



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA.

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE TÉ, HARINA Y
ARROZ A BASE DE CEBADA EN LA CIUDAD DE IBARRA
PROVINCIA DE IMBABURA”.

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

AUTORAS: Tania Ayala

Verónica Bautista

ASESOR: Lcda. Rosa Rodríguez

IBARRA, 2015

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo principal es la determinación de la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la producción de té, harina y arroz a base de cebada en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura en el cual se propone la adquisición de materia prima mediante convenios interinstitucionales con asociaciones de productores agrícolas de la zona de La Esperanza y la distribución por medio de intermediarios reconocidos deduciendo mediante un diagnóstico que actualmente existe escasa oferta, la demanda se la determinó mediante encuestas realizadas a los administradores o propietarios de los supermercados relevantes de la ciudad de Ibarra. Conocidos los resultados se elabora un estudio de mercado y se procedió a realizar el estudio técnico con la elaboración de la macro y micro localización teniendo un sitio estratégico, tanto para la venta de los productos como para la recepción de materia prima, seguidamente se procedió a elaborar el presupuesto de inversiones que se van a requerir consecuentemente se realizó el estudio financiero que está en concordancia con los anteriores estudios, donde se elaboran presupuesto de ingreso, costos y gastos y los estados financieros y se procede con la evaluación financiera donde se concluye que el proyecto es factible porque todos sus indicadores son positivos. Posteriormente, se procedió a desarrollar la organización administrativa, donde las diferentes áreas están ubicadas acorde a los niveles jerárquicos que se muestran en el organigrama, así mismo se detalla las funciones de cada individuo que conforme esta organización. Finalmente, para determinar que impactos tiene este proyecto, se hace un análisis en diferentes aspectos. Con la estructura antes mencionada y con los pasos aplicados eficientemente en la elaboración de este estudio, se justifica la necesidad de emprender el proyecto presentado y la conveniencia de la inversión.

SUMMARY

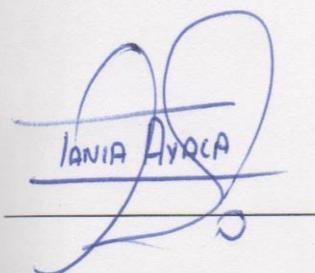
The main objective is to determine the feasibility of creating a company dedicated to the production of tea, rice flour and barley-based in the city of Ibarra, Imbabura province in which the raw material acquisition through agreements proposed inter with associations of agricultural producers in the area of La Esperanza and distribution through intermediaries recognized by deducting a diagnosis that there is currently insufficient supply, demand is determined by surveys the managers or owners of relevant supermarkets in the city Ibarra. Known results a market study is prepared and proceeded to perform the technical study with the development of macro and micro localization taking a strategic location for both product sales and reception of raw material, then proceeded to establishing the budget for investments that will require consequently the financial study is consistent with previous studies where budget revenue, costs and expenses and financial statements are prepared and proceed with the financial evaluation which concludes held that the project is feasible because all indicators are positive. Subsequently, we proceeded to develop the administrative organization, where different areas are located according to the hierarchical levels shown in the chart, also the functions of each individual organization as detailed. Finally, to determine what impact has this project, an analysis is done in different ways. With the above structure and steps efficiently applied in the preparation of this study, the need to undertake the project presented and the appropriateness of the investment is justified.

DECLARACIÓN

Nosotras, **Tania Ayala**, **Verónica Bautista**, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

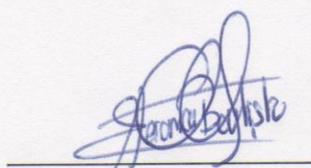
Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se

Mayo 2015



Tania Ayala

092293635-6



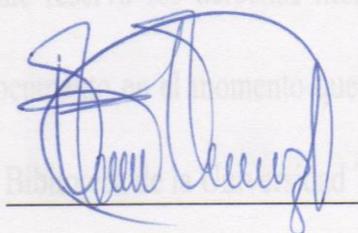
Verónica Bautista

100340634-3

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por las egresadas Tania Ayala, Verónica Bautista, para optar por el Título de **INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA**, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE TÉ, HARINA Y ARROZ A BASE DE CEBADA EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”** Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ibarra, 09 de Mayo 2015



Lic. Rosa Rodríguez

DIRECTORA

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

Nosotras, **Tania Ayala**, con cédula de ciudadanía Nro.092293635-6 y **Verónica Bautista** con cédula de ciudadanía No. 100340634-3 manifestamos de nuestra 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 EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE TÉ, HARINA Y ARROZ A BASE DE CEBADA EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA** en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

DATOS DE CONTACTO	
Cédula de Identidad	100340634-3
Nombre y Apellido	Bautista Chinchico María Verónica
(Firma):	(Firma):
Nombre: Tania Ayala	Nombre: Verónica Bautista
DATOS DE LA OBRA	
Cédula: 092293635-6	Cédulas: 100340634-3
Ibarra, 09 de Mayo 2015	

**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, determino la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad Técnica del Norte.

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

DATOS DE CONTACTO	
Cedula de Identidad	092293635-6
Apellidos y Nombres	Ayala Rodríguez Tania Guadalupe
Dirección	Salinas Y Liborio Madera
Email	Tany_ayala1410@hotmail.com
Teléfono Fijo: 062602889	Teléfono Móvil: 0981954156

DATOS DE CONTACTO	
Cedula de Identidad	100340634-3
Apellidos y Nombres	Bautista Chinchico María Verónica
Dirección	Otavalo Barrio Santiaguillo
Email	Pakarinas12@hotmail.com
Teléfono Fijo: 2922131	Teléfono Móvil: 0996772202

DATOS DE LA OBRA		
Título	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE TÉ, HARINA Y ARROZ A BASE DE CEBADA EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”	
Autoras	Ayala Rodríguez Tania Guadalupe Salinas Y Liborio Madera	
Fecha		
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO		
Programa <input type="checkbox"/>	Pregrado <input type="checkbox"/>	Posgrado <input type="checkbox"/>
Título por el que Opta	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA.	
Asesor/Director	Ing. Rosita Rodríguez	

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

Nosotras, **Tania Ayala**, con cédula de ciudadanía Nro.092293635-6 y **Verónica Bautista** con cedula de ciudadanía No. 100340634-3, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el repositorio digital institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión: En concordancia con la ley de educación superior artículo 144.

