnico  
**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO N° 4.8 Proceso de Entrega del Producto**

Diagrama de flujos	Actividades	Responsable
	Colocar el producto en el medio de transporte escogido	Despachador
	Revisar la ruta para cumplir con todas las entregas	Vendedor a intermediario
	Entregar el producto al encargado de recibirlo en cada empresa distribuidora	Vendedor a intermediario
	Solicitar el respectivo recibo que quede constancia del pedido y la entrega	Vendedor a intermediario

**Fuente:** Estudio Técnico  
**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO N° 4.9 *Flujograma de la Fase de Producción***

SIMBOLO DEL DIAGRAMA						ACTIVIDADES
FASE PLANIFICACIÓN - ORGANIZACIÓN						
○				D		Planificar los procesos de producción
	□				▱	Controlar y verificar las calidad de los procesos
	□				▱	Controlar los equipos y maquinaria
○			▽	D	▱	Organizar los procesos por módulos de rendimiento
FASE DE EJECUCIÓN						
	□			D	▱	Receptar materia prima
			▽	D		Almacenamiento temporal de materia prima
○				D		Selección y limpieza de materia prima
○				D		Cámara de secado
	□				▱	Tostado de los granos
○				D		Secado al ambiente
	□				▱	Molido
○						Tamizado
	□			D	▱	Mezcla de materia prima
○					▱	Pesado
○				D	▱	Envasado
○				D	▱	Sellado y empackado
			▽	D		Almacenado de producto terminado
		□				Comercialización

**Fuente:** Estudio Técnico  
**Elaborado por:** La Autora

#### **4.4. DISEÑO DE LAS INSTALACIONES**

Las instalaciones están diseñadas para la producción de café artesanal y poder satisfacer la demanda real identificada de 10771

##### **4.4.1. Área Administrativa**

Esta área consta de los ambientes para: Gerencia, secretaria- contadora, Jefe de producción, Jefe de Comercialización, sala de reuniones, baños y corredor. En su totalidad suman 136 m<sup>2</sup>.

##### **4.4.2. Área De Producción**

Esta área consta de 314 m<sup>2</sup> distribuidos en: Bodega de productos terminados, Bodega de materia prima, Maquinarias, Empacado, Camerino de obreros y garaje.

El sistema constructivo propuesto para el bloque de producción es mediante un galpón con estructura metálica, tipo cerca, con mampostería de ladrillo y cubierta de eternit, los pisos serán de hormigón simple y con acabado tipo alisado revestido de cerámica blanca. Las paredes se revestirán con cerámica, las ventanas, serán de metal y con vidrios de cinco milímetros de espesor, las puertas de madera y portones metálicos, Las mamposterías del área administrativa serán con acabados tipo estuqueado y pintado con esmaltes acrílicas: Las baterías sanitarias serán, revestidas sus paredes con cerámica (ver gráfico 4.3).

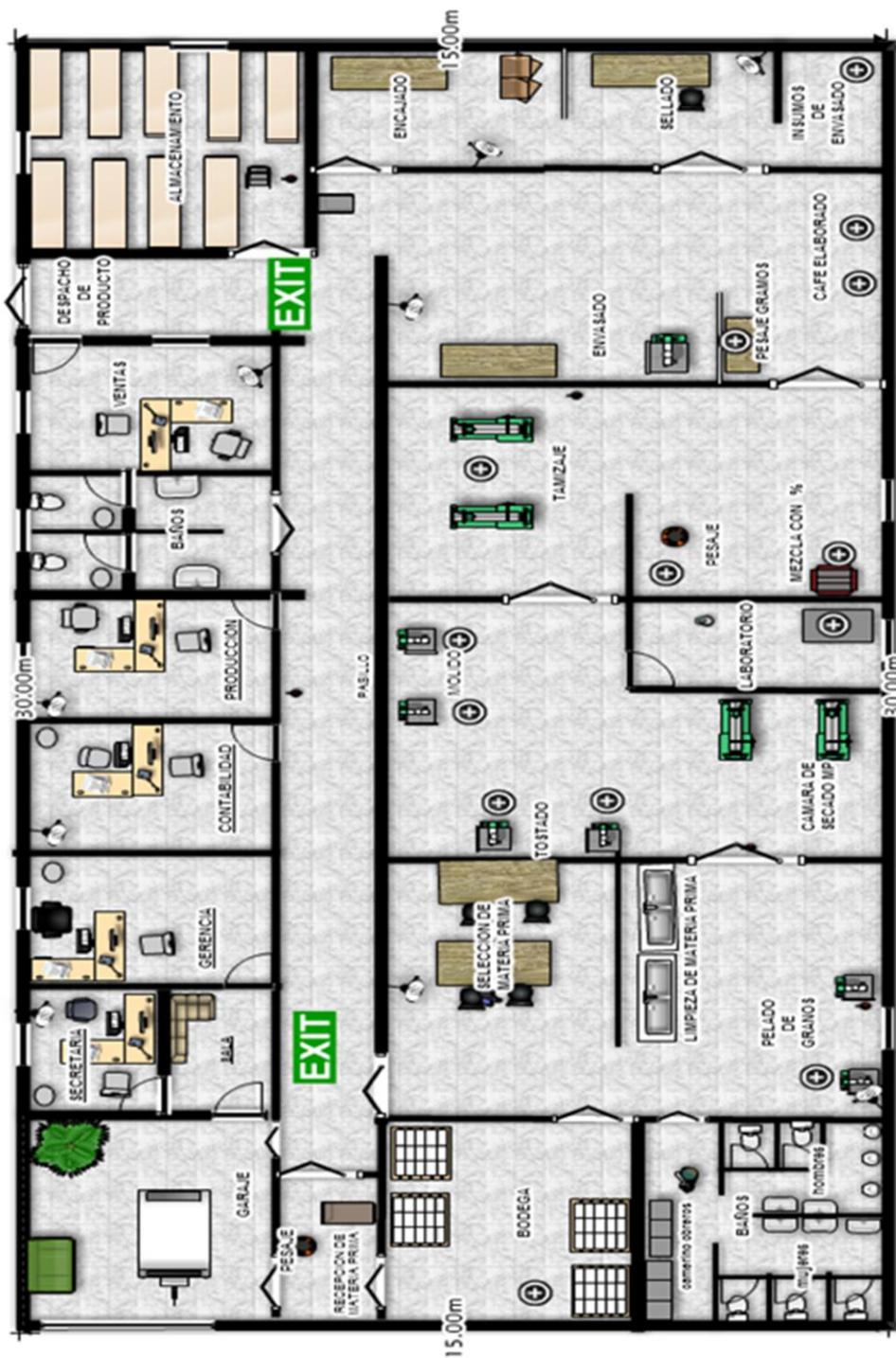
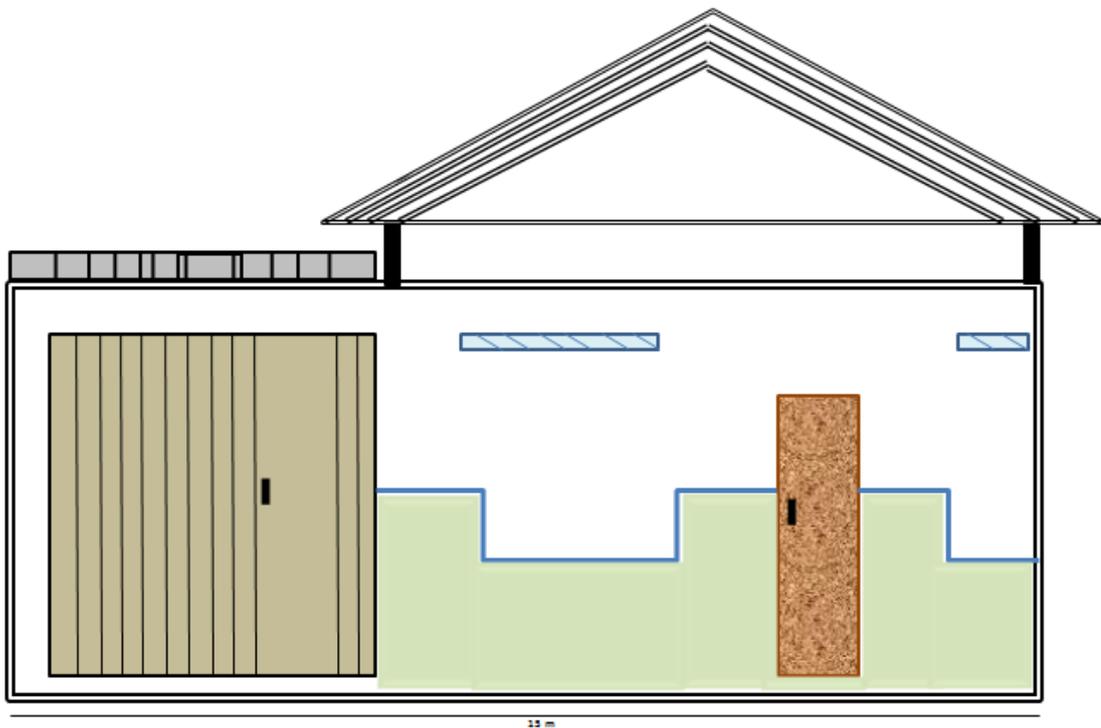
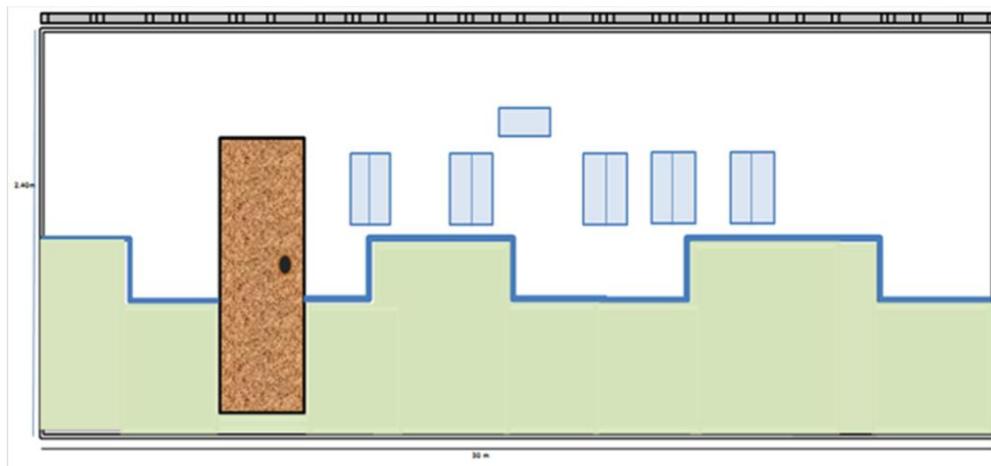


Gráfico No. 4.3: DISEÑO DE LAS INSTALACIONES  
 Elaborado por: La Autora



**Gráfico No. 4.4: Diseño de la Fachada de “CAFÉ AMBUCO”**  
**Elaborado por:** La Autora

#### **4.5. INVERSIONES REQUERIDAS**

La planta CAFÉ AMBUCO, procesadora del café artesanal LEGUCAFÉ, para su equipamiento requerirá de los siguientes equipos, muebles y enseres, materiales y otros que a continuación se detallan:

#### 4.5.1. Inversiones Fijas

##### 4.5.1.1. Terreno

Para el proyecto se cuenta con un área de terreno propio, que son aproximadamente 450 m<sup>2</sup>, el mismo que está avaluado en 10.000 dólares.

**CUADRO N° 4.10 Terreno**

Descripción	M <sup>2</sup>	Costo Total
Terreno	450	10.000,00
<b>Total</b>		<b>10.000,00</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** La Autora

##### 4.5.1.2. Infraestructura Civil

Los costos se determinaron de acuerdo a la información entregada por empresas proveedoras y constructoras.

**CUADRO N° 4.11 Infraestructura Civil**

DESCRIPCIÓN	%	VALOR
Cimientos (columnas, pisos)	25%	13502,50
Paredes (columnas, paredes)	15%	8101,50
Cubierta y Acabados (techo, ventanas, puertas, baños, otros)	25%	13502,50
Instalaciones Interiores (eléctricas, agua, diseño interior, otros)	35%	18903,50
<b>Total</b>		<b>54010,00</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO N° 4.12 Detalle de Instalaciones de la Microempresa**

Descripción	M <sup>2</sup>		Costo M <sup>2</sup>	Costo Total
<b>Área Administrativa</b>				
Gerencia	3*5	15	165,00	2.475,00
Secretaría-contadora	3*3	9	140,00	1.260,00
Sala de espera	3*2	6	140,00	840,00
Departamento de producción	3*5	15	140,00	2.100,00
Departamento de Comercialización	5*5	25	140,00	3.500,00
Sala de reuniones	3*5	15	140,00	2.100,00
cuarto de Baños	3*5	15	104,00	1.560,00
Corredor	2*18	36	75,00	2.700,00
<b>Total</b>		<b>136</b>		<b>16535,00</b>
<b>Área de Producción</b>				
Bodega de Materia Prima	5*5	25	125,00	3.125,00
Recepción de Materia Prima	2*5	10	125,00	1.250,00
Bodega de producto terminado	5*5	25	125,00	3.125,00
Bodega de insumos	2*3	6	125,00	750,00
Elaboración del producto	20.5*8	164	125,00	21.000,00
Empacado	4*10	40	125,00	5.000,00
Camerinos y baños obreros	3*5	15	125,00	1.875,00
Laboratorio	2*2	4	150,00	600,00
Garaje	5*5	25	30,00	750,00
<b>Total</b>		<b>314</b>		<b>37.475,00</b>
<b>Total Infraestructura Civil</b>		<b>450</b>		<b>54.010,00</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

#### 4.5.1.3. Muebles y Equipos de Oficina

**CUADRO N° 4.13 Muebles y Equipos de Oficina**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Escritorios de oficina	5	100	500,00
Sillas giratorias de oficina	4	60	240,00
Sillones de oficina	1	150	150,00
Teléfonos, fax	5	35	175,00
Archivadores con divisiones	6	95	570,00
Sillas metálicas	10	16	160,00
Mesa de reuniones	1	150	150,00
Estanterías de madera	10	100	1000,00
<b>Total</b>			<b>2.945,00</b>

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: La Autora

#### 4.5.1.4. Equipos de Cómputo

Los equipos de Cómputo se adquirirá a la Microempresa Line Technology, quien provee equipos al por mayor ubicado en la ciudad de Ibarra.

**Cuadro N° 4.14 Equipos de Cómputo**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Computadoras	5	600.00	3000,00
Impresoras	5	110.00	550,00
Software Contable	1	130.00	130,00
<b>total Equipos de Cómputo</b>			<b>3680,00</b>

**Fuente:** Varios Proveedores

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.5.1.5. Requerimiento de Maquinaria y Equipos de Producción

**CUADRO N° 4.15 Maquinarias y Equipos de Producción**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Mesas de trabajo de acero inoxidable	4	120,00	480,00
Lavabos grandes de acero inoxidable	2	200,00	400,00
Peladora	1	500,00	500,00
Cámara de secado	2	1200,00	2400,00
Tostador	2	1800,00	3600,00
Molino de rodillos	2	1800,00	3600,00
Tamizador	2	600,00	1200,00
Balanza	2	150,00	300,00
Mezcladora	1	1200,00	1200,00
Envasador manual x gravedad de 200 g	1	1100,00	1100,00
Selladora de Fundas Manual	1	600,00	600,00
Equipo de Laboratorio	1	950,00	950,00
<b>SUBTOTAL EQUIPO DE OFICINA</b>			<b>16.330,00</b>

**Fuente:** Varios Proveedores

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.5.1.6. Resumen de la Inversión Fija

En el siguiente cuadro se representa la Inversión Fija de la Microempresa CAFÉ AMBUCO:

### CUADRO N° 4.16 INVERSIÓN FIJA

Descripción	Valor Total
Terreno de 450 m <sup>2</sup>	10.000,00
Infraestructura civil	54.010,00
Muebles y Equipos de Oficina	2.945,00
Equipos de Computo	3.680,00
Maquinaria y Equipos de Producción	16.330,00
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA</b>	<b>86.965,00</b>

**Fuente:** Cuadros 4.11; 4.12; 4.13; 4.14; 4.15.

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.5.2. Inversiones Diferidas

Dentro de los Activos Diferidos constan todos los gastos iniciales para la creación de la Microempresa, se detallan a continuación:

##### 4.5.2.1. Gastos de Constitución

**Cuadro N° 4.17 Gastos de Constitución**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Estudios y Diseños	1	800,00	800,00
Trámites de Constitución	1	1.000,00	1.000,00
Gastos de Instalación	1	500,00	500,00
Permisos Funcionamiento	1	500,00	500,00
<b>Total</b>			<b>2.800,00</b>

**Fuente:** Varios Proveedores

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.5.3. CAPITAL DE TRABAJO

El siguiente cuadro representa la inversión Variable del Proyecto en los dos primeros meses de funcionamiento ascendiendo a un valor total de 20.997,80 USD, ya que se considera que a partir del 3° mes se generará los ingresos por ventas que cubrirán los costos y gastos incurridos en la vida del proyecto.

**Cuadro N° 4.18 Capital de Trabajo**

DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTALES
<b>Gastos Administrativos</b>		<b>4.982,95</b>
Gasto sueldos administrativos	4.603,79	
Suministros de oficina	35,83	
Gastos generales	260,00	
Mantenimiento equipo de computación	83,33	
<b>Gastos de Ventas</b>		<b>4.689,36</b>
Sueldo ventas	3889,36	
Publicidad	800,00	
<b>Costos de Producción</b>		<b>11.758,81</b>
mano de obra directa	6.758,19	
materia prima	2.397,91	
materiales indirectos	2.302,71	
Mantenimiento maquinaria	300,00	
<b>TOTAL</b>		<b>21.431,12</b>

**Fuente:** Estudio Técnico  
**Elaborado por:** La Autora

#### **4.6. REQUERIMIENTO DE PERSONAL Y SUMINISTROS**

A continuación se detalla el requerimiento de personal y suministros que facilitaran el funcionamiento administrativo y productivo de la microempresa.

##### **4.6.1.1. Requerimiento de Personal Administrativo**

**Cuadro N° 4.19 Gastos Sueldos Administrativos**

Descripción	Cantidad	Valor mensual
Gerente	1	1000,00
Secretaria	1	340,00
Contadora	1	500,00
<b>Total</b>		<b>1.840,00</b>

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

#### 4.6.1.2. Suministros de Oficina

**Cuadro N° 4.20 Suministros de Oficina**

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo total
Tinta para impresora	2	40,00	80,00
Caja de resmas de papel bond (10u)	2	35,00	70,00
Grapadora	4	2,50	10,00
Perforadora	4	3,00	12,00
Carpetas	10	0.25	2,50
cuadernos	4	2,00	8,00
Carpeta archivo	4	2,50	10,00
Caja de esferos	3	7,50	22,50
<b>Total</b>			<b>215,00</b>

**Fuente:** Proforma Varios Proveedores

**Elaborado por:** La Autora

El costo de Suministros de Oficina anual es de 215,00 dólares, para los dos primeros meses de operación se requiere de **35,83** dólares.

#### 4.6.1.3. Servicios Generales

Los servicios generales son muy indispensables para el normal funcionamiento de la microempresa como la electricidad, agua, servicio telefónico e internet y otros.

**Cuadro N° 4.21 Servicios Generales**

Descripción	Valor mensual	Costo para 2 meses
Energía eléctrica	60,00	120,00
Servicio telefónico	25,00	50,00
Agua potable	20,00	40,00
Servicio de internet	25,00	50,00
<b>Total</b>	<b>130,00</b>	<b>260,00</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.6.1.4. Gasto Mantenimiento

**Cuadro N° 4.22 *Mantenimiento Equipo de Computación***

Descripción	Costo para 2 meses
Equipo de Computación	100,00
<b>Total</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.6.1.5. Requerimiento de Personal de Ventas

Se detalla los requerimientos para el desarrollo de las actividades en la unidad de Ventas y Comercialización.

**Cuadro N° 4.23 *Gastos Sueldos de Ventas***

Descripción	Cantidad	Valor mensual
Jefe de comercialización	1	500,00
Bodeguero	1	340,00
Distribuidor	1	340,00
<b>Total</b>		<b>1.180,00</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.6.1.6. Publicidad

La publicidad se la realizará por el denominado método de enganche para lo cual se presentará directamente el producto en empresas a través de degustaciones y con una publicidad boca a boca hasta ver la necesidad de preparar un plan de marketing más complejo dependiendo de la acogida inicial del producto.

**Cuadro N° 4.24 Publicidad**

<b>Descripción</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Costo para 2 meses</b>
Gasto Publicidad	400,00	800.00
<b>Total</b>	<b>400,00</b>	<b>800.00</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

#### **4.6.1.7. Requerimiento de mano de obra directa**

A continuación se detalla los costos de materia prima así como los costos de materiales necesarios en la producción y presentación del café artesanal.

**CUADRO N° 4.25 Mano de Obra Directa Requerida**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor mensual</b>
Jefe de producción	1	600,00
Obreros	6	340,00
<b>Total</b>		<b>940.00</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

#### **4.6.1.8. Requerimiento de Materia Prima**

**CUADRO N° 4.26 Costo de Materia Prima**

<b>Materia prima</b>	<b>Costo anual</b>	<b>Costo para 2 meses</b>
Frejol	9787,39	1.631,23
Haba	4.600,07	766,68
<b>TOTAL</b>		<b>2.397,91</b>

**Fuente:** cuadro n° 4.2, y proveedores

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.6.1.9. Requerimiento de Materiales

**CUADRO N° 4.27 *Calculo de Unidades a Elaborar***

2014				
kilos	gramos			
10.771,20	10.771.200			
Detalle	Gramos por envase	% producción	Gramos a producir	Unidades a elaborar anual
sobres	100	0,60	7.457.058	74.571
envases	200	0,40	4.971.372	24.857

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 4.28 *Costo de Materiales Requeridos***

Materia prima	Producción anual	Precio	Costo anual	Costo para 2 meses
Sobres de papel aluminio	74.571	0,05	3.728,53	621,42
Envases de vidrio con tapa de 454 gr. Con etiquetas	24.857	0,40	9.942,74	1.657,12
cajas para sobres	3.107	0,03	93,21	15,54
Cajas para frascos	1.036	0,05	51,79	8,63
<b>TOTAL</b>			<b>13.816,27</b>	<b>2.302,71</b>

Fuente: Varios Proveedores; cuadro 4.27 Calculo de Unidades a Elaborar  
Elaborado por: La Autora

#### 4.6.1.10. Mantenimiento Maquinaria

**CUADRO N° 4.29 *Mantenimiento de Maquinaria***

Materia prima	Costo para 2 meses
Mantenimiento maquinaria	150.00
<b>Total</b>	<b>150.00</b>

Fuente: Varios Proveedores  
Elaborado por: La Autora

## 4.6.2. INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

**Cuadro N° 4.30 Total Inversión**

Descripción	Costo anual
Inversión Fija	86.965,00
Inversión Diferida	2.800,00
Capital de Trabajo	21.431,12
<b>TOTAL</b>	<b>111.196,12</b>

**Fuente:** Cuadro 4.16; 4.17; 4.18.

**Elaborado por:** La Autora

### 4.6.2.1. Financiamiento

La inversión total será financiada el 37% con recursos propios y el 63% restante se lo obtendrá con recursos mediante un crédito a la Corporación Financiera Nacional.

**Cuadro N° 4.31 Estructura del Financiamiento**

Descripción	Costo anual	Porcentaje financiamiento
Capital propio	41.203,00	37%
Crédito	69.993,12	63%
<b>TOTAL</b>	<b>111.196,12</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTUDIO FINANCIERO**

#### **5.1. Análisis y Evaluación Económica**

Este punto de estudio es importante para determinar el grado de rentabilidad del proyecto, en base a la evaluación económica de factores como: el Valor Actual Neto (VAN), La Tasa Interna de Retorno (TIR), entre otros; con el propósito de determinar la factibilidad económica del proyecto.

#### **5.2. OBJETIVOS**

##### **5.2.1. Objetivo General**

Efectuar un estudio económico –financiero de la producción y comercialización de café artesanal, haciendo referencia a la inversión total requerida para la creación de la planta, se realizará el cálculo del costo de oportunidad, estado de pérdidas y ganancias, flujo de caja, evaluaciones del VAN, TIR, período de recuperación y el beneficio costo.

##### **5.2.2. Objetivos Específicos**

- a) Establecer los ingresos y egresos para la realización del proyecto.
- b) Determinar el punto de equilibrio y financiamiento.
- c) Elaborar los respectivos balances financieros.
- d) Analizar la evaluación económica del proyecto.

### 5.3. ESTRUCTURA DE INVERSIÓN

La inversión que se necesita para iniciar con la ejecución del proyecto es la cantidad de 111.196,12, la cual está distribuida de la siguiente manera: recursos propios son el 37% del total de la inversión y el 63% será financiado por la Corporación Financiera Nacional.

Las inversiones que se requieren para la implementación de la “Planta de Producción y Comercialización CAFÉ AMBUCCO”.

**CUADRO N° 5.1 Estructura de la Inversión**

<b>Descripción</b>	<b>Costo anual</b>	<b>Porcentaje financiamiento</b>
Recursos Propios	41.203,00	37%
Recursos Financiados	69.993,12	63%
<b>TOTAL</b>	<b>111.196,12</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio Técnico Cuadro n° 4.30 Estructura del Financiamiento  
**Elaborado por:** La Autora

### 5.4. PRESUPUESTO DE INGRESOS

De acuerdo al estudio de mercado y al estudio técnico realizados, se ha determinado el volumen de ventas anual del café artesanal en sus dos presentaciones: frasco y sobre, mismos que variarán de acuerdo a la demanda a satisfacer calculada basándose en los siguientes datos:

- Con la producción del café en frasco de 200 gramos se considera cubrir la demanda en un 40%.
- Para la elaboración del café en sobre cubrirá el 60% de la demanda potencial.

A continuación tenemos los siguientes cálculos:

**CUADRO 5.2 Unidades a Producir**

<b>2014</b>		<b>kilos</b>	<b>gramos</b>		
		12428,43	12.428.430		
<b>Presentacion</b>	<b>Gramos</b>	<b>%</b>	<b>DS</b>	<b>Unidades</b>	
sobres	100	0,6	7.457.058	74.571	
envases	200	0,4	4.971.372	24.857	
<b>2015</b>		<b>kilos</b>	<b>gramos</b>		
		13049,85	13.049.852		
<b>Presentacion</b>	<b>Gramos</b>	<b>%</b>	<b>DS</b>	<b>Unidades</b>	
sobres	100	0,6	7.829.911	78.299	
envases	200	0,4	5.219.941	26.100	
<b>2016</b>		<b>kilos</b>	<b>gramos</b>		
		13702,34	13.702.344		
<b>Presentacion</b>	<b>Gramos</b>	<b>%</b>	<b>DS</b>	<b>Unidades</b>	
sobres	100	0,6	8.221.406	82.214	
envases	200	0,4	5.480.938	27.405	
<b>2017</b>		<b>kilos</b>	<b>gramos</b>		
		14387,46	14.387.461		
<b>Presentacion</b>	<b>Gramos</b>	<b>%</b>	<b>DS</b>	<b>Unidades</b>	
sobres	100	0,6	8.632.477	86.325	
envases	200	0,4	5.754.985	28.775	
<b>2018</b>		<b>kilos</b>	<b>gramos</b>		
		15106,83	15.106.834		
<b>Presentacion</b>	<b>Gramos</b>	<b>%</b>	<b>DS</b>	<b>Unidades</b>	
sobres	100	0,6	9.064.101	90.641	
envases	200	0,4	6.042.734	30.214	

**Fuente:** Cuadro n°4.3 Materia Prima Requerida Anualmente;  
cuadro n°4.27 Calculo de Unidades a Elaborar

**Elaborado por:** La Autora

La proyección de los ingresos, se obtiene multiplicando la cantidad por el precio, los mismos que fueron determinados en el estudio de mercado.

**Cuadro N° 5.3 Ingresos por Venta Proyectados**

<b>INGRESOS POR VENTAS</b>						
<b>Envases de Vidrio de 200 gr.</b>						
<b>Detalle</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Unidades	24.857	26.100	27.405	28.775	30.214	31.724
Precio	3,15	3,28	3,41	3,54	3,68	3,83
<b>Total</b>	<b>78.299,11</b>	<b>85.486,18</b>	<b>93.332,96</b>	<b>101.899,99</b>	<b>111.253,39</b>	<b>121.465,34</b>
<b>Sobres de 100 gr</b>						
<b>Detalle</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Unidades	74571	78299	82214	86325	90641	95173
Precio	1,50	1,56	1,62	1,69	1,75	1,82
<b>Total</b>	<b>111855,87</b>	<b>122123,12</b>	<b>133332,80</b>	<b>145571,42</b>	<b>158933,42</b>	<b>173521,92</b>
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>190.154,98</b>	<b>207.609,30</b>	<b>226.665,76</b>	<b>247.471,41</b>	<b>270.186,81</b>	<b>294.987,26</b>

**Fuente:** Estudio de Mercado Cuadro N° 3.21 Proyección de Precios;  
Estudio Financiero Cuadro 5.2 Unidades a Producir.