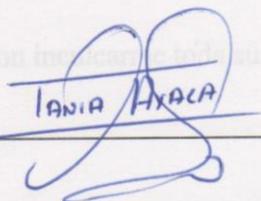
3. CONSTANCIA

de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamaciones por parte de terceros.

Ibarra, 09 de Mayo del 2015

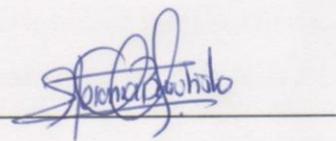
AUTORAS

Firma

Handwritten signature of Tania Ayala in blue ink, written over a horizontal line.

Ayala Rodríguez Tania Guadalupe

Firma

Handwritten signature of María Verónica Bautista Chinchico in blue ink, written over a horizontal line.

Bautista Chinchico María Verónica

María Verónica Bautista Ch.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios quien ha demostrado su infinito amor al darme y guiarme la oportunidad de llegar a formarme profesionalmente.

A mis padres por su constante sacrificio y apoyo para seguir adelante con mis metas.

A la “Universidad Técnica del Norte” por sus profesores quienes con sus enseñanzas supieron inculcarme toda su sabiduría, para afrontar con dedicación y esfuerzo la vida profesional.

A mi esposo e hijos quienes en todo momento me supieron dar ánimos y ofrecerme su apoyo incondicional.

María Verónica Bautista Ch.

DEDICATORIA

Quiero dedicarle este trabajo
A Dios que me ha dado la vida y fortaleza
para terminar este proyecto,
A mis Padres su esfuerzo y constancia y
Por estar ahí cuando más los necesité; en
especial a mi madre por su ayuda y constante cooperación y
A mi esposo por apoyarme y ayudarme en los
momentos más difíciles.

María Verónica Bautista Ch.

Dedicó este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi vida profesional.

A mi madre por ser el pilar más importante y por demostrarme su cariño sin importar nuestras diferencias de opiniones.

A mis hermanas por afrontar conmigo los retos que se nos han presentado a lo largo de nuestra vida y ser cada día mejor.

A mi abuelita por ser mi segunda madre que siempre me brindándome su apoyo y su cariño incondicional en los momentos más difíciles.

A mi esposo por ser alguien muy especial en mi vida y por desmostarme que puedo contar con él;

A mi pequeño hijo quien es el motor que me obliga a funcionar y ser cada día mejor quien me llena mi vida de alegrías.

Tania G. Ayala R.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por protegerme durante mi camino y haberme dado la fuerza y el valor para culminar esta etapa de mi vida.

A mi madre por estar siempre en los momentos importantes de mi vida por ser el ejemplo para salir adelante, ya que siempre ha sido una persona honesta, entregada en su trabajo, y una gran líder, pero más que todo una persona que siempre ha podido salir adelante y ser triunfadora

A mi abuelita que con la sabiduría de Dios me has enseñado a ser quien soy hoy, gracias por tu paciencia, por enseñarme el camino de la vida, por el amor incondicional, gracias por llevarme en tus oraciones.

A mis hermanas Diana y Cristina gracias por su apoyo y siempre demostrar que somos mejores.

A mi esposo Stalin Fuertes por acompañarme durante todo este arduo camino y compartir conmigo alegrías y fracasos y demostrarme que siempre puedo contar contigo.

A mi hijo Jeremy Fuertes Ayala quien me ha dado las fuerzas para terminar este trabajo.

A nuestra directora de tesis por su valioso tiempo y asesoramiento a la realización de la misma.

Agradezco a todas las personas que me ayudaron en la realización de este proyecto.

Tania G. Ayala Rodríguez.

OBJETIVO GENERAL

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción de té, harina y arroz a base de cebada en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional del entorno en el cual se realizara el estudio de factibilidad.
- Elaborar la fundamentación teórica-científicas respecto al tema que sustenten el proyecto por medio de la investigación bibliográfica.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta, demanda, las estrategias a emplear y el precio de los productos.
- Diseñar el estudio técnico del proyecto para la empresa de producción de productos a base de cebada.
- Hacer la evaluación económica-financiera de la propuesta para poder determinar la rentabilidad del proyecto.
- Plantear la estructura orgánica para el buen funcionamiento de la empresa.
- Determinar los principales impactos que generará el proyecto.

PRESENTACIÓN

El presente estudio pretende determinar la factibilidad de la implementación de una empresa de producción de té, arroz y harina a base de cebada mediante la obtención de materia prima de la zona de la Esperanza y para la distribución con intermediarios en la ciudad de Ibarra y está compuesto por los siguientes capítulos: Diagnóstico Situacional, Marco Teórico, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico y Financiero, Estructura Organizativa e Impactos del Proyecto.

En el Diagnóstico Situacional se determina la línea base del proyecto como son los aspectos socioeconómicos, educativos, demográficos, culturales y políticos del entorno donde se desarrollará el proyecto.

En el Marco Teórico se detalla mediante conceptos, definiciones con sus respectivos análisis todas las bases teóricas y científicas que sirven para comprender el desarrollo del proyecto.