**Elaborado por:** La Autora

## **5.5. DETERMINACIÓN DE EGRESOS**

La inversión variable representa al Capital de Operación o de Trabajo, inversión indispensable para efectuar y mantener las actividades de producción y venta. Para una mejor apreciación de los recursos económicos que se necesita en los procesos de producción, se analizará tanto en forma mensual como anual, datos que permitan tomar las decisiones más correctas de inversión.

### **5.5.1. Costos de Producción**

Constituyen los costos de producción: la materia prima en este caso el frejol y el haba; la mano de Obra Directa y los Materiales Indirectos que hacen posible la creación de un producto.

A continuación se detalla los costos de producción:

### 5.5.1.1. Materia Prima

Tomando en cuenta la Demanda Potencial a Satisfacer sobre el consumo de café en el Estudio de Mercado (ver cuadro 3.18), se calcula la materia prima requerida anualmente en el Estudio Técnico (ver cuadro 4.3), datos que son considerados para determinar el valor de la Materia Prima requerida para la producción en cada año, considerando el precio estimado según el Diagnóstico de Situación Agroeconómica de la parroquia Ambuquí. (Ver cuadro 1.18 y 1.20)

**Cuadro N° 5.4 Costo de la Materia Prima Directa (frejol y haba)**

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
<b>FREJOL</b>	9.787	10.277	10.791	11.330	11.897
<b>PRECIO</b>	1,00	1,04	1,08	1,12	1,17
<b>TOTAL</b>	<b>9787,39</b>	<b>10687,83</b>	<b>11653,84</b>	<b>12689,74</b>	<b>13919,06</b>
<b>HABA</b>	3.262	3.426	3.597	3.777	3.966
<b>PRECIO</b>	1,41	1,47	1,52	1,59	1,65
<b>TOTAL</b>	<b>4.600,07</b>	<b>5.035,61</b>	<b>5.467,24</b>	<b>6.004,97</b>	<b>6.543,15</b>
	<b>9.787</b>	<b>10.277</b>	<b>10.791</b>	<b>11.330</b>	<b>11.897</b>

**Fuente:** Cuadro N°1.18 Precios del kilogramo de frejol seco  
Cuadro N°1.20 Precio del kilogramo de haba seca  
Cuadro N° 4.2 Demanda Potencial a Satisfacer en Kilogramos

**Elaborado por:** La Autora

### 5.5.1.2. Mano de Obra Directa

Para la proyección del Sueldo Básico Unificado se tomó en cuenta el porcentaje de variación que ha venido incrementando cada año, que es el 0.91%.

**Cuadro N° 5.5 Proyección del Salario Básico Unificado Mensual**

N°	Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
1	Jefe de producción	600,00	659,40	724,69	796,43	875,29
6	Obreros	340,00	373,66	410,66	451,31	495,99
7	<b>TOTAL</b>	<b>31.680,00</b>	<b>34.816,47</b>	<b>38.263,47</b>	<b>42.051,74</b>	<b>46.215,06</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

**Cuadro N° 5.6 Proyección del Costo Total de Mano de Obra Directa**

<b>Detalle</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Salario Básico Unificado	31.680,00	34.816,47	8.263,47	2.051,74	46.215,06
Aporte Patronal 12,15%	3.849,12	4.230,20	4.649,01	5.109,29	5.615,13
Fondos de Reserva	-	2.900,21	3.187,35	3.502,91	3.849,71
13° Sueldo	2.640,00	2.901,37	3.188,62	3.504,31	3.851,25
14° Sueldo	2.380,00	2.615,63	2.874,59	3.159,19	3.471,96
<b>Costo Mano de Obra</b>	<b>40.549,12</b>	<b>47.463,89</b>	<b>2.163,04</b>	<b>7.327,43</b>	<b>63.003,12</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

### 5.5.1.3. Costos Indirectos de Fabricación

#### 5.5.1.3.1. Materia Prima Indirecta

**Cuadro N° 5.7 Materiales Indirectos Requeridos**

<b>Envases de Vidrio de 200 gr.</b>					
<b>Detalle</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Unidades	24.857	26.100	27.405	28.775	30.214
Cajas de 24 envases	1.036	1.087	1.142	1.199	1.259
<b>Sobres de papel aluminio de 100 gr</b>					
<b>Detalle</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Unidades	74.571	78.299	82.214	90.641	90.641
Caja de 24 sobres	3.107	3.262	3.426	3.777	3.777

**Fuente:** Cuadro 5.2 Unidades a Producir

**Elaborado por:** La Autora

**Cuadro N° 5.8 Precio de Materiales**

<b>PRECIOS</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Sobres de papel aluminio	0,05	0,05	0,05	0,06	0,06
Envases de vidrio, tapa con etiquetas	0,40	0,42	0,43	0,45	0,47
cajas de 24 sobres	0,03	0,03	0,03	0,03	0,04
cajas de 24 frascos	0,05	0,05	0,05	0,06	0,06

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

### Cuadro N° 5.9 Costos de Materiales Indirectos

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Sobres de papel aluminio	3.728,53	4.070,77	4.444,43	4.852,38	5.297,78
Envases de vidrio con tapa y etiquetas	9.942,74	10.855,39	11.851,80	12.939,68	14.127,42
cajas para sobres	93,21	101,77	111,11	121,31	132,44
cajas para frascos	51,79	56,54	61,73	67,39	73,58
<b>Total</b>	<b>13.816,27</b>	<b>15.084,47</b>	<b>16.469,07</b>	<b>17.980,77</b>	<b>19.631,22</b>

Fuente: cuadro N° 4.28 Costo de Materiales Requeridos

Elaborado por: La Autora

#### 5.5.1.4. Mantenimiento Maquinaria

### CUADRO N° 5.10 Mantenimiento Maquinaria

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
mantenimiento maquinaria	1.800,00	1.871,64	1.946,13	2.023,59	2.104,13
<b>Total</b>	<b>1.800,00</b>	<b>1.871,64</b>	<b>1.946,13</b>	<b>2.023,59</b>	<b>2.104,13</b>

Fuente: cuadro N° 4.29 mantenimiento maquinaria

Elaborado por: La Autora

#### 5.5.1.5. Resumen de Costos de Producción

### CUADRO N° 5.11 Resumen de Costos de Producción

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
mano de obra	40.549,12	47.463,89	52.163,04	57.327,43	63.003,12
materia prima	14.387,46	15.723,44	17.121,08	18.694,71	20.462,21
materiales indirectos	13.816,27	15.084,47	16.469,07	17.980,77	19.631,22
mantenimiento maquinaria	1.800,00	1.871,64	1.946,13	2.023,59	2.104,13
<b>TOTAL</b>	<b>70.552,85</b>	<b>80.143,44</b>	<b>87.699,32</b>	<b>96.026,49</b>	<b>105.200,68</b>

Fuente: cuadro N° 5.6; cuadro N°5.7; cuadro N°5.9; cuadro N° 5.10

Elaborado por: La Autora

## 5.5.2. Gastos Administrativos

### 5.5.2.1. Sueldos al Personal Administrativo

**Cuadro N° 5.12 Proyección del Salario Básico Unificado**

N°	Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
1	Gerente	1000,00	1.099,00	1.207,81	1.327,39	1.458,81
1	Secretaria	340,00	373,66	410,66	451,31	495,99
1	Contadora	500,00	549,50	603,91	663,70	729,40
<b>3</b>	<b>Total</b>	<b>22.080,00</b>	<b>24.266,03</b>	<b>26.668,48</b>	<b>29.308,79</b>	<b>32.210,50</b>

**Fuente:** cuadro n° 4.17 Gastos Sueldos Administrativos

**Elaborado por:** La Autora

**Cuadro N° 5.13 Proyección del Gasto Total del Personal Administrativo**

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Salario Básico Unificado	22.080,00	24.266,03	26.668,48	29.308,79	32.210,50
Aporte Patronal 12,15%	2.682,72	2.948,32	3.240,22	3.561,02	3.913,58
Fondos de Reserva	-	2.021,36	2.221,48	2.441,42	2.683,13
13° Sueldo	1.840,00	2.022,17	2.222,37	2.442,40	2.684,21
14° Sueldo	1.020,00	1.120,98	1.231,97	1.353,94	1.487,98
<b>Total</b>	<b>27.622,72</b>	<b>32.378,86</b>	<b>35.584,52</b>	<b>39.107,56</b>	<b>42.979,40</b>

**Fuente:** cuadro n° 5.12 Proyección del Salario Básico Unificado

**Elaborado por:** La Autora

### 5.5.2.2. Suministros y Materiales de Oficina

**Cuadro N° 5.14 Suministros y Materiales de Oficina**

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Tinta para impresora	80,00	84,00	88,20	92,61	97,24
Caja de resmas de papel bond	70,00	73,50	77,18	81,03	85,09
Grapadora	10,00	10,50	11,03	11,58	12,16
Perforadora	12,00	12,60	13,23	13,89	14,59
Carpetas	2,50	2,63	2,76	2,89	3,04
Cuadernos	8,00	8,40	8,82	9,26	9,72
Carpeta archivo	10,00	10,50	11,03	11,58	12,16
Esferos	22,50	23,63	24,81	26,05	27,35
<b>Total</b>	<b>215,00</b>	<b>225,75</b>	<b>237,04</b>	<b>248,89</b>	<b>261,33</b>

**Fuente:** cuadro n° 4.19 suministros de oficina

**Elaborado por:** La Autora

### 5.5.2.3. Gastos Generales de Administración

**Cuadro N° 5.15 Gastos Generales de Administración**

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Energía eléctrica	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
Servicio telefónico	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
Agua potable	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
Servicio de internet	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
<b>Total</b>	<b>1560,00</b>	<b>1638,00</b>	<b>1719,90</b>	<b>1805,90</b>	<b>1896,19</b>

**Fuente:** cuadro n° 4.21 Gastos Servicios Básicos

**Elaborado por:** La Autora

### 5.5.2.4. Gasto Mantenimiento Equipo de Computación

**Cuadro No. 5.16 Gasto Mantenimiento Equipo de Computación**

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Equipo Computo	500,00	549,50	603,91	663,70	729,40
<b>Total</b>	<b>500,00</b>	<b>549,50</b>	<b>603,91</b>	<b>663,70</b>	<b>729,40</b>

**Fuente:** cuadro n° 4.22 Gastos Mantenimiento de Computación

**Elaborado por:** La Autora

### 5.5.2.5. Resumen Gastos Administrativos

A continuación se calculan los gastos administrativos totales:

**Cuadro n° 5.17 Resumen Gastos Administrativos**

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Sueldos al Personal Administrativo	27.622,72	32.378,86	35.584,52	39.107,56	42.979,40
Suministros y Materiales de Oficina	215,00	225,75	237,04	248,89	261,33
Gastos Generales de Administración	1.560,00	1.638,00	1.719,90	1.805,90	1.896,19
mantenimiento equipo de computo	500,00	549,50	603,91	663,70	729,40
<b>Total</b>	<b>29.897,72</b>	<b>36.807,11</b>	<b>40.161,37</b>	<b>43.843,04</b>	<b>47.884,33</b>

**Fuente:** cuadro n° 5.13; 5.14; 5.15, 5.16.

**Elaborado por:** La Autora

### 5.5.3. Gasto de Ventas

#### 5.5.3.1. Sueldo al Personal de Ventas

**Cuadro N° 5.18 Proyección del Salario Básico Unificado**

N°	Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
1	Jefe comercialización	500,00	549,50	603,91	663,70	729,40
2	Bodeguero	340,00	373,66	410,66	451,31	495,99
1	Distribuidor	340,00	373,66	410,66	451,31	495,99
<b>4</b>	<b>Total</b>	<b>18240,00</b>	<b>20045,85</b>	<b>22030,48</b>	<b>24211,61</b>	<b>26608,67</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

**Cuadro N° 5.19 Proyección del Gasto Total del Personal de Ventas**

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Salario Básico Unificado	18.240,00	20.045,85	22.030,48	24.211,61	26.608,67
Aporte Patronal 12,15%	2.216,16	2.435,57	2.676,70	2.941,71	3.232,95
Fondos de Reserva	-	1.669,82	1.835,14	2.016,83	2.216,50
13° Sueldo	1.520,00	1.670,49	1.835,87	2.017,63	2.217,39
14° Sueldo	1.360,00	1.494,65	1.642,62	1.805,25	1.983,98
<b>Total</b>	<b>23.336,16</b>	<b>27.316,37</b>	<b>30.020,82</b>	<b>32.993,03</b>	<b>36.259,49</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

#### 5.5.3.2. Gasto Publicidad

**Cuadro N° 5.20 Gasto Publicidad**

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Gasto Publicidad	4.800,00	4.991,04	5.189,68	5.396,23	5.611,00
<b>Total</b>	<b>4.800,00</b>	<b>4.991,04</b>	<b>5.189,68</b>	<b>5.396,23</b>	<b>5.611,00</b>

Fuente: cuadro n° 4.22 gasto publicidad

Elaborado por: La Autora

### 5.5.3.3. Resumen de Gastos de Ventas

**Cuadro N° 5.21 Resumen Gastos de Ventas**

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Gasto Sueldo Ventas	23.336,16	27.316,37	30.020,82	32.993,03	36.259,49
Gasto Publicidad	4.800,00	4.991,04	5.189,68	5.396,23	5.611,00
<b>Total</b>	<b>28.136,16</b>	<b>32.307,41</b>	<b>35.210,51</b>	<b>38.389,26</b>	<b>41.870,50</b>

Fuente: cuadro n° 5.19, 5.20.

Elaborado por: La Autora

### 5.5.4. Gasto Financiamiento

La Corporación Financiera Nacional será la entidad que dará financiamiento para la creación de la planta procesadora de café artesanal “LEGUCAFÉ”, crédito que cubre el 63% del total de la inversión.