En el tercer capítulo se realiza el Estudio de Mercado tomando como instrumentos las encuestas y entrevistas para determinar la Oferta y la Demanda, y los precios reales de producción y precio de venta al consumidor

El Estudio Técnico se refiere a la localización de la empresa, la ingeniería del proyecto y la propuesta de la inversión;

En el Estudio Económico Financiero se establecen los presupuestos de, ingresos, costos y gastos los flujos e indicadores financieros con los que se concluye la factibilidad de la pequeña empresa.

En la estructura Organizativa se determina la organización estructural y administrativa del proyecto, estableciendo su filosofía como: visión, misión, orgánico estructural y la matriz de

funciones de la nueva unidad económica y se finaliza con los Impactos que describen las diferentes huellas que dejará el proyecto en cuanto al aspecto económico, social, nutricional y ambiental. Se concluye que el proyecto es factible en todas sus etapas porque permitirá recuperar la inversión inicial, y obtener utilidades, además generará fuentes de empleo, y productos nutritivos y de excelente calidad.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
DECLARACIÓN	iv
ACEPTACIÓN DEL TUTOR	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
2. AUTORIZACION DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	viii
3. CONSTANCIA.....	ix
AGRADECIMIENTO	x
DEDICATORIA	xi
AGRADECIMIENTO	xii
OBJETIVO GENERAL.....	xiii
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	xiii
PRESENTACIÓN.....	xiv
ÍNDICE GENERAL	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiii
ÍNDICE DE TABLAS	xxv
CAPÍTULO I	30
1. Objetivos diagnósticos	30
1.1. Objetivo general.....	30
1.2. Objetivos específicos	30
1.3. Variables diagnósticas e indicadores	30
1.3.1. Variables históricas.....	30
1.3.2. Variables geográficas.....	30
1.3.3. Variables socio demográficas	31
1.3.4. Variables económicas	31
1.4. Matriz de relación	32

1.5. Análisis de las variables diagnósticas	33
1.5.1. Históricas	33
1.5.2. Geográficas	35
1.5.3. Socio-demográfica	40
1.5.4. Económicas	44
1.6. Imbabura fortalecerá el cultivo de la cebada	46
1.7. Determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos	53
1.7.1. Aliados	53
1.7.2. Oponentes	54
1.7.3. Oportunidades	54
1.7.4. Riesgos	54
1.8. Conclusión diagnóstica	54
CAPÍTULO II	56
2. MARCO TEÓRICO	56
2.1. Diagnóstico	56
2.1.1. Microempresa	56
2.1.2. Características de la microempresa	57
2.2. Fundamentación teórica	57
2.2.1. Cebada	57
2.3. Estudio de mercado	60
2.3.1. Oferta	60
2.3.2. Demanda	60
2.3.3. Mercadotecnia	61
2.3.4. Producto	61
2.3.5. Plaza	62
2.3.6. Precio	62
2.3.7. Promoción	63
2.4. Estudio técnico	63
2.4.1. Inversión	64
2.4.2. Producción	64
2.4.3. Comercialización	65
2.4.4. Aspectos básicos de la comercialización	65
2.5. Estudio financiero	66

2.5.1. Ingresos	66
2.5.2. Egresos	66
2.5.3. Costos.....	67
2.5.4. Gastos.....	67
2.5.5. Estados financieros	67
2.5.6. Evaluación financiera.....	70
2.6. Estructura organizacional.....	73
2.6.1. Misión	73
2.6.2. Visión.....	73
CAPITULO III.....	74
3. ESTUDIO DE MERCADO	74
3.1. Presentación	74
3.2. Objetivos del estudio de mercado	74
3.2.1. Objetivo general.....	74
3.2.2. Objetivos específicos	74
3.3. Variables	75
3.4. Indicadores.....	75
3.4.1. Producto	75
3.4.2. Demanda	75
3.4.3. Oferta	76
3.4.4. Precio	76
3.4.5. Materia prima.....	76
3.4.6. Estrategias de comercialización	76
3.5. Matriz de relación	77
3.6. Mecánica operativa	78
3.6.1. Tipo de información:.....	78
3.6.2. Identificación de la población	78
3.6.3. Identificación de la muestra	79
3.7. Tabulación y análisis de la información	80
3.7.1. Tabulación del censo dirigido a los socios de la” Asociación de Productores Agropecuarios y Plantas Medicinales JAMBIGIHUA”	80
3.7.2. Encuesta dirigida a los administradores de los supermercados ubicados en la ciudad de Ibarra.....	90

3.8. Identificación del producto	132
3.8.1. Harina de cebada.....	132
3.8.2. Té de cebada	133
3.8.3. Arroz de cebada	135
3.9. Mercado meta.....	137
3.9.1. Segmento de mercado	137
3.10. Análisis de la demanda	137
3.10.1. Identificación de la demanda actual.....	137
3.10.2. Proyección de la demanda	138
3.11. Análisis de la oferta	139
3.11.1. Identificación de la oferta actual.....	139
3.11.2. Proyección de la oferta.....	140
3.12. Demanda potencial a satisfacer.....	141
3.13. Demanda a captar por el proyecto	142
3.14. Análisis de precios	142
3.14.1. Precios referenciales	142
3.14.2. Determinación del precio.....	144
3.15. Estrategias comerciales.....	149
3.15.1. Estrategias de producto	149
3.15.2. Estrategias de precio	149
3.15.3. Estrategias de publicidad	150
3.15.4. Estrategias de promoción.....	150
CAPÍTULO IV.....	151
4. ESTUDIO TÉCNICO	151
4.1. Localización del proyecto	151
4.1.1. Macrolocalización.....	151
4.1.2. Microlocalización	152
4.1.3. Determinación de la ubicación óptima	153
4.2. Ingeniería del proyecto	158
4.2.1. Capacidad del proyecto.....	158
4.2.2. Proceso productivo.....	159
4.3. Determinación del presupuesto técnico	163
4.3.1. Inversión fija.....	163