Capital	69.993,12
Tasa anual	11,20%
Tiempo	5 años
mensualidades	60

**Cuadro N° 5. 22 Tabla de Amortización del Préstamo**

N°	Saldo Inicial	Cuota Mensual	Interés	Amortización	saldo final
0					69.993,12
1	69.993,12	1.528,81	653,27	875,54	69.117,58
2	69.117,58	1.528,81	645,10	883,71	68.233,87
3	68.233,87	1.528,81	636,85	891,96	67.341,90
4	67.341,90	1.528,81	628,52	900,29	66.441,62
5	66.441,62	1.528,81	620,12	908,69	65.532,93
6	65.532,93	1.528,81	611,64	917,17	64.615,76
7	64.615,76	1.528,81	603,08	925,73	63.690,03
8	63.690,03	1.528,81	594,44	934,37	62.755,66
9	62.755,66	1.528,81	585,72	943,09	61.812,57
10	61.812,57	1.528,81	576,92	951,89	60.860,67
11	60.860,67	1.528,81	568,03	960,78	59.899,90
12	59.899,90	1.528,81	559,07	969,74	58.930,15
13	58.930,15	1.528,81	550,01	978,80	57.951,36
14	57.951,36	1.528,81	540,88	987,93	56.963,43
15	56.963,43	1.528,81	531,66	997,15	55.966,27
16	55.966,27	1.528,81	522,35	1.006,46	54.959,81
17	54.959,81	1.528,81	512,96	1.015,85	53.943,96
18	53.943,96	1.528,81	503,48	1.025,33	52.918,63
19	52.918,63	1.528,81	493,91	1.034,90	51.883,73
20	51.883,73	1.528,81	484,25	1.044,56	50.839,16
21	50.839,16	1.528,81	474,50	1.054,31	49.784,85
22	49.784,85	1.528,81	464,66	1.064,15	48.720,70
23	48.720,70	1.528,81	454,73	1.074,08	47.646,62
24	47.646,62	1.528,81	444,70	1.084,11	46.562,51
25	46.562,51	1.528,81	434,58	1.094,23	45.468,28

26	45.468,28	1.528,81	424,37	1.104,44	44.363,84
27	44.363,84	1.528,81	414,06	1.114,75	43.249,09
28	43.249,09	1.528,81	403,66	1.125,15	42.123,94
29	42.123,94	1.528,81	393,16	1.135,65	40.988,28
30	40.988,28	1.528,81	382,56	1.146,25	39.842,03
31	39.842,03	1.528,81	371,86	1.156,95	38.685,08
32	38.685,08	1.528,81	361,06	1.167,75	37.517,33
33	37.517,33	1.528,81	350,16	1.178,65	36.338,68
34	36.338,68	1.528,81	339,16	1.189,65	35.149,03
35	35.149,03	1.528,81	328,06	1.200,75	33.948,28
36	33.948,28	1.528,81	316,85	1.211,96	32.736,32
37	32.736,32	1.528,81	305,54	1.223,27	31.513,05
38	31.513,05	1.528,81	294,12	1.234,69	30.278,36
39	30.278,36	1.528,81	282,60	1.246,21	29.032,15
40	29.032,15	1.528,81	270,97	1.257,84	27.774,30
41	27.774,30	1.528,81	259,23	1.269,58	26.504,72
42	26.504,72	1.528,81	247,38	1.281,43	25.223,29
43	25.223,29	1.528,81	235,42	1.293,39	23.929,89
44	23.929,89	1.528,81	223,35	1.305,46	22.624,43
45	22.624,43	1.528,81	211,16	1.317,65	21.306,78
46	21.306,78	1.528,81	198,86	1.329,95	19.976,83
47	19.976,83	1.528,81	186,45	1.342,36	18.634,47
48	18.634,47	1.528,81	173,92	1.354,89	17.279,58
49	17.279,58	1.528,81	161,28	1.367,53	15.912,05
50	15.912,05	1.528,81	148,51	1.380,30	14.531,75
51	14.531,75	1.528,81	135,63	1.393,18	13.138,57
52	13.138,57	1.528,81	122,63	1.406,18	11.732,38
53	11.732,38	1.528,81	109,50	1.419,31	10.313,08
54	10.313,08	1.528,81	96,26	1.432,56	8.880,52
55	8.880,52	1.528,81	82,88	1.445,93	7.434,59
56	7.434,59	1.528,81	69,39	1.459,42	5.975,17
57	5.975,17	1.528,81	55,77	1.473,04	4.502,13
58	4.502,13	1.528,81	42,02	1.486,79	3.015,34
59	3.015,34	1.528,81	28,14	1.500,67	1.514,67
60	1.514,67	1.528,81	14,14	1.514,67	0,00
		<b>91.728,63</b>	<b>21.735,51</b>	<b>69.993,12</b>	
			<b>91728,63</b>		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

### 5.5.5. Depreciación y Amortización.

A más de los gastos mostrados anteriormente, también existen otros como son los de la depreciación y la Amortización.

La depreciación se realizará de acuerdo a los porcentajes aplicados a cada uno de los activos fijos vigentes en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Los activos fijos pierden su valor por el uso o por la absorberencia, para compensar esta pérdida contable se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{costo histórico} - \text{valor residual}}{\text{Vida útil}}$$

**Cuadro N° 5.23 Depreciación de Activos Fijos**

DETALLE	Q	PREC. UNIT.	VALOR TOTAL	% DEPR. LEGAL	vida útil años	valor residual	2014	2015	2016	2017	2018
<b>COSTO DEPRECIACIÓN EDIFICIO</b>											
<b>Descripción</b>											
Edificio	1	54.010,00	54010,00	0,05	20	2700,5	2565,48	2565,48	2565,48	2565,48	2565,48
<b>TOTAL</b>			<b>54010,00</b>			<b>2700,50</b>	<b>2565,48</b>	<b>2565,48</b>	<b>2565,48</b>	<b>2565,48</b>	<b>2565,48</b>
<b>COSTO DEPRECIACIÓN</b>											
<b>Descripción</b>											
Mesas de trabajo de acero inoxidable	4	480,00	1920,00	0,1	10	192,00	172,80	172,80	172,80	172,80	172,80
Lavabos grandes de acero inoxidable	2	400,00	800,00	0,1	10	80,00	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00
Peladora	1	400,00	400,00	0,1	10	40,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00
Cámara de secado	2	2400,00	4800,00	0,1	10	480,00	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00
Tostador	2	3600,00	7200,00	0,1	10	720,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00
Molino de rodillos	2	3600,00	7200,00	0,1	10	720,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00
Tamizador	2	1200,00	2400,00	0,1	10	240,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00
Balanza	2	300,00	600,00	0,1	10	60,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00
Mezcladora	1	1200,00	1200,00	0,1	10	120,00	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00
Envasador manual por gravedad	1	1100,00	1100,00	0,1	10	110,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00
Selladora de Fundas Manual	1	950,00	950,00	0,1	10	95,00	85,50	85,50	85,50	85,50	85,50
Equipo de Laboratorio	1	950,00	950,00	0,1	10	95,00	85,50	85,50	85,50	85,50	85,50
Otros	1	1658,00	1658,00	0,1	10	165,80	149,22	149,22	149,22	149,22	149,22
<b>TOTAL</b>			<b>31178,00</b>			<b>3117,80</b>	<b>2806,02</b>	<b>2806,02</b>	<b>2806,02</b>	<b>2806,02</b>	<b>2806,02</b>
<b>COSTO DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTO</b>											
<b>Descripción</b>											
Equipos de Computación	5	600,00	3000,00	0,3333	3	999,90	666,70	666,70	666,70		
Impresoras Multifunción	5	110,00	550,00	0,3333	3	183,32	122,23	122,23	122,23		
Otros Equipos	1	130,00	130,00	0,3333	3	43,33	28,89	28,89	28,89		
Reinversión Equipo de Computación (Año 2017)			3691,29	0,3333	3	1230,31				820,33	820,33
<b>TOTAL</b>			<b>7371,29</b>			<b>2456,85</b>	<b>817,82</b>	<b>817,82</b>	<b>817,82</b>	<b>820,33</b>	<b>820,33</b>
<b>COSTO DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES</b>											
<b>Descripción</b>											
Sillones de oficina	1	150,00	150,00	0,1	10	15,00	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50
Mesa de reuniones	1	150,00	150,00	0,1	10	15,00	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50
<b>TOTAL</b>			<b>300,00</b>			<b>30,00</b>	<b>27,00</b>	<b>27,00</b>	<b>27,00</b>	<b>27,00</b>	<b>27,00</b>
<b>TOTAL COSTO DEPRECIACIONES</b>			<b>92859,29</b>			<b>8305,15</b>	<b>6216,31</b>	<b>6216,31</b>	<b>6216,31</b>	<b>6218,82</b>	<b>6218,82</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

Nota: Dentro del estudio contable se considera bienes depreciables aquellos que superan el valor de 100 USD, caso contrario son considerados bienes fungibles.

### 5.5.6. Amortización de Activos Diferidos

**Cuadro N° 5.24 Amortización Activos Diferidos**

DETALLE	Valor	% Amort.	2014	2015	2016	2017	2018
Activos Diferidos	2.800,00	0.20	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00
<b>Total</b>	<b>2.800,00</b>		<b>560,00</b>	<b>560,00</b>	<b>560,00</b>	<b>560,00</b>	<b>560,00</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

### 5.5.7. Resumen de los Egresos proyectados

**Cuadro N° 5.25 Resumen de los Egresos proyectados**

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Costos de Producción	70.552,85	80.143,44	87.699,32	96.026,49	105.200,68
Gastos Administrativos	29.897,72	36.807,11	40.161,37	43.843,04	47.884,33
Gastos de Ventas	28.136,16	32.307,41	35.210,51	38.389,26	41.870,50
Gasto Financiero	7.839,23	6.585,48	5.191,31	3.640,99	1.917,04
Gasto Depreciación	6.216,31	6.216,31	6.216,31	6.218,82	6.218,82
Amortización	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00
<b>TOTAL</b>	<b>143.202,28</b>	<b>162.619,75</b>	<b>175.038,81</b>	<b>188.678,61</b>	<b>203.651,36</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

## 5.6. BALANCE GENERAL

El Balance de situación inicial es como una fotografía de la empresa en cualquier momento; Para el inicio de las actividades de la Microempresa “CAFÉ AMBUCO”, se cuenta con el siguiente Balance General Inicial:

### Cuadro N° 5.26 Balance General

PLANTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ ARTESANAL			
CAFÉ AMBUCO "LEGUCAFÉ"			
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL 2014			
<b><u>ACTIVOS</u></b>			
<b><u>ACTIVOS CORRIENTES</u></b>			
Bancos	21.431,12		
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>21.431,12</b>		
<b><u>ACTIVOS FIJOS</u></b>			
Terreno	10.000,00		
Edificio	54.010,00		
Maquinaria y Equipo	16.330,00		
Equipo de Computo	3.680,00		
Muebles y Enseres Oficina	2.945,00		
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>86.965,00</b>		
<b><u>OTROS ACTIVOS</u></b>			
<b><u>ACTIVOS INTANGIBLES</u></b>			
Estudios y Diseños	800,00		
Trámites de Constitución	1.000,00		
Gastos de Instalación	500,00		
Permisos de Funcionamiento	500,00		
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>	<b>2.800,00</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>111.196,12</b>		
<b><u>PASIVOS</u></b>			
<b><u>PASIVOS CORRIENTES</u></b>			
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>			<b>0,00</b>
<b><u>PASIVO A LARGO PLAZO</u></b>			
Préstamo por pagar			69.993,12
<b>TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO</b>			<b>69.993,12</b>
<b><u>OTROS PASIVOS</u></b>			
			<b>0,00</b>
<b><u>PATRIMONIO</u></b>			
Capital Social			41.203,00
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>			<b>41.203,00</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>			<b>111.196,12</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

#### 5.7. PROYECCIÓN DEL ESTADO DE RESULTADOS

El Estado de Pérdidas y ganancias se proyectará para cinco años, mediante el cual se observara la utilidad que va generando en los respectivos periodos la Microempresa.

**Cuadro N° 5.27 Proyección del Estado de Resultados**

**EMPRESA “CAFÉ AMBUKO”  
Estado de Pérdidas y Ganancias**

Rubro	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos Proyectados	190.154,98	207.609,30	226.665,76	247.471,41	270.186,81
(-) Costos de Produccion	70.552,85	80.143,44	87.699,32	96.026,49	105.200,68
<b>= Utilidad Bruta</b>	<b>119.602,13</b>	<b>127.465,87</b>	<b>138.966,44</b>	<b>151.444,92</b>	<b>164.986,14</b>
(-) Gastos Admnsitrativos	29.897,72	36.807,11	40.161,37	43.843,04	47.884,33
(-) Gastos de Ventas	28.136,16	32.307,41	35.210,51	38.389,26	41.870,50
(-) Gastos Financieros	7.282,76	5.978,08	4.519,54	2.888,99	1.066,15
(-) Depreciaciones	6.216,31	6.216,31	6.216,31	6.218,82	6.218,82
<b>= UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>48.069,17</b>	<b>46.156,95</b>	<b>52.858,72</b>	<b>60.104,81</b>	<b>67.946,35</b>
(-) 15% Participación Trabajadores	7.210,38	6.923,54	7.928,81	9.015,72	10.191,95
<b>= Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>40.858,80</b>	<b>39.233,41</b>	<b>44.929,91</b>	<b>51.089,09</b>	<b>57.754,40</b>
(-) 22% Impuesto a la Renta	8.988,94	8.631,35	9.884,58	11.239,60	12.705,97
<b>= UTILIDAD NETA</b>	<b>31.869,86</b>	<b>30.602,06</b>	<b>35.045,33</b>	<b>39.849,49</b>	<b>45.048,43</b>

**Fuente:** Estudio Financiero  
**Elaborado por:** La Autora

### 5.8. FLUJO DE CAJA

El Flujo de caja es el movimiento de efectivo que realiza la Empresa en un determinado tiempo; es decir que con la elaboración del flujo de caja se podrá determinar cuál es la necesidad exacta de efectivo para poder cubrir todas y cada una de las obligaciones de la Empresa.

A continuación se muestra el flujo de caja financiero proyectado para cinco años:

**Cuadro N° 5.28 Flujo de Caja**

Detalle		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>inversion inicial</b>						
Capital Propio	41.203,00					
Crédito	69.993,12					
<b>Utilidad Operacional</b>		<b>48.069,17</b>	<b>46.156,95</b>	<b>52.858,72</b>	<b>60.104,81</b>	<b>67.946,35</b>
(+) Depreciaciones		6.216,31	6.216,31	6.216,31	6.218,82	6.218,82
(-) Reinversión Activo Fijo					3.691,29	
(+) valor residual						7.121,94
(-) 15% Participación Trabajadores		7.210,38	6.923,54	7.928,81	9.015,72	10.191,95
(-) Impuesto a la Renta		8.988,94	8.631,35	9.884,58	11.239,60	12.705,97
(-) Pago de Deuda Amortizado		11.194,20	12.447,95	13.842,12	15.392,44	17.116,40
(+) Amortización Activos Diferidos		560,00	560,00	560,00	560,00	560,00
(+) Rescate en Venta de Activos						666,43
(+) Recuperación del Capital Propio			9.560,96	9.180,62	10.513,60	11.954,85
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>-111.196,12</b>					
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>		<b>27.451,97</b>	<b>34.491,38</b>	<b>37.160,14</b>	<b>38.058,18</b>	<b>54.454,07</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

## 5.9. EVALUACIÓN FINANCIERA

La Evaluación financiera establece y analiza los beneficios netos que obtendría exclusivamente el factor capital al comportamiento en un proyecto específico. La evaluación financiera tiene como objetivos: calcular, estimar los beneficios netos que se esperan de la inversión que se realizará en la implementación de la microempresa de producción y comercialización, para lo cual se usa y maneja las principales técnicas de evaluación financiera.

### 5.9.1. Costo de Oportunidad

**Cuadro N° 5.29 Cálculo del Costo de Oportunidad**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>	<b>Tasa de Ponderación</b>	<b>Costo De Oportunidad</b>
CAPITAL PROPIO	41.203,00	37	8,17%	3,03
FINANCIAMIENTO	69.993,12	63	11,20%	7,05
<b>TOTAL</b>	<b>111.196,12</b>	<b>100</b>	<b>19,37%</b>	<b>10,08</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

El Costo de Oportunidad =10.08%

El proyecto tiene un rendimiento de por lo menos un 10.08% en caso de ser financiado con una tasa de interés del 11.20%.

### 5.9.2. Cálculo De La Tasa De Rendimiento Medio

Para esta tasa se han determinado dos elementos básicos, ésta tasa es lo que la empresa espera obtener a cambio de determinada inversión de capital.

- Costo de Oportunidad: 10.08% (CK)
- Inflación anual ACUMULADA: 3.98% (Rp)

#### **Tasa de Rendimiento Medio**

$$i = (1+CK) (1+Rp) -1$$

$$i = (1+0.1008) (1+0.0398)-1$$

$$i = 14.46\%$$

**Cuadro N° 5.30 Cálculo de la Tasa de Redescuento**

<b>DETALLE</b>	<b>%</b>
Costo de oportunidad	10,07%
Tasa de inflación acumulada	3.98%
<b>Tasa de redescuento</b>	<b>14.46%</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

### 5.9.2. Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

Este indicador muestra el monto de los beneficios reales que tendrá el proyecto ante la inversión.

Para su cálculo se utilizó una tasa de rendimiento o tasa de redescuento de 14.68%.

El valor actual neto se calcula mediante la siguiente fórmula:

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

**Cuadro N° 5.31 Cálculo del Valor Actual Neto**

AÑO	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO 14.46%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS 14.46%
0	-111.196,12		
1	27.451,97	1,144583	23.984,25
2	34.491,38	1,310071	26.327,87
3	37.160,14	1,499485	24.781,93
4	38.058,18	1,716286	22.174,73
5	54.454,07	1,964432	27.720,01
<b>TOTAL</b>			<b>124.988,79</b>
			13.792,67

**Fuente:** Estudio Financiero  
**Elaborado por:** La Autora

$$VAN = \Sigma FNA - \text{Inversión}$$

$$VAN = 124.988,79 - 111.196,12$$

$$VAN = 13.792,67$$

El Valor Actual Neto es mayor a cero por lo tanto el proyecto si es factible de llevarlo a cabo. Al invertir 111.196,12 USD en 5 años se está obteniendo 13.792,67 USD más que la inversión realizada.

### 5.9.3. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para el cálculo de la TIR se procede a calcular el valor actual neto con una tasa superior e inferior para luego poder interpolar.

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

**Cuadro N° 5.32 VAN con Tasa Inferior**

AÑO	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO 14,46%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS 14,46%
0	-111.196,12		
1	27.451,97	1,144583	23.984,25
2	34.491,38	1,310071	26.327,87
3	37.160,14	1,499485	24.781,93
4	38.058,18	1,716286	22.174,73
5	54.454,07	1,964432	27.720,01
<b>TOTAL</b>			<b>124.988,79</b>
			13.792,67

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: La Autora

**Cuadro N° 5.33 VAN con Tasa Superior**

AÑO	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO 18,94%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	-111.196,12		
1	27.451,97	1,189400	23.080,52
2	34.491,38	1,414672	24.381,18
3	37.160,14	1,682611	22.084,80
4	38.058,18	2,001298	19.016,75
5	54.454,07	2,380344	22.876,56
<b>TOTAL</b>			<b>111.439,80</b>
			243,68

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: La Autora

Datos para aplicar la fórmula de interpolación:

$$\text{TIR} = 14.46 + (18.94 - 14.46) \frac{13.792,67}{13.792,67 - 243.68}$$

$$\text{TIR} = 19,02\%$$

El TIR calculada es del 19,02% y es mayor a la tasa del costo de Oportunidad, afirmando la factibilidad del proyecto.

### 5.9.3.1. Sensibilidad Del TIR

Reduciendo las ventas en un 5% tenemos los siguientes resultados:

**CUADRO N° 5.34 Sensibilidad De La Tasa Interna De Retorno**

AÑO	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO 14,46%	TASA DE REDESCUENTO 18,94%
-	-111.196,12		
1	21.148,34	18476,89	17780,68
2	27.763,33	21192,24	19625,28
3	29.479,08	19659,46	17519,84
4	29.802,82	17364,72	14891,74
5	45.567,94	23196,50	19143,43
<b>TOTAL</b>	-	<b>99889,80</b>	<b>88960,96</b>
		(11.306,32)	(22.235,16)

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: La Autora

$$\text{TIR} = 14.46 + (18.94 - 14.46) \frac{-11.306,32}{-11.306,32 - (-22.235,16)}$$

$$\text{TIR} = 9,83\%$$

Al obtener ingresos menores en un 5% de acuerdo a lo pronosticado, se determina que la microempresa puede afrontar cambios inesperados en sus ventas, permitiendo afrontar los fracasos y avanzar con el curso normal en busca del objetivo principal.

#### 5.9.4. Relación Beneficio-Costo

El costo- beneficio es el valor que tiene el proyecto en relación a los ingresos y egresos actualizados.

El análisis del costo – beneficio se lo realiza mediante valores mayores o menores como se muestra a continuación:

**Costo / Beneficio > 1;** significa que los ingresos son mayores que los gastos; entonces el proyecto es aconsejable.

**Costo / Beneficio = 1;** significa que los ingresos son iguales a los gastos, entonces el proyectos es indiferente.

**Costo / Beneficio < 1;** esto quiere decir que los ingresos son menores que los gastos entonces el proyecto no es aconsejable.

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{\sum \text{FNE ACTUALIZADOS}}{\text{INVERSIÓN}}$$

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{124.988,79}{111.196,12}$$

$$\text{Beneficio Costo} = 1.12$$

El Beneficio-Costo es mayor que uno. Entonces el proyecto si es aceptable. Por cada dólar invertido se recupera 1.12 USD, o a su vez por cada dólar se obtiene un superávit de 0.12 dólares.

### 5.9.5. Relación Ingresos-Egresos

**CUADRO N° 5.35 RELACIÓN INGRESOS – EGRESOS**

Año	Ingresos	Tasa de rendimiento	Egresos	Tasa de rendimiento
		1,1468		1,1468
1	190.154,98	166.134,68	143.202,28	120.398,75
2	207.609,30	158.471,81	162.619,75	114.952,24
3	226.665,76	151.162,38	175.038,81	104.028,07
4	247.471,41	144.190,10	188.678,61	94.278,12
5	270.186,81	137.539,41	203.651,36	85.555,44
<b>Total</b>	<b>1.142.088,27</b>	<b>757.498,39</b>	<b>873.190,81</b>	<b>519.212,63</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: La Autora

#### Formula:

$$\text{Ingresos-Egresos} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{Ingresos-Egresos} = \frac{757.498,39}{519.212,63} = 1,46$$

La relación Ingresos y Egresos es de 1,46; por lo tanto por cada dólar invertido en gastos hay un ingreso de \$1,46 o a su vez por cada dólar se obtiene un superávit de 0,46 centavos de dólar respecto al gasto.

### 5.9.6. Punto de Equilibrio

El punto de Equilibrio indica que la microempresa necesita vender una cantidad estimada de productos para empezar a recuperar los activos fijos y los costos fijos, así se presenta la siguiente información sobre el Punto de Equilibrio en la producción de LEGUCAFÉ.

**Cuadro N° 5.36 Proyección del Punto de Equilibrio**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>					
<b>Ventas</b>					
café en envases de 200 gr	78.299,11	85.486,18	93.332,96	101.899,99	111.253,39
café en sobre de 100 gr	111.855,87	122.123,12	133.332,80	145.571,42	158.933,42
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>190.154,98</b>	<b>207.609,30</b>	<b>226.665,76</b>	<b>247.471,41</b>	<b>270.186,81</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>					
Gastos Administrativos	29.897,72	36.807,11	40.161,37	43.843,04	47.884,33
Gastos de Ventas	28.136,16	32.307,41	35.210,51	38.389,26	41.870,50
Depreciaciones	6.216,31	6.216,31	6.216,31	6.218,82	6.218,82
Gasto Financiero	7.282,76	5.978,08	4.519,54	2.888,99	1.066,15
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>71.532,95</b>	<b>81.308,92</b>	<b>86.107,73</b>	<b>91.340,11</b>	<b>97.039,79</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
<b>Materia Prima Directa</b>	<b>14.387,46</b>	<b>15.723,44</b>	<b>17.121,08</b>	<b>18.694,71</b>	<b>20.462,21</b>
café en envases de 200 gr	8.632,48	9.434,06	10.272,65	11.216,82	12.277,32
café en sobre de 100 gr	5.754,98	6.289,38	6.848,43	7.477,88	8.184,88
<b>Mano de Obra Directa</b>	<b>40.549,12</b>	<b>47.463,89</b>	<b>52.163,04</b>	<b>57.327,43</b>	<b>63.003,12</b>
café en envases de 200 gr	24.329,47	28.478,33	31.297,82	34.396,46	37.801,87
café en sobre de 100 gr	16.219,65	18.985,56	20.865,22	22.930,97	25.201,25
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>	<b>13.816,27</b>	<b>15.084,47</b>	<b>16.469,07</b>	<b>17.980,77</b>	<b>19.631,22</b>
café en envases de 200 gr	9.994,53	10.911,93	11.913,53	13.007,08	14.201,00
café en sobre de 100 gr	3.821,74	4.172,54	4.555,54	4.973,69	5.430,23
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>68.752,85</b>	<b>78.271,80</b>	<b>85.753,19</b>	<b>94.002,91</b>	<b>103.096,55</b>
café en envases de 200 gr	42.956,48	48.824,32	53.484,00	58.620,36	64.280,19
café en sobre de 100 gr	25.796,37	29.447,47	32.269,19	35.382,55	38.816,36
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>					
café en envases de 200 gr	<b>158476,22</b>	<b>189591,83</b>	<b>201678,78</b>	<b>215056,27</b>	<b>229833,30</b>
café en sobre de 100 gr	<b>92974,99</b>	<b>107144,64</b>	<b>113601,56</b>	<b>120670,17</b>	<b>128398,62</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO (unidades)</b>					
café en envases de 200 gr	<b>50.310</b>	<b>57.884</b>	<b>59.217</b>	<b>60.728</b>	<b>62.417</b>
café en sobre de 100 gr	<b>61.983</b>	<b>68.696</b>	<b>71.184</b>	<b>71.558</b>	<b>73.227</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

### 5.9.6.1. Fórmulas utilizadas para el cálculo del Punto de Equilibrio:

#### a) Punto de Equilibrio en Ventas

$$(1) PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{Y}}$$

#### Punto de equilibrio de Café en Envases de vidrio

$$PE = \frac{71.532,95}{1 - \frac{42.956,48}{78.299,11}}$$

$$PE = \$ 158.476,22$$

#### Punto de equilibrio de Café en Sobre

$$PE = \frac{71.532,95}{1 - \frac{25.796,37}{111.855,87}}$$

$$PE = \$ 92.974,99$$

Los datos obtenidos nos indican los valores en dólares que debemos obtener para no obtener ganancia ni pérdida.

#### b) Punto de Equilibrio en Unidades

$$(2) PE = \frac{CF}{PVu - CVu}$$

Para realizar los cálculos correspondientes se requiere de los valores de Precio de Venta Unitario y el Costo Variable Unitario.

**Cuadro N° 5.37 Precio de Venta Unitario**

AÑO	ENVASES DE 200 GR	SOBRES DE 100 GR
	Precio anual	Precio anual
1	3,15	1,50
2	3,28	1,56
3	3,41	1,62
4	3,54	1,69
5	3,68	1,75

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

**Cuadro N° 5.38 Costo Variable Unitario**

COSTO VARIABLE UNITARIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
café en envases de 200 gr	1,73	1,87	1,95	2,04	2,13
café en sobre de 100 gr	0,35	0,38	0,41	0,41	0,43

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

**Punto de equilibrio de Café en Envases de vidrio**

$$PE = \frac{71.532,95}{3.15 - 1.73}$$

**PE= 50.310 unidades**

**Punto de equilibrio de Café en Sobre**

$$PE = \frac{71.532,95}{1.50 - 0.35}$$

**PE= 61.983 unidades**

Los datos obtenidos indica que la planta procesadora de café artesanal deberá fabricar las unidades estimadas para tener un punto de equilibrio sin ganancias ni pérdidas.

### 5.9.7. Periodo de Recuperación de la Inversión

Este elemento de evaluación financiera permite conocer en qué tiempo se recuperará la inversión, tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados.

**Cuadro N° 5.39 Período de Recuperación de la Inversión**

<b>AÑO</b>	<b>FLUJOS NETOS</b>	<b>FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS 14.68%</b>	<b>RECUPERACIÓN DEL CAPITAL</b>
0	- 111.196,12		
1		23.984,25	23.984,25
2		26.327,87	50.312,12
3		24.781,93	75.094,05
4		22.174,73	97.268,78
5		27.720,01	124.988,79

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

En vista de que la planta trabajará 288 días al año, se calculó que la inversión inicial que se realizará en la Microempresa, se recuperará en:

Inversión inicial: 111.196,12

Recuperación del capital: 124.988,79

FN: 27.720,01

$124.988,79 - 111.196,12 = 13.792,67$

$27.720,01 / 288 = 96,25$

$124.988,79 / 96,25 = 1.298,58$

$1.298,58 / 288 = 4,51$  4 años

$12 * 0,51 = 6,12$  6 meses

$24 * 0,12 = 2,88$  3 días

**4 años, 6 meses, 3 días**

A través del análisis financiero se determina que la inversión en la creación de la Microempresa de producción y comercialización de Café Artesanal tendrá un plazo de recuperación del capital en 4 años y 6 meses, lo cual indica que el proyecto es factible.

## CAPÍTULO VI

### 6. PROPUESTA ESTRATÉGICA

#### 6.1. LA EMPRESA

La empresa de café Artesanal actuará como factor dinámico; de capital, de energía humana y de la organización, con el objetivo de generar café artesanal elaborado a base de haba y frijol, leguminosas con alto grado de proteínas y nutrientes, para satisfacer la demanda y necesidades de la sociedad de consumo, a través de la venta, tendientes a conseguir lo máximo del beneficio económico o social, según los casos.

##### 6.1.1. Nombre o razón social

La Planta industrial de café artesanal hecho a base de frejol y haba se llamará: CAFÉ AMBUCO

##### 6.1.2. Logotipo



### **6.1.3. Misión**

Establecerse como una microempresa pionera en la producción y comercialización de café artesanal hecho a base de frejol y haba, en el norte del país, brindando un producto de calidad con alto valor nutricional, que responda a las exigencias del mercado, aportando efectivamente a la salud y bienestar del consumidor.