4.4. Capital de trabajo	169
4.4.1. Inversión variable.....	169
4.4.2. Inversión total	170
4.5. Financiamiento.....	170
4.6. Determinación de mano de obra	171
CAPÍTULO V	172
5. ESTUDIO FINANCIERO	172
5.1. Presupuesto de ingresos y egresos	172
5.1.1. Presupuesto de ingresos por ventas.....	172
5.1.2. Presupuesto de egresos	174
5.2. Estados financieros proyectados	194
5.2.1. Estado de situación inicial	194
5.2.2. Estado de resultados.....	195
5.2.3. Estado de flujo de caja proyectado	196
5.3. Evaluación financiera.....	197
5.3.1. Costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio.....	197
5.3.2. Valor actual neto (VAN).....	198
5.3.3. Tasa interna de retorno (TIR)	199
5.3.4. Periodo de recuperación de la inversión	202
5.3.5. Costo beneficio	203
5.3.6. Punto de equilibrio.....	204
5.4. Resumen de la evaluación.....	207
CAPÍTULO VI.....	208
6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	208
6.1. Planificación estratégica11	208
6.2. El Nombre de la empresa.....	208
6.3. Slogan	208
6.4. Logotipo.....	208
6.5. Misión	209
6.6. Visión.....	209
6.7. Objetivos.....	209
6.8. Políticas.....	209
6.9. Principios	210

6.10. Valores	210
6.11. Estructura organizacional.....	211
6.11.1. Organización estructural	211
6.11.2. Organigrama estructural.....	213
6.11.3. Organización estructural por niveles	214
6.12. Matriz de competencias	215
6.13. Constitución legal de la empresa	217
6.13.1. Figura jurídica.....	217
6.13.2. Apertura de cuenta	217
6.13.3. Escritura pública	217
6.13.4. Aprobación.....	217
6.13.5. Inscripción.....	217
6.14. Requisitos legales de funcionamiento.....	218
6.14.1. Registro único de contribuyentes	218
6.14.2. Patente municipal.....	218
6.14.3. Registro de funcionamiento	219
6.14.4. Número patronal	219
6.14.5. Registro único de proveedores	220
6.14.6. Permiso sanitario.....	220
6.15. Obligaciones legales de la microempresa	221
6.16. Estrategias empresariales	223
CAPÍTULO VII	225
7. IMPACTOS	225
7.1. Impacto social	226
7.2. Impacto económico	227
7.3. Impacto nutricional	228
7.4. Impacto ambiental.....	229
7.5 Impacto general.....	230
CONCLUSIONES	231
RECOMENDACIONES	232
BIBLIOGRAFÍA	233
LINKOGRAFÍA	235
ANEXOS	236

ANEXO 1 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS SOCIOS DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y PLANTAS MEDICINALES JAMBIGHUA ...	237
ANEXO 2 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ADMINISTRADORES DE LOS SUPERMERCADOS UBICADOS EN LA CIUDAD DE IBARRA.....	240

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Comparación intercensal densidad demográfica Imbabura	35
2. Parroquias urbanas del Cantón Ibarra	37
3. En que trabajan los imbabureños	53
4. Cargo del socio en la asociación	80
5. Tiempo de constitución de la organización	81
6. Principales productos	82
7. Producción de cebada	83
8. Cantidad promedio de cosecha	84
9. Meses de cosecha de cebada	85
10. Forma de comercialización de la cebada	86
11. Precio promedio del quintal de cebada	87
12. Disponibilidad para vender la cebada a la nueva empresa	88
13. Disponibilidad para firmar convenio	89
14. Productos que se ofertan en los supermercados.....	90
15. Harina de cebada.....	91
16. Arroz de cebada	93
17. Precio harina de cebada 500 Gr.	94
18. Precio arroz de cebada 500 Gramos.....	97
19. Precio arroz de cebada 1000 Gr.	98
20. Demanda promedio mensual de harina de cebada en presentación de 500 Gr.	99
21. Demanda promedio mensual arroz de cebada en presentación 500 Gr.	102
22. Demanda promedio mensual arroz de cebada presentación quintal	104
23. Ventas promedio mensual harina de cebada presentación 500 Gr.	105
24. Ventas promedio mensual arroz de cebada presentación 500 Gr.	107
25. Ventas promedio mensual arroz de cebada quintal.....	108
26. Disponibilidad para adquirir productos a una nueva empresa	109
27. Demanda a la nueva empresa de harina de cebada, presentación 500 Gr.....	110
28. Demanda a la nueva empresa de harina de cebada presentación 1000 Gr.....	111
29. Demanda a la nueva empresa de harina de cebada presentación quintal.....	112
30. Demanda a la nueva empresa de té de cebada, presentación 10 sobres.....	113
31. Demanda a la nueva empresa de té de cebada, presentación 20 sobres.....	114

32. Demanda a la nueva empresa de té de cebada, presentación 25 sobres.....	115
33. Demanda a la nueva empresa de arroz de cebada, presentación 500 Gr.	116
34. Demanda a la nueva empresa de arroz de Cebada, presentación 1000 Gr.	117
35. Demanda a la nueva empresa de arroz de cebada, presentación quintal	118
36. Precio dispuesto a pagar, harina de cebada 500 Gr.	119
37. Precio dispuestos a pagar, harina de cebada 1000 Gr.	120
38. Precio dispuestos a pagar, té de cebada 10 sobres	121
39. Precio dispuestos a pagar, té de cebada 20 sobres	122
40. Precio dispuestos a pagar, té de cebada 25 sobres	123
41. Precio dispuestos a pagar, arroz de cebada 500 Gr.....	124
42. Precio dispuestos a pagar, arroz de cebada 1000 Gr.....	125
43. Preferencia en presentación del harina de cebada.....	126
44. Preferencia en presentación del té de cebada.....	127
45. Preferencia en presentación del arroz de cebada	128
46. Características que deben prevalecer en la harina de cebada	129
47. Características que deben prevalecer en el té de cebada.....	130
48. Características que deben prevalecer en el arroz de cebada	131
49. Harina de cebada.....	132
50. Té de cebada	133
51. Arroz de cebada	135
52. Provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra	152
53. Parroquias de Imbabura	153
54. Distribución de la planta	158
55. Compra de materia prima.....	160
56. Producción de harina de cebada.....	161
57. Venta de productos	162
58. Logotipo.....	208
59. Organigrama estructural.....	213

ÍNDICE DE TABLAS

Matriz de relación diagnóstica	32
Población del cantón Ibarra por grupos de edad	40
Cobertura de servicios básicos en el cantón Ibarra	43
Pea por sector productivo.....	44
Composición del grano de cebada.	51
Matriz de relación	77
Socios por género.....	79
Cargo del socio en la asociación.....	80
Tiempo de constitución de la organización	81
Principales productos	82
Producción de cebada	83
Cantidad promedio de cosecha	84
Meses de cosecha de cebada	85
Forma de comercialización de la cebada	86
Precio promedio del quintal de cebada	87
Disponibilidad para vender la cebada a la nueva empresa	88
Disponibilidad para firmar convenio	89
Productos que se ofertan en los supermercados.....	90
Harina de cebada.....	91
Té de cebada	92
Arroz de cebada	93
Precio harina de cebada 500 Gr.	94
Harina de cebada 1000 gramos	95
Té de cebada caja de 10 sobres	96
Té de cebada caja de 20 sobres	96
Té de cebada caja de 25 sobres	96
Precio arroz de cebada 500 Gramos.....	97
Precio arroz de cebada 1000 Gr.	98
Demanda promedio mensual de harina de cebada en presentación de 500 Gr.....	99
Harina de cebada 1000 Gr.....	100
Té de cebada caja de 10 sobres	101

Té de Cebada caja de 20 sobres	101
Té de Cebada caja de 25 sobres	101
Demanda promedio mensual arroz de cebada en presentación 500 Gr.	102
Arroz de cebada 1000 gr.	103
Demanda promedio mensual arroz de cebada presentación quintal	104
Ventas promedio mensual harina de cebada presentación 500 Gr.	105
Harina de cebada 1000 gr.	106
Ventas promedio mensual arroz de cebada presentación 500 Gr.	107
Ventas promedio mensual arroz de cebada quintal.....	108
Disponibilidad para adquirir productos a una nueva empresa	109
Demanda a la nueva empresa de harina de cebada, presentación 500 Gr.....	110
Demanda a la nueva empresa de harina de cebada presentación 1000 Gr.....	111
Demanda a la nueva empresa de harina de cebada presentación quintal.....	112
Demanda a la nueva empresa de té de cebada, presentación 10 sobres.....	113
Demanda a la nueva empresa de té de cebada, presentación 20 sobres.....	114
Demanda a la nueva empresa de té de cebada, presentación 25 sobres.....	115
Demanda a la nueva empresa de arroz de cebada, presentación 500 Gr.	116
Demanda a la nueva empresa de arroz de Cebada, presentación 1000 Gr.	117
Demanda a la nueva empresa de arroz de cebada, presentación quintal	118
Precio dispuesto a pagar, harina de cebada 500 Gr.	119
Precio dispuestos a pagar, harina de cebada 1000 Gr.	120
Precio dispuestos a pagar, té de cebada 10 sobres	121
Precio dispuestos a pagar, té de cebada 20 sobres	122
Precio dispuestos a pagar, té de cebada 25 sobres	123
Precio dispuestos a pagar, arroz de cebada 500 Gr.....	124
Precio dispuestos a pagar, arroz de cebada 1000 Gr.....	125
Preferencia en presentación del harina de cebada.....	126
Preferencia en presentación del té de cebada.....	127
Preferencia en presentación del arroz de cebada	128
Características que deben prevalecer en la harina de cebada	129
Características que deben prevalecer en el té de cebada.....	130
Características que deben prevalecer en el arroz de cebada	131
Identificación de la demanda actual.....	137

Proyección de la demanda	138
Identificación de la oferta actual.....	139
Proyección de la oferta.....	140
Demanda potencial a satisfacer.....	141
Demanda a captar por el proyecto	142
Determinación del precio.....	144
Costos diferentes a la materia prima.....	146
Gastos.....	146
Porcentajes de producción en relación a la materia prima total.....	146
Establecimiento y proyección de precios unitarios.....	147
Matriz de fuerzas locacionales.....	154
Distribución de la planta	158
Capacidad de la planta	159
Área administrativa edificio.....	163
Área administrativa terreno.....	163
Área administrativa muebles de oficina.....	164
Área administrativa equipos de oficina.....	164
Área administrativa equipos de computación y software	164
Área de ventas muebles de oficina.....	165
Área de ventas equipos de oficina	165
Área de ventas equipos de computación y software	165
Área de producción muebles de oficina.....	166
Área de producción equipos de oficina.....	166
Área de producción equipos de computación y software	166
Área de producción maquinaria y equipo	167
Área de producción equipos de seguridad	167
Área de producción resumen de inversiones fijas.....	168
Proyección costos producción.....	169
Resumen de capital de trabajo	170
Cuadro de inversiones.....	170
Detalle del capital	171
Determinación de mano de obra	171
Presupuesto de ingresos por ventas.....	173