### **6.1.4. Visión**

En un periodo de cuatro años ser una microempresa líder a nivel regional en producción y comercialización del café artesanal (CAFÉ AMBUCCO).

### **6.1.5. Objetivos**

- a) Instalar la microempresa productora y comercializadora de café artesanal en la comunidad de El Juncal, cantón Ibarra, provincia de Imbabura.
- b) Proporcionar un punto de referencia sobre los beneficios que genera estar organizados.
- c) Mitigar el desempleo mediante la identificación de oportunidades de negocios para implantar microempresas.
- d) Potencializar la creatividad e iniciativa de los trabajadores para obtener competitividad en el mercado.
- e) Minimizar costos sin afectar la calidad del producto.

### **6.1.6. Políticas de la Microempresa**

- a) Realizar eficientemente el trabajo asignado a cada puesto de acuerdo con lo

que establece el reglamento interno, tomando en cuenta los planes operativos.

- b) La falta de puntualidad o inasistencia injustificada, serán sancionadas y podrán dar lugar a la pérdida de la remuneración correspondiente.
- c) Guardar respeto y consideración en el trato con sus superiores, compañeros y subalternos.

### 6.1.7. Principios y Valores

#### 6.1.7.1. Principios

- a) **La responsabilidad:** es uno de los principios más importantes de la empresa, ya que mediante esta se cumplirá la puntualidad en la producción, entrega de pedidos, pago de cuentas, etc.
- b) **Mejoramiento continuo:** tanto en procesos como en el producto a fin de que vaya acorde con la actualidad según las necesidades y exigencias del mercado.
- c) **Una buena atención al cliente:** en todas sus interrogantes, crear una alternativa ágil para la solución de problemas o quejas, permitirá obtener una buena relación con los clientes.
- d) **Eficiencia en las actividades:** a desarrollarse en todas las áreas de la empresa, mediante un trabajo conjunto y con buena comunicación a fin de obtener un trabajo y producto de calidad.
- e) **Cuidar la imagen de la empresa:** con un buen desempeño de labores, cumplimiento de obligaciones, respetando políticas y valores, con transparencia en el desarrollo de las mismas.

### 6.1.7.2. Valores

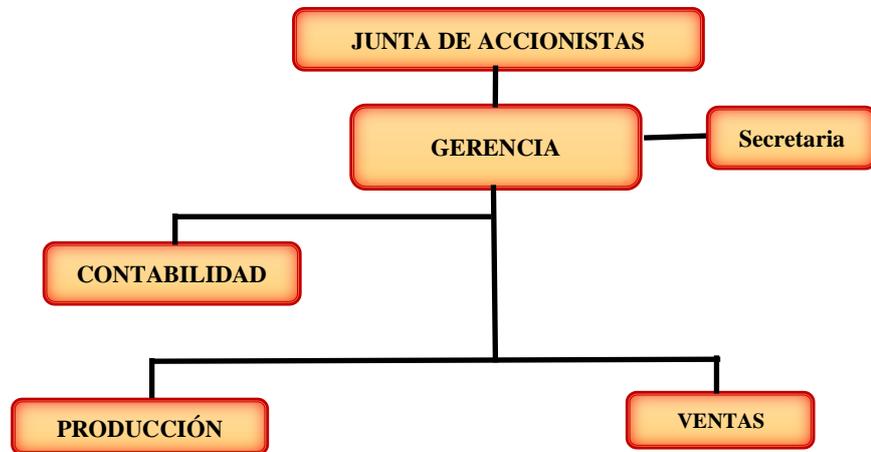
- a) **Honestidad:** elaborar todas y cada una de las actividades dentro de la empresa como hacia el cliente con transparencia y rectitud, siendo justo en cada decisión que se presente.
- b) **Ética:** los trabajadores deberán trabajar con eficiencia, con un trato respetuoso para sus compañeros como para los clientes, desempeñando sus funciones con rectitud y disciplina.
- c) **Cooperación:** es importante la ayuda y compañerismo dentro de la empresa que permitirá la obtención de buenos resultados y la solución de problemas de manera más ágil al trabajar en conjunto.
- d) **Calidad:** en el desempeño administrativo, organizacional y de producción ya que esto se reflejará en el producto y en la satisfacción del cliente.

## 6.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura orgánica establecida de manera correcta ayuda a la organización a cumplir con las metas y objetivos propuestos. Su presentación se lo realiza mediante un organigrama; instrumento necesario en el cual se refleja las líneas de autoridad, niveles jerárquicos división de funciones, interrelación entre departamentos.

La presentación de la empresa CAFÉ AMBUCCO tendrá el siguiente organigrama estructural:

## ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL “CAFÉ AMBUCO” S.A



**GRAFICO N° 6.1** *Organigrama Estructural Empresa*  
**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** La Autora

### 6.2.1. Niveles Administrativos

Los niveles administrativos del microempresa productora y comercializadora de café artesanal son:

- a. **Nivel Legislativo o Superior:** El nivel Legislativo o Superior está compuesto por los socios de la compañía que conforman la Junta General de Socios y son responsables de la planificación, normativa y toma de decisiones.
- b. **Nivel Ejecutivo:** Este nivel Directivo o Ejecutivo está integrado por el Administrador de la microempresa, quien es responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar la ejecución de las políticas, y las actividades de la empresa.
- c. **Nivel Asesor:** El nivel asesor está conformado por la unidad de Asesoría Jurídica, constituye la instancia de consulta, consejo o asesoramiento, en la toma de decisiones, su relación de autoridad es indirecta respecto a las unidades de mando de línea u operación, su función se canaliza a través del Administrador.

**d. Nivel Auxiliar:** El nivel auxiliar está integrado por la unidad de Contabilidad - Secretaría, que realizará las funciones de apoyo necesarias para el cumplimiento de las actividades de la microempresa.

**b) E. Nivel Operativo:** Nivel operativo que lo integran las unidades de producción, ventas y trabajadores, serán los responsables de ejecutar los planes para cumplir con los objetivos y metas que se ha trazado la microempresa.

### 6.3. ESTRUCTURA FUNCIONAL

En la estructura funcional se detalla cada uno de los puestos a ser requeridos para el desarrollo de la microempresa CAFÉ AMBUCO. Así como se da a conocer los requisitos de cada postulantes, sus funciones y el objetivo que tiene como unidad departamental o como puesto de trabajo.

<b>CAFÉ AMBUCO</b> <b>Manual de Funciones</b>
<b>OBJETIVO</b>
Su función básica es legislar las políticas que debe seguir la empresa, aprobar la planificación y las metas anuales, normar los procedimientos, dictar reglamentos internos, nombrar al Gerente y tomar decisiones sobre la marcha de organización.
<b>FUNCIONES</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Determinar los lineamientos generales e importantes para el funcionamiento de la Microempresa.</li> <li>2. Aprobar los Estados Financieros de la Microempresa.</li> <li>3. Resolver la distribución de beneficios sociales.</li> <li>4. Aprobación de estatutos, modificaciones de contratos sociales, transformación o disolución de la Microempresa.</li> <li>5. Conocer y resolver sobre el informe del Directorio relativo a la marcha del negocio, los Estados Financieros y Distribución de Utilidades”.</li> <li>6. Comprometidos en sacar adelante el negocio</li> </ol>

**CAFÉ AMBUCO”  
Manual de Funciones**

**Título del Puesto: Gerente**

**OBJETIVO**

Promover el mejoramiento continuo de los procesos de planificación, organización, integración del personal, dirección y control a fin de lograr un mejor desempeño de la microempresa

Requisitos para el cargo:

- Experiencia mínima 2 años en puestos afines.
- Educación superior en administración de empresas o carrera a fin a esta.
- Manejo experto de software que utiliza la microempresa.
- Liderazgo,
- Buenas relaciones interpersonales.
- Capacidad de análisis.

**FUNCIONES**

1. Analizar las actividades de la microempresa para determinar la mayor funcionalidad en términos de eficiencia, eficacia, efectividad, economía, ética, de los procesos de producción, administración, ventas y distribución
2. Deberá desarrollar programas estratégicos de mejoramiento continuo para el buen funcionamiento de la microempresa.
3. Recomendar políticas y procedimientos en materia de recursos humanos.
4. Coordinar las reuniones que se ejecuten en la microempresa.
5. Identificar las necesidades de capacitación de la microempresa a nivel macro.
6. Coordinar y medir el nivel de satisfacción del clima laboral existente en la microempresa.

**“CAFÉ AMBUCO”**  
**Manual de Funciones**

**Título del Puesto: Contador/a**

**OBJETIVO**

Controlar el buen funcionamiento, del manejo de los Recursos Económicos de la microempresa.

Requisitos para el cargo:

- Poseer título universitario: CPA o Lic. en Auditoría.
- Experiencia mínima de un año en cargos similares.
- Conocimientos sólidos en computación.
- Edad comprendida entre los 23 y 30 años.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Disponibilidad para trabajar bajo presión.

**FUNCIONES**

1. Realizar las transacciones diarias de la empresa.
2. Elaborar balances y estados de situación financiera en forma mensual.
3. Llevar a cabo el pago a todos los empleados de la empresa.
4. Verificar el ingreso de materia prima al área de producción.
5. Controlar, facturar y despachar el producto terminado.
6. Receptar las facturas cobradas del vendedor y el pago a proveedores.

**“CAFÉ AMBUCO”  
Manual de Funciones**

**Título del Puesto: Secretaria**

**OBJETIVO**

Aplicar todos los procesos y actividades referentes a un buen manejo de los clientes internos y externos de la empresa.

Requisitos para el cargo:

- Poseer título universitario de Secretaria General o Secretaria de Gerencia.
- Experiencia en Secretariado empresarial.
- Manejo de paquetes de informática.
- Optimas relaciones con clientes

**FUNCIONES**

1. Atención a clientes internos y externos.
2. Llevar el control de la documentación y archivo de la empresa.
3. Organizar la correspondencia de recibir y entregar.
4. Estar presente en las reuniones que la gerencia crea conveniente.
5. Recibir y entregar mensajes a Gerencia.
6. Remitir información según el contexto de la empresa

**“CAFÉ AMBUCO”  
Manual de Funciones**

**Título del Puesto: Jefe de Producción**

**OBJETIVO**

Supervisar, controlar y ejecutar todos los procesos de producción que aplica la empresa para elaborar café artesanal a base de frejol y haba, de forma que se obtenga los mejores resultados en términos técnicos, administrativos, económicos y financieros.

**Requisitos para el cargo:**

- Formación Profesional Técnico Superior en Industria Alimentaria
- Experiencia mínima de dos años en puestos similares.
- Edad comprendida entre 28 y 35 años.
- Disponibilidad para trabajar bajo presión.
- Tener don de gente.
- Conocimiento del producto a elaborarse.

**FUNCIONES**

1. Cumplir los planes de producción.
2. Recibir y procesar la materia prima para obtener el producto terminado.
3. Cumplir con las normas y políticas definidas para dicha unidad.
4. Proponer alternativas de cambio en la unidad y para el personal.
5. Realizar el control de calidad de la materia y productos terminados.
6. Llevar a cabo el mantenimiento y control de la maquinaria del área productiva

**“CAFÉ AMBUCO”**  
**Manual de Funciones**

**Título del Puesto: Obreros**

**OBJETIVO**

Colaborar con la ejecución de todos los procesos de producción que aplica la empresa para elaborar el café artesanal a base de frejol y haba, de forma que se obtenga un producto de calidad.

Requisitos para el cargo:

- Bachiller
- Edad comprendida entre 18 y 35 años.
- Buena presencia.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Disponibilidad de trabajar bajo presión.

**FUNCIONES**

1. Es el personal que se encargará directamente de planificar, ejecutar y controlar las actividades de proceso.
2. Recepción y empleo de la materia prima, para la elaboración de mermelada y licor.
3. Manejar todos los equipos y herramientas de la planta.
4. Limpieza de la planta industrial.
5. Verificar procesos de almacenamiento y empaque del producto.

**“CAFÉ AMBUCO”  
Manual de Funciones**

**Título del Puesto: Jefe de Ventas / Vendedor**

**OBJETIVO**

Dar a conocer CAFÉ AMBUCO al público de forma directa, proporcionando información general y en casos específicos realizando una degustación con el fin captar clientes fijos y permanentes.

Requisitos para el cargo:

- Estudios superiores en marketing.
- Conocimientos de computación.
- Experiencia mínima de dos años en cargos similares.
- Edad comprendida entre 25 y 35 años.
- Buena presencia.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Disponibilidad de trabajar bajo presión.

**FUNCIONES**

1. Determinar el mercado, colaborar y trabajar en conjunto con el gerente a fin de abrir nuevos nichos de mercado,
2. Establecer tipos de clientes de acuerdo a las necesidades y porcentaje de ventas.
3. Llevar un control y registro de clientes fijos y meta, plantear y llevar a cabo estrategias de venta, promoción y publicidad.
4. Ajustarse a las políticas de marketing que aplique la empresa buscando mejorar las ventas en forma continua y sostenida.
5. Elaborar los reportes de ventas, de facturación, de recuperación de cartera de los clientes.
6. Coordinar con la gerencia todo lo referente a la distribución del producto.

**“CAFÉ AMBUCO”  
MANUAL DE FUNCIONES**

**Título del Puesto: Chofer**

**OBJETIVO**

Colaborar con la distribución del Café Ambuco en la parroquia de Ambuquí, alcanzando las metas propuestas conjuntamente con el departamento de ventas.

**Requisitos para el cargo:**

- Chofer Profesional Tipo C
- Conocimientos de computación.
- Experiencia en distribución de productos de consumo masivo
- Edad comprendida entre 20 y 35 años.
- Buena presencia.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Disponibilidad de trabajar bajo presión.

**FUNCIONES**

1. Manejar el vehículo
2. Distribuir el producto.
3. Estar sujeto a las disposiciones de los niveles superiores.

<b>“CAFÉ AMBUCO” MANUAL DE FUNCIONES</b>
<b>Título del Puesto: Bodeguero</b>
<b>OBJETIVO</b>
Realizar la recepción de la materia prima, identificando las características de la misma, para cumplir con el proceso de producción.
<b>Requisitos para el cargo:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachiller</li> <li>• Conocimientos de computación.</li> <li>• Experiencia en inventarios</li> <li>• Edad comprendida entre 20 y 35 años.</li> <li>• Buena presencia.</li> <li>• Buenas relaciones interpersonales.</li> <li>• Disponibilidad de trabajar bajo presión.</li> </ul>
<b>FUNCIONES</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Receptar materia prima</li> <li>2. Certificar que la materia prima este acorde con la orden de compra</li> <li>3. Estar sujeto a las disposiciones de los niveles superiores.</li> <li>4. Disponer de informes de inventarios</li> </ol>

#### **6.4. DESARROLLO DEL PERSONAL**

Para conducir y operar la empresa en forma exitosa se requiere de un Plan de Desarrollo Organizacional como instrumento de la administración moderna de las empresas, manteniendo sistemas de gestión para mejorar continuamente su desempeño y los objetivos institucionales. En la actualidad las empresas se han enfocado en la Gestión de Procesos basada en principios administrativos utilizados por la dirección con el fin de conducir a la organización hacia una mejora de desempeño de sus recursos; talento humano, materiales, tecnológicas, económicas – financieras.