Materia prima (cebadas)	175
Mano de obra directa	177
Sueldos operativos	178
Servicios básicos operativos	179
Materiales e insumos.....	180
Materiales de protección	181
Resumen de costos indirectos de operativos.....	181
Sueldo mensual	182
Servicios básicos.....	183
Materiales de oficina.....	184
Materiales de aseo.....	185
ZZZZZZZ	¡Error! Marcador no definido.
Proyección gastos administrativos	186
Gastos personal ventas	187
Gastos de publicidad.....	187
Proyección gastos ventas	188
Porcentajes de depreciaciones.....	188
Resumen gasto depreciación.....	189
Gastos financieros	191
Estado de situación inicial	194
Estado de resultados.....	195
Flujo de caja.....	196
Cálculo del costo oportunidad y tasa de rendimiento medio	198
Flujos netos actualizados	199
ZZZZZZZ	¡Error! Marcador no definido.
Flujos netos actualizados	200
Flujos netos actualizados	202
ZZZZZZ	202
Costo beneficio	203
ZZZZZZZZ	204
Proyección para el punto de equilibrio	206
Resumen de la evaluación.....	207
Obligaciones legales de la microempresa	221

Obligaciones tributarias	221
Obligaciones patronales	222
Otras contribuciones y obligaciones	223
Valoración de impactos.....	225
Valoración del impacto social.....	226
Impacto económico.....	227
Valoración del impacto nutricional.....	228
Valoración del impacto ambiental	229
Valoración del impacto general	230

CAPÍTULO I

1. Objetivos diagnósticos

1.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional externo de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, con la finalidad de identificar las características socio económicas del entorno en el cual se desarrollará el proyecto.

1.2. Objetivos específicos

- Conocer las referencias Históricas del Cantón Ibarra y su evolución
- Identificar el espacio Geográfico en el cual se ejecutará el proyecto.
- Conocer y analizar los datos socio-demográficos del Cantón Ibarra.
- Determinar las actividades económicas principales de la población del Cantón Ibarra.

1.3. Variables diagnósticas e indicadores

1.3.1. Variables históricas

- Fundación
- Costumbres y Tradiciones
- Evolución

1.3.2. Variables geográficas

- Ubicación
- Extensión

- Limites
- División política
- Clima
- Turismo

1.3.3. Variables socio demográficas

- Densidad poblacional
- Población por Edad
- Salubridad Ambiental
- Salud poblacional
- Etnografía
- Servicios básicos
- Distribución de productos de primera necesidad

1.3.4. Variables económicas

- Población Económicamente Activa
- Sectores productivos

1.4. Matriz de relación

Tabla No 1

Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA
Conocer las referencias Históricas del Cantón Ibarra y su evolución	HISTÓRICAS	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fundación ➤ Costumbres y Tradiciones ➤ Evolución 	secundaria secundaria secundaria secundaria	bibliografía bibliografía bibliografía bibliografía
Identificar el espacio Geográfico en el cual se ejecutará el proyecto	GEOGRÁFICAS	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ubicación ➤ Extensión ➤ Límites ➤ División política ➤ Clima ➤ Turismo 	secundaria secundaria secundaria secundaria secundaria secundaria	bibliografía bibliografía bibliografía bibliografía bibliografía bibliografía
Conocer y analizar los datos socio- demográficos del Cantón Ibarra.	SOCIO- DEMOGRÁFICAS	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Densidad poblacional ➤ Población por Edad ➤ Salubridad ambiental ➤ Salud poblacional ➤ Etnografía ➤ Servicios básicos ➤ Distribución de productos de primera necesidad 	secundaria secundaria secundaria secundaria secundaria secundaria secundaria	bibliografía bibliografía bibliografía bibliografía bibliografía bibliografía bibliografía
Determinar las actividades económicas principales de la población del Cantón Ibarra.	ECONÓMICAS	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Población Económicamente Activa ➤ Sectores productivos 	secundaria secundaria	bibliografía bibliografía

Elaborado por: Las Autoras

1.5. Análisis de las variables diagnósticas

Para la realización del estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción de té, harina y arroz a base de cebada en la ciudad de Ibarra es necesario realizar el análisis del entorno en el cual se va a ejecutar el proyecto, ya que únicamente mediante este análisis se puede formar la línea base del plan.

1.5.1. Históricas

1. Fundación

La ciudad se construyó entre Quito y Pasto, y cerca al mar. En la época de la colonia los viajes comerciales entre estas dos ciudades proveían a Ibarra de un movimiento comercial por lo que se la consideraba como un pueblo en progreso continuo. El intercambio productivo hizo que la ciudad creciera rápidamente y sus características para la agricultura propiciaron el desarrollo de la zona. El asentamiento y la villa de San Miguel de Ibarra fueron construidos en el valle de los Caranquis, en los terrenos de Juana Atabalipa, nieta del Inca Atahualpa. Aún se pueden encontrar restos de construcciones Incas. Los datos históricos y antropológicos afirman que en la conquista española se construyó una ciudad colonial sobre la villa Inca, se usaron las mismas piedras talladas para construir casas coloniales. También existe la teoría de que Atahualpa nació en Caranqui.

Durante el periodo de supervivencia del Estado de Quito, Ibarra fue una de las ocho ciudades que enviaron representante al Supremo Congreso que se instaló el 11 de octubre de 1811 en el Palacio Real de Quito; obteniendo la diputación el Dr. Calixto Miranda Suárez de Figueroa. De igual manera, durante este período la ciudad y sus alrededores fueron elevados a la categoría de Provincia. De igual forma, el 16 de noviembre, dio a la villa de San Miguel

de Ibarra el título de ciudad. Seguidamente El 17 de julio de 1823 tuvo lugar la encarnizada Batalla de Ibarra, dirigida por Simón Bolívar, que liberó la región del dominio español. El coronel Agustín Agualongo, Comandante realista de Pasto, aprovechando un posible descanso de Bolívar en El Garzal, provincia de Los Ríos, se sublevó el 12 de julio de 1823. Bolívar, escuchando que Agualongo había vencido al coronel Juan José Flores, se pone en marcha para acabar con la insurrección de Pasto.

Simón Bolívar, después de 7 días de marchas forzadas vence a Agualongo. Bolívar reunió a sus tropas en Otavalo, y el 17 de julio de 1823 derrota a Agualongo en las calles de Ibarra y cerca de la hacienda La Victoria, que se ubica al otro lado del Río Tahuando, lugar donde está la famosa Piedra Chapetona, que recuerda el hecho. La leyenda, sin sustento práctico, dice que sobre esta piedra se encaramó Bolívar para dirigir a sus tropas a la victoria. La batalla guarda especial importancia por ser la única dirigida personalmente por El Libertador en territorio ecuatoriano.

Posteriormente el 11 de noviembre de 1829, el libertador, Simón Bolívar, nombró a la ciudad capital de la provincia.

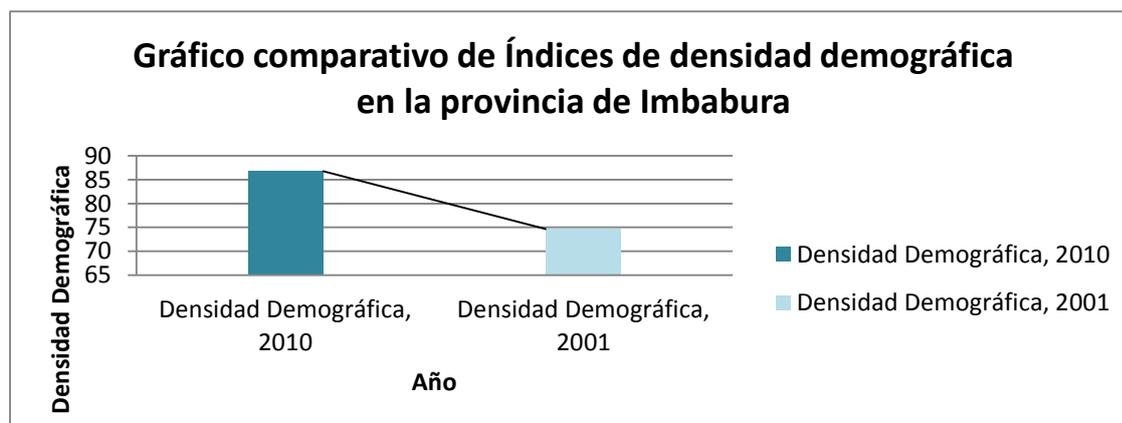
2. Evolución

Imbabura siempre ha estado entre las 10 principales provincias con mayor densidad demográfica del Ecuador, así lo demuestran datos del INEC. Por lo cual partimos desde los datos del 2001, donde Imbabura presentaba una densidad demográfica de 74,6 siendo la séptima provincia con mayor densidad demográfica en el país. En comparación con los resultados del Censo de Población y Vivienda, INEC 2010 Imbabura presenta una densidad demográfica de 86,8 pero ahora es la octava provincia con mayor densidad demográfica del país.

A través de estos datos se puede comprobar el crecimiento demográfico que ha sufrido la población imbabureña y por ende la del cantón Ibarra. Solo en Imbabura la densidad demográfica creció 12,2 puntos por lo que se presume que la población ibarreña ha crecido una cantidad similar.

Gráfico N° 1

Comparación intercensal densidad demográfica Imbabura



Fuente: <https://www.google.com.ec/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=evolucion+de+la+ciudad+de+Ibarra>
Elaborado por: las Autoras

1.5.2. Geográficas

1. Ubicación

Ibarra está ubicada en la zona norte de Ecuador a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán, formando parte del corredor Tulcán-Riobamba, con más de 4.5 millones de habitantes. Su clima es templado con unas temperaturas que oscilan entre los 12° y los 32° Celsius. Los componentes de relieve que destacan en torno a la ciudad son el Volcán Imbabura, la Laguna de Yahuarcocha, el Macizo Floral, la Campiña Ibarreña y la Llanura de Caranqui. Desde los valles y dehesas soplan los vientos cálidos y secos, mientras desde los andes y las partes altas soplan vientos frescos y fríos, lo que le dan a Ibarra un clima templado y agradablemente campañesco.

- Altitud: 2.192 metros.
- Latitud: 00° 21' N
- Longitud: 078° 07' O

2. Extensión

La superficie total del Cantón Ibarra es de 1093 km².

3. Limites

Los límites de Ibarra son al Norte: con Carchi, Noroeste con Esmeraldas, Oeste: Urcuqui, Antonio Ante y Otavalo, Este con Pimampiro, y el sur con Pichincha.

4. Organización política

La ciudad y el cantón Ibarra, al igual que las demás localidades ecuatorianas, se rige por una municipalidad según lo estipulado en la Constitución Política Nacional. La Municipalidad de Ibarra es una entidad de gobierno seccional que administra el cantón de forma autónoma al gobierno central. La municipalidad está organizada por la separación de poderes de carácter ejecutivo representado por el alcalde, y otro de carácter legislativo conformado por los miembros del concejo cantonal. El Alcalde es la máxima autoridad administrativa y política del Cantón Ibarra. Es la cabeza del cabildo y representante del Municipio.

El cantón se divide en parroquias que pueden ser urbanas o rurales y son representadas por las Juntas Parroquiales ante el Municipio de Ibarra.

➤ Parroquias urbanas

Para su manejo más equilibrado se halla dividida en más de 400 barrios que agrupan 5 parroquias urbanas, actualmente Ibarra está conformada por 5 parroquias aunque en poco

tiempo se unirá a la ciudad, San Antonio, una de las parroquias urbano-aledañas a la ciudad, así serían 6 las parroquias urbanas que la conforman.