Los fundamentos en los Procesos de Desarrollo Organizacional pueden ayudar a las organizaciones a aumentar la satisfacción de los clientes, sus necesidades y expectativas. Estas necesidades y expectativas se expresan en la especificación del servicio / producto y son generalmente denominados como requisitos del cliente, los cuales pueden estar especificados por el cliente de forma contractual o pueden ser determinados por la propia organización dado que las necesidades y expectativas en los clientes son cambiantes, debido a las presiones competitivas y a los avances técnicos las organizaciones deben mejorar continuamente sus productos y procesos.

El enfoque a través de planes de Desarrollo de Cultura Organizacional son enfoques hacia la Calidad y la Productividad anima a las organizaciones a analizar los requisitos de los clientes, definir los procesos que contribuyan al logro de productos / servicios aceptables para los clientes y mantener estos procesos bajo control. Un sistema de Desarrollo de Cultura Organizacional puede proporcionar el marco de referencia para incrementar la probabilidad de tener capacidades distintivas y mejor posición en el mercado. Proporciona confianza, tanto a la organización como a sus clientes, da capacidad para proporcionar productos que satisfagan los requisitos de forma coherente. El clima organizacional está determinado por la percepción que tengan los empleados de los elementos culturales, esto abarca el sentir y la manera de reaccionar de las personas frente a las características y calidad de la cultura organizacional.

#### **6.4.1. Condiciones de Trabajo.**

Este aspecto se refiere a que la empresa deberá contar con condiciones de trabajo saludables, ambientes adecuados, prestaciones de salud, vacaciones, que garanticen el bienestar del trabajador y tengan el acceso a utilidades de la empresa.

La flexibilidad de horario, planes de seguro de vida, promoción de actividades deportivas, préstamos financieros con ventajas respecto a los del mercado e

instalación de zonas de descanso, serán las estrategias que aplicara la empresa buscando un desarrollo del talento humano.

## **6.5. ANÁLISIS LEGAL**

### **6.5.1. Nombre o razón social**

CAFÉ AMBUCO

### **6.5.2. Figura Jurídica:**

Se constituirá como microempresa de Responsabilidad Limitada

#### **6.5.2.1. Domicilio:**

El domicilio será la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia Ambuquí. Comunidad El Juncal, Panamericana Norte.

#### **6.5.2.2. Objeto:**

Toda organización debe indicar en forma clara el objeto al que se va a dedicar y no podrá ejecutar ni celebrar otros actos. La microempresa se dedicará a la producción y comercialización de café artesanal a base de frejol y haba.

#### **6.5.2.3. Apertura de cuenta**

La persona interesada en crear una empresa debe abrir una cuenta de Integración de Capital, en beneficio de la misma.

#### **6.5.2.4. Escritura pública**

Luego de la apertura de la cuenta, el futuro gerente – propietario de la empresa deberá acudir ante un notario y hacer una escritura pública de constitución.

#### **6.5.2.5. Aprobación**

La escritura pública se la presenta ante un juez de lo Civil solicitándole su constitución, para lo cual el funcionario debe hacer una publicación en un diario de un extracto de la empresa.

#### **6.5.2.6. Oposición**

Cualquier persona que se siente afectada con la constitución de la nueva empresa tiene un plazo de 20 días para oponerse a su formación, ante el juez.

#### **6.5.2.7. Inscripción**

Con la autorización del juez civil, el futuro gerente – propietario debe inscribirla en el Registro Mercantil. Para comenzar debe tener el Registro Único de Contribuyente (RUC).

**6.5.3. Representante Legal:** Glenda Leticia Maldonado Cuasquer

#### **6.5.4. Socios de la microempresa**

Por el tipo de empresa que se va a constituir se requerirá de dos socios. Los accionistas tendrán que aportar un capital que cubra el 37% de la inversión inicial que requiere el proyecto. Las aportaciones podrán ser en inmuebles o en efectivo

#### **6.5.5. Capital Inicial**

El capital inicial es de **\$111.196,12**, cuyo aporte de los socios será \$41.203,00 y la diferencia se cubrirá con un crédito de \$69.993,12.

#### **6.5.6. Permisos de funcionamiento.**

De las investigaciones realizadas en el Municipio del Cantón Ibarra, en los respectivos departamentos, se pudo establecer que no existirá ningún impedimento para su funcionamiento en esta zona los registros son los siguientes: El registro de contribuyentes (RUC), Patente Municipal, y el permiso de funcionamiento.

##### **6.5.6.1. Registro Único de Contribuyentes**

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

##### **6.5.6.2. Patente Municipal**

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

##### **6.5.6.3. Requisitos para obtener el Permiso del Ministerio de Salud**

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

## **6.6. SEGUIMIENTO Y MONITOREO**

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

### **6.6.1. Control y Evaluación**

Se controlará al personal especialmente de la forma como se desempeñan en su trabajo, si cumplen con las tareas encomendadas y si conservan las cualidades que influyen en la ejecución de su trabajo.

La evaluación del desempeño es una de las actividades más importantes del administrador y sin embargo casi todos admiten con franqueza que les cuesta más trabajo cumplirla a satisfacción. No siempre es fácil juzgar con precisión el desempeño de un subordinado y a menudo resulta incluso más difícil comunicarle ese juicio de una forma constructiva que no le produzca dolor.

Estas evaluaciones deberán darse a conocer al trabajador a fin de que este conozca sus defectos y los corrija. De esta manera cuando tenga que aplicarse sanciones por deficiencia en labores, éste no podrá alegar que desconocía su situación.

## CAPÍTULO VII

### 7. ESTUDIO DE IMPACTOS

#### 7.1. IMPACTOS

La evaluación de impactos tiene como objetivos; Identificar las interacciones ambientales negativas o positivas de las actividades pre-operativas (construcción de obras civiles de la empresa.) y de los procesos operativos industriales y como estos podrían causar sobre el conjunto de factores y recursos ambientales presentes en la zona de influencia del proyecto. Evaluar y calificar los impactos ambientales negativos o positivos de los procesos pre-operativos y operativos de la empresa que producirá sobre el entorno natural y humano.

Para el análisis de los impactos que genera el proyecto se utilizará una matriz, la que nos permitirá un análisis pormenorizado de cada una de las variables que están dentro del impacto.

**CUADRO N° 7.1 Nivel de Impactos**

-3	-2	-1	0	1	2	3
Alto Impacto	Impacto Medio	Impacto Bajo	No hay Impacto	Impacto Bajo	Impacto Medio	Alto Impacto
<b>NEGATIVO</b>				<b>POSITIVO</b>		

**Elaborado por:** La Autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum}{N}$$

$\sum$ : Sumatoria de la calificación

N: Números de indicadores

### 7.1.1. Impacto Social

**CUADRO N° 7.2 Matriz de Impacto Social**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Mejora el nivel de vida							X	3
Estabilidad Familiar							X	3
Generación de Empleo							X	3
Imagen microempresarial							X	3
Liderazgo						X		2
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>12</b>	<b>14</b>

**Elaborado por:** La Autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum}{N} = \frac{14}{5} = 2.8 \approx 3 \text{ Positivo Alto.}$$

### ANÁLISIS:

Se puede apreciar que el impacto social del proyecto es muy positivo, ya que mejora el nivel de vida con el consumo de productos naturales y sanos, de la misma manera brinda oportunidades de empleo beneficiándose de esta manera tanto el productor como el consumidor, esto permitirá una buena imagen microempresarial, incentivando así a creación de nuevas microempresas y además poseerá un liderazgo ya que será la primera microempresa del sector con estas características que impulsará la utilización de insumos 100 por ciento naturales de la zona para la elaboración del café artesanal.

### 7.1.2. Impacto Económico

**CUADRO N° 7.3 Matriz de Impacto Económico**

<b>FACTORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Nivel de Ingresos						X		<b>2</b>
Inversión							X	<b>3</b>
Rentabilidad						X		<b>2</b>
Posicionamiento en el mercado						X		<b>2</b>
<b>TOTAL</b>						<b>6</b>	<b>3</b>	<b>9</b>

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum}{N} = \frac{9}{4} = 2.25 \quad \text{Positivo Medio.}$$

#### **ANÁLISIS:**

La matriz indica que el impacto económico es bastante positivo ya que la inversión requerida para el presente proyecto es significativa: sin embargo a lo largo del periodo se logrará recuperar su inversión, y de esta forma aportar paulatinamente en el incremento de los niveles de rentabilidad, razón por la cual hace viable la implementación del presente proyecto.

### 7.1.3. Impacto Educativo

**CUADRO N° 7.4 Matriz de Impacto Educativo**

<b>FACTORES</b>	-3	-2	-1	0	1	2	3	<b>TOTAL</b>
Capacitación						X		2
Estilo de vida							X	3
Nivel de investigación					X			1
Educación sanitaria							X	3
Experiencia						X		2
<b>TOTAL</b>					<b>1</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>11</b>

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum}{N} = \frac{11}{5} = 2.2 \approx 2 \quad \text{Positivo Medio.}$$

#### **ANÁLISIS:**

Se puede establecer que el proyecto tendrá un impacto educativo positivo ya que se mejorará los niveles de cultura en los habitantes de la parroquia, al concientizar a la población ambuquireña de utilizar sus propios cultivos para la fabricación de nuevos productos que permitirían desarrollarse como empresarios, además a través de una buena educación sanitaria se dará a conocer el aprovechamiento de la materia prima y la utilización de los desechos, así como también se obtendrá una experiencia valiosa en la elaboración del café artesanal.

### 7.1.3. Impacto Ambiental

**CUADRO N° 7.5 Matriz de Impacto Ambiental**

<b>FACTORES</b>	-3	-2	-1	0	1	2	3	<b>TOTAL</b>
Incentivar la producción orgánica							X	3
Trabajo sin tóxicos							X	3
Cuidado del Ambiente.							X	3
Reutilización de desechos							X	3
<b>TOTAL</b>							<b>15</b>	<b>15</b>

**Elaborado por:** La Autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum}{N} = \frac{15}{5} = 3 \quad \text{Positivo Alto.}$$

#### **ANÁLISIS:**

A través de la matriz se puede identificar que el impacto ambiental del proyecto es 100% positivo ya que la microempresa trabajará con fin de cuidar el medioambiente a través de la reutilización de los desechos q se obtendrán en la elaboración del café artesanal, brindando un mayor nivel de confianza en su consumo ya que se mantendrá libre de tóxicos.

#### 7.1.4. Impacto Empresarial

**CUADRO N° 7.6 Matriz de Impacto Empresarial**

<b>FACTORES</b>	-3	-2	-1	0	1	2	3	<b>TOTAL</b>
Incentivar la creación de microempresas.							X	3
Convenios con productores de materia prima							X	3
Apoyo al desarrollo en mancomunidad							X	3
Financiamiento de inversión							X	3
<b>TOTAL</b>							<b>12</b>	<b>12</b>

**Elaborado por:** La Autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum}{N} = \frac{12}{4} = 3 \quad \text{Positivo Alto.}$$

#### **ANÁLISIS:**

El impacto microempresarial demuestra ser altamente positivo, ya que se manejará se brindará el apoyo necesario para que la mancomunidad de la parroquia pueda desarrollarse cualitativa y cuantitativamente obteniendo mayores oportunidades de desenvolvimiento en el ámbito microempresarial.

### 7.1.5. Impacto Salud

CUADRO N° 7.7 Matriz de Impacto Salud

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
herramientas para el cuidado del personal							X	3
Materia prima orgánica							X	3
Productos sanos							X	3
Salud humana							X	3
<b>TOTAL</b>							<b>12</b>	<b>12</b>

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum}{N} = \frac{12}{5} = 3 \quad \text{Positivo Alto.}$$

#### ANÁLISIS:

En esta matriz muestra que el impacto salud es positivamente alto, debido a que la microempresa cuidará de la mano de obra para evitar cualquier accidente así como para la elaboración del café artesanal se utilizará materia prima orgánico libre de pesticidas, que permitirán obtener un producto 100% natural, benéfico para la salud de los consumidores del café artesanal.

### 7.1.6. Impacto General

**CUADRO N° 7.8 Matriz de Impacto General**

<b>FACTORES</b>	-3	-2	-1	0	1	2	3	<b>TOTAL</b>
Impacto Social							X	3
Impacto Económico						X		2
Impacto Educativo						X		2
Impacto Ambiental							X	3
Impacto Microempresarial							X	3
Impacto Salud							X	3
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>12</b>	<b>16</b>

**Elaborado por:** La Autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum}{N} = \frac{16}{6} = 2.66666667 \approx 3 \text{ Positivo Alto.}$$

#### **ANÁLISIS:**

Con los datos obtenidos a través del análisis de impactos se puede establecer la importancia del presente proyecto; pero sobre todo el impacto positivo que tiene el mismo dentro de la sociedad ambuquireña; debido a que beneficiará significativamente porque no afectará a ningún sector, sino más bien beneficiará a la población en general, razón por la cual se hace necesaria la implantación de una microempresa dedicada a la producción comercialización de café artesanal.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

De la investigación efectuada se debe resaltar varios puntos considerados básicos y que permiten concluir que el proyecto para la creación de una Microempresa de Producción y Comercialización del café a base de frejol y haba en la comunidad El Juncal de la parroquia Ambuquí, provincia de Imbabura, en la forma propuesta, justifica el financiamiento y el respaldo necesario para la ejecución del proyecto presentado y la conveniencia de la inversión.

### **CONCLUSIONES:**

- 1.1.** En el Diagnóstico Situacional se determina que es factible implementar la microempresa en la comunidad El Juncal ya que cuenta con los principales servicios básicos, población desocupada en busca de trabajo, vías de primer orden, producción de la materia prima y sobre todo la disposición de los productores en ser abastecedores de frejol y haba ingrediente principales para la elaboración del café artesanal.
- 1.2.** El Marco Teórico del Proyecto es el fundamento científico técnico que aporta a la naturaleza del problema investigado donde se adopta considerando elementos conceptuales de los componentes del proyecto e indicadores del mismo.
- 1.3.** En el estudio de mercado se determina que el café tradicional en la ciudad de Ibarra es un producto de consumo masivo, resaltando que actualmente el 13% de los consumidores de café buscan nuevas alternativas de bebidas que beneficien su salud, y están dispuestos a cambiar el café tradicional por el café artesanal elaborado a base de frejol y haba, por lo que existe una demanda significativa que pueda aprovechar el proyecto. Así se establece ofertar la marca comercial LEGUCAFÉ, con su producto café artesanal en

instantáneo en polvo. Mismo que será presentado en dos formas; Envase de vidrio de 200 gramos y Sobres de 100 gramos.

- 1.4.** En el Estudio Técnico e Ingeniería se determina que la mejor ubicación de la microempresa es el sector de El Juncal ya que reúne las características que se requiere para este tipo de actividad económica. El producto principal que elaborará la empresa es café a base de frejol y haba instantáneo en polvo. La infraestructura física que se requiere para tener la capacidad de diseño y operativa programada es de 450 metros cuadrados de construcción distribuidas en los ambientes de Producción que dispondrá de las siguientes áreas de, recepción de materas primas, Bodega de Materiales e Insumos, Bodega de Productos terminados, laboratorio, garaje y el área donde se realizan los procesos de elaboración del café; el área administrativa que cuenta con las oficinas de gerencia, secretaria, contabilidad, departamento de producción, departamento de ventas. Baterías sanitarias y camerinos para obreros.
- 1.5.** La Evaluación Económica y Financiera permite determinar que la inversión que requiere el proyecto es de \$111.196,12 el financiamiento es de \$ 69.993,12 vía crédito y \$41.203,00 con recursos propios, la utilidad que genera el proyecto es de \$ 31.869,86 para el primer año. El valor presente neto es de \$13.792,67, la tasa interna de retorno es de 19.02%. El periodo de recuperación de la inversión es de 4 años y 6 meses, el beneficio-costo es de \$1.12 lo que se justifica la creación del proyecto desde el punto de vista financiero.
- 1.6.** De la estructura organizativa se define la conformación jurídica que tendrá la empresa al igual que el organigrama estructural y se propone una estrategia filosófica: misión, visión, objetivos corporativos, políticas, estrategias y valores, que articulen un funcionamiento óptimo de la organización en términos administrativos, operativos.

- 1.7. Del análisis de impactos se establece que la empresa generará impactos positivos con un nivel de impacto “medio”. Lo que significa que la empresa de producción y comercialización de café artesanal en su etapa de funcionamiento no generará impactos negativos significativos.

## **RECOMENDACIONES:**

- 1.1. Incentivar a los pequeños agricultores al cultivo de frejol rojo de la especie robusta arame en la zona baja de la parroquia Ambuquí así como del haba mishca en la zona alta que son los productos indicados para elaborar café artesanal, ya que generará oportunidad a varios agricultores asociados a lograr el desarrollo de capacidades locales que generen competitividad en el cantón Ibarra, la provincia de Imbabura y el País
- 2.1. Para que CAFÉ AMBUCO se posicione en el mercado meta se deberá aplicar un plan de marketing, para los diferentes grupos de consumidores de la ciudad de Ibarra, la provincia y el país.
- 2.2. CAFÉ AMBUCO deberá estar localizada en la comunidad El Juncal, parroquia Ambuquí, ya que reúne todas las características para la creación de la empresa, con la finalidad de cumplir con la ordenanza municipal y normativas técnicas que se debe aplicar en este tipo de actividad económica. Los procesos de producción deberán ser aplicados guardando una relación que integre costos menores y rendimientos superiores.
- 2.3. Para obtener flujos de caja proyectados, se deberá tener procesos administrativos que permitan realizar un control de costos, manejo de inventarios, con la finalidad de tener los flujos positivos y cubrir deudas de corto y largo plazo que tendrá la empresa.

- 2.4.** La empresa deberá fundamentarse en procesos administrativos que posibiliten altos rendimientos de los recursos institucionales en términos de competitividad, productividad y se obtengan niveles de satisfacción en sus clientes.
- 2.5.** Para que los impactos positivos del proyecto se mantengan será necesario que se maneje en forma adecuada la imagen corporativa de la empresa de producción y comercialización de café artesanal. Para minimizar los impactos negativos se deberá considerar medidas de mitigación, salud y seguridad en el trabajo.

## **BIBLIOGRAFÍA**

AGUILAR, Dario, (2007), Diseño y Construcción de una Máquina Desvainadora de frejol para los pequeños agricultores de la parroquia Ambuquí, Imbabura.

ALVAREZ, F., &Faizal, E. (2012). Riesgos laborales: cómo prevenirlos en el Ambiente de trabajo. Bogotá: Litotécnica Ltda.

BACA URBINA, (2006) Gabriel, Evaluación de Proyectos. Quinta Edición Mac Graw Hill, México.

BARGSTED, C; (2008); Evaluación de Proyectos.

BRAVO, Mercedes, (2007) CONTABILIDAD GENERAL Séptima edición, Editorial Nuevo Día.

CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR. (2007).

CORDERO, F. (01 de MARZO de 2010). Ley de Creación, Promoción y Fomento de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

CORDOBA PADILLA, Marcial.(2011), Formulación y Evaluación de Proyectos, Editorial ECOE

CORPEI, (2009),Perfil de Frejol, Centro de Información e Inteligencia Comercial, Ecuador.

CUAMACAS, Dora & TERÁN, Karen; Plan de Desarrollo Organizativo Territorial, Parroquia Ambuquí; Gobierno Provincial de Imbabura; 2012.

CULTURAL S.A. (2006). Diccionario De Contabilidad Y Finanzas. Madrid–España.

ENCICLOPEDIA NACIONAL GHELP, (2008).

ESTUPIÑÁN ÁLVAREZ, Andrés. C.P.A, Oct. 2009, Administración, Gestión y Comercialización de la Pequeña Microempresa”.

FEDERACIÓN DE COMUNIDADES NEGRAS DE IMBABURA Y CARCHI;  
FECONIC.

FERNANDEZ, E; (2010), Administración de empresas: un enfoque interdisciplinar. 1º Edición 2010; España, Copyright.

FLORES, Armando; Plan Estratégico del GAD Parroquial Ambuquí; 2009.

FRED R, David. (2008); Conceptos de Administración Estratégica; Pearson Education, México.

FRIEND, G., &Zehle, S. (2008). Como diseñar un plan de negocios. Quito: Empresa Editorial El Comercio S.A.

GITMAN, Lawrence J. (2007) Principios de Administración financiera; décima edición; Pearson Education.

HARTLEY, Steven (2007), Marketing y La Economía, Take Over. EEUU,

HINDLE, Tim. (2008). “Management”,

INIAP,(2006) Manual del Cultivo del café, Ecuador

JONS, Sareth. R 2009

KOTLER, Philip. (2008). Principios de Marketing.

LEY DE COMPAÑÍAS. CONCOPE (2008), Metodología para Potenciar Factores de Competitividad Territorial. Quito- Ecuador.

LEY DEL RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO. Ecuador.

MOLINA ALMANZA, L. (2007). Manual de Procedimientos Administrativos.

Recuperado el 02 de 05 de 2014, de Scribd:

<http://es.scribd.com/doc/6745141/TEMA-3-Manual-de-Procedimientos-Administrativos>

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA, sección granos

NEWSTROW, J.W. (2007). Comportamiento humano en el trabajo. McGraw-Hill México:

ORTIZ H Amaya, (2008). Análisis Financiero. Colombia: Editorial Tecno Textos

PADILLA, M. (2006). Contabilidad General.

PORRET G. , M. (2012). Gestión de Personas, Manual para la Gestión del Capital Humano en las Organizaciones.

PERALTA, E. “Manual Agrícola de Frejol y otras Leguminosas. Quito, 2010

RAMOS, Diego, (2006), “Estudio de la producción, poscosecha, mercadeo y consumo de fréjol arbustivo en el valle del Chota, Ecuador.

SANTALLA, Z. (2008). Guía para la Elaboración de Reportes de Investigación. Caracas.

SOTO, Rogelio. (2002) Pequeña Empresa. Primera Edición Editora Palomino, Perú.

TOPPIN, G., & CZERNIAWSKA, F. (2008).

WHELEN, T., & HUNDER, D. J. (2007).

ZAPATA Pedro, Contabilidad General (2008).

## **LINCOGRAFIA**

<http://www.mundodelcafe.com/historia.htm>

[http://www.elcomercio.ec/agromar/variedades-frejol-consumen\\_0\\_467953228.html](http://www.elcomercio.ec/agromar/variedades-frejol-consumen_0_467953228.html)

<http://aacri.com/index.html>

<http://servicios.agricultura.gob.ec/sinagap/images/flippingbook/preciosmayoristas/files/assets/basic-html/page1.html>

[www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)

<http://www.foromarketing.com>

[www.monografias.com/Administracion y Finanzas/Contabilidad](http://www.monografias.com/Administracion_y_Finanzas/Contabilidad)

[http://www.monografias.com/trabajos/oferta y demanda](http://www.monografias.com/trabajos/oferta_y_demanda)

# **ANEXOS**

ANEXO A

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

**FORMATO DE ENCUESTA REALIZADA A LAS FAMILIAS DEL**  
**CANTÓN IBARRA QUE TIENE PREFERENCIA POR EL CONSUMO DE**  
**CAFÉ**

**Objetivo:** Determinar ciertas características referentes a consumidores de café convencional e interrelacionar con el posible consumo de café artesanal de frejol y haba en el Cantón Ibarra, provincia de Imbabura, con la finalidad de obtener información confiable respecto al mercado meta de este producto.

**1. ¿Consume usted café?**

Si ( )                      No ( )

Porque.....

**2. ¿Qué tipo de café consume?**

Instantáneo en polvo                      ( )

Instantáneo granulado                      ( )

Destilado                      ( )

No Consume                      ( )

**3. ¿Qué tipo de marca de café prefiere?**

DOLCA                      ( )

COLCAFÉ                      ( )

BUEN DÍA                      ( )

NESCAFÉ                      ( )

MINERVA                      ( )

NO CONSUME                      ( )

**4. ¿En el mercado, encuentra usted productos sustitutos del café, como el café artesanal de frejol y haba?**

Si ( )                      No ( )

**5. ¿Al ser el café artesanal un producto descafeinado y que contiene óptimas propiedades nutricionales, desearía adquirirlo?**

Si ( )

No ( )

En Ocasiones ( )

Porque.....

**6. ¿Reemplazaría usted, el café tradicional por el café artesanal de frejol y haba?**

Si ( )

No ( )

En ocasiones ( )

**7. ¿Cómo le gustaría que sea la presentación del café artesanal, en cuanto al envase?**

Sobre ( )

Vaso ( )

Frasco ( )

**8. Considera Ud. que los precios del café artesanal, en relación a otras marcas de café, y presentación debe ser:**

Mayor ( )

Igual ( )

Menor ( )

**8. ¿Está satisfecho con las marcas de cafés convencionales que comercializan en el mercado?**

Si ( )

No ( )

No Consume ( )

Porque.....

**GRACIAS**

## **ANEXO B**

# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y**

**AUDITORIA**

## **ENTREVISTA REALIZADA A ASOCIACIÓN SAN MARTIN**

**Entrevistado: Pedro Julio**

**Entrevistadora: Leticia Maldonado**

**Ubicación: El Juncal**

**OBJETIVO:** Determinar la producción actual de frejol en la zona baja de Ambuquí, su precio, formas de comercialización y mercado al que abastece.

- 1. Qué tipo de frejol se siembra en la parroquia Ambuquí.**
- 2. Cada cuanto tiempo se cosecha el producto.**
- 3. Cuál es el precio actual del quintal de frejol seco.**
- 4. ¿A qué lugares se destina la producción?**
- 5. ¿En qué lugares se ubican dichos cultivos?**
- 6. ¿Cuál es la producción promedio anual de los últimos años?**
- 7. Según su opinión ¿Qué hace falta para impulsar y motivar la producción de este producto?**
- 8. Qué opina sobre la implementación de una microempresa que producirá un sucedáneo de café a base de frejol y haba**
- 9. Como productor de frejol le gustaría abastecer de materia prima a la microempresa.**

## **ANEXO C**

# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

### **CARRERA DE INGENIERÍA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y**

### **AUDITORIA**

#### **ENTREVISTA REALIZADA A ASOCIACIÓN COCHAPAMBA**

**Entrevistado: Sr. Rubén Fernández**

**Entrevistadora: Leticia Maldonado**

**Ubicación: Chaupi Guarangui**

**OBJETIVO:** Determinar la producción actual del haba en la zona alta de Ambuquí, su precio, formas de comercialización y mercado al que abastece.

- 1. Qué tipo de frejol se siembra en la parroquia Ambuquí.**
- 2. Cada cuanto tiempo se cosecha el producto.**
- 3. Cuál es el precio actual del quintal de frejol seco.**
- 4. ¿A qué lugares se destina la producción?**
- 5. ¿En qué lugares se ubican dichos cultivos?**
- 6. ¿Cuál es la producción promedio anual de los últimos años?**
- 7. Según su opinión ¿Qué hace falta para impulsar y motivar la producción de este producto?**
- 8. Qué opina sobre la implementación de una microempresa que producirá un sucedáneo de café a base de frejol y haba**
- 9. Como productor de frejol le gustaría abastecer de materia prima a la microempresa.**

## ANEXO D

### PRESENTACION DEL PRODUCTO EN FRASCO DE 200 GRAMOS



## ANEXO E

### PRESENTACION DEL PRODUCTO EN SOBRES DE 100 GRAMOS



## ANEXO F

### TARJETAS DE PRESENTACIÓN



#### **EMPRESA CAFÉ AMBUCO**

Procesadora y distribuidora de café artesanal, elaborado a base de frejol y haba.

Ofrecemos Café Instantáneo "**LEGUCAFÉ**" 100% natural.  
*Bebida exquisita y nutritiva que cuida tu salud*

Dirección: El Juncal, Panamericana Norte  
Telf.: 062 673242 - 0969254203  
mail: [cafeambuco@hotmail.com](mailto:cafeambuco@hotmail.com)



## ANEXO G

### FORMATO DE PUBLICIDAD



**LEGUCAFÉ**

Una bebida exquisita y nutritiva que cuida tu salud  
Elaborada con ingredientes naturales, leguminosas con  
propiedades nutritivas únicas. El frejol y el haba en un  
solo proceso para brindarles lo mejor en sabor y aroma.

Beneficios: actúa como antioxidante mejorando el proceso de  
absorción y drenaje de los residuos tóxicos de las mucosas  
respiratorias, gástricas, intestinales y en el mucuedema de la  
piel. Es energizante y equilibra la temperatura corporal.

Dirección: El Juncal, Panamericana Norte  
Telf.: 062 673 242 - 096 925 4203  
mail: cafeambu.co@hotmail.com

**ANEXO H**

**HOSTERÍAS EN LA PLAYA DE AMBUQUI**



**ANEXO I**

**IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA CAFÉ AMBU CO  
LOGOTIPO**



ANEXO J

Eslogan de la Microempresa

*Bebida exquisita y nutritiva que  
cuida tu salud*