Los barrios son agrupaciones que conforman las parroquias urbanas de la ciudad, estas al contrario de la parroquia no tienen autonomía, tan sólo un rango legislativo y poder de administración de recursos.

Las parroquias urbanas y los barrios en los que se halla dividida Ibarra son los detallados a continuación:

Gráfico N° 2

Parroquias urbanas del Cantón Ibarra

Parroquias Urbanas		
	1. Alpachaca	Barrios: Azaya, Las Palmas, Hospital-El Seguro, Martínez de Orbe, Alpachaca (barrio-cabecera), Miravalle, La Soria.
	2. San Francisco	Barrios: El Ejido, Condominios-Los Galeanos, La Florida, Las Colinas, El Milagro, Pugacho, Villa Europea-Imbaya, Los Pinos, Jardín de Paz, El Empedrado, Aeropuerto, Parque del Águila, Esquina del Coco, Centro Histórico (Lado este Rocafuerte), Redondel Cabezas Borja-Antigua Hacienda, Pilanquí, 19 de Enero, La Merced, Redondel de La Madre, Hospital-San Vicente de Paúl, Urbanizaciones de Mariano Acosta, Barrio Gomezjurado.
	3. El Sagrario	Barrios: Terminal del Reloj, Cuestas de San Francisco, Teodoro Gómez, Cruz Verde, Ajaví, Parque de La Familia, Yacucalle, Bola Amarilla, La Victoria, Ciudadela Sur, Ciudadela Norte, La Curia-Antiguo Cuartel, Rocafuerte, La Católica, Loma de Guayabillas, Centro Histórico (Lado oeste Rocafuerte), La Bolívar, El Obelisco-Moncayo.

	4. Priorato y La Laguna	Barrios: Ciudadela Universitaria, La Aduana, Yaguarcocha-Ingreso, Pueblo Viejo, Yaguarcocha-El Arcángel, Catacumbas, Priorato-La Esperanza (barrio-cabecera), Huertos Familiares, Miraflores y Barrio España.
	5. Los Ceibos y Ruinas de Caranqui	Barrios: Los Ceibos (barrio-cabecera), El Cedro, Caranqui (cabecera-barrio histórico), Ruinas de Caranqui (protegido por el Municipio de Ibarra), La Esperanza, La Campiña, La Primavera, Cementerio-Necrópolis San Miguel, Cuatro Esquinas, La Portada de La Esperanza, Riveras del Tahuando, La Candelaria, Los Roques-Cementerio San Francisco, Los Reyes.

Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_Ibarra

Elaborado por: Las Autoras

➤ Parroquias rurales

- Ambuquí
- Angochahua
- Carolina
- La Esperanza
- Lita
- Salinas
- San Antonio

5. Clima

Una peculiaridad del Cantón Ibarra es la variedad de microclimas que van desde el frío andino en la zona de Angochagua, hasta el tropical seco del valle del Chota, pasando por el cálido húmedo de la zona de Lita y la Carolina.

Los anuarios meteorológicos históricos (41 años) determinan una temperatura media de 15.90° C, con una variación mínima menor a 0.3°C. Los registros promedian una temperatura

máxima media entre los 20 y 25° C y una mínima media entre los 7 y 11° C. Los vientos promedios son del orden de 7m/s como máximo y de 3.5 m/s, como mínimos. El análisis hidrometeorológico determina que las precipitaciones están entre los 1000 mm y 1400mm.

Por la variación de la precipitación a diferentes alturas se presentan épocas de sequía entre los meses de junio y septiembre, con dos épocas de sequía adicionales en los meses de abril y noviembre.

Ibarra es la ciudad con el aire más puro en Ecuador y segunda de Latinoamérica. Según un estudio de la Organización Mundial de la Salud, la ciudad de Ibarra es la segunda en Latinoamérica en la que sus habitantes respiran el aire más puro. La primera ciudad es Salvador de Bahía de Brasil.

6. Turismo

La ciudad de Ibarra llama la atención del turismo dada su historia colonial, su pasado español, y sus riquezas paisajísticas, la cercanía a otros núcleos turísticos como: Otavalo, Cotacachi, Quito, los grandes Valles, Cayambe y Atuntaqui, Su agradable clima mediterráneo, muy templado, soleado en verano y campañesco en invierno son los sellos atrayentes de la urbe andina. Ibarra cuenta con una historia que viene desde la época de los incas, e incluso antes, desde los quitus y caranquis, pasando por la extensa y monumental edad española, su colonia y la época de inmigración, la historia republicana y los vestigios de las luchas independentistas que cubrieron la Ibarra del siglo XIX.

Ibarra tiene una variada oferta hotelera. La ciudad cuenta con centros hoteleros de 4 estrellas, las zonas un tanto más alejadas de Ibarra disponen de hosterías, haciendas, ranchos y establecimientos de turismo comunitario, y, por último, las zonas de montaña y de campos aprovechan el turismo comunitario, permitiendo la creación de proyectos turísticos distribuidos

en cada una de sus parroquias. Varios de ellos ofrecen hospedaje, caminatas, visitas a cascadas y lagunas, gastronomía local, artesanías y música.

El turismo es un sector económico importante para el sustento de la ciudad de Ibarra junto con otros sectores como el terciario, agrícola y ganadero, industrial, financiero y el de la construcción.

1.5.3. Socio-demográfica

1. Densidad poblacional

El cantón Ibarra, cuya capital es San Miguel de Ibarra, está constituida por cinco parroquias urbanas y siete rurales, con una superficie total de 1126 km², y una población de 181175 y una densidad poblacional de 577.31 hab/Km² en el cantón, 118.1 hab/Km².

2. Población por edad

El Cantón Ibarra cuenta con 181175 habitantes según los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos al año 2010 y realizada la proyección correspondiente, esta población la podemos dividir por grupos de edad como se muestra a continuación:

Tabla No 2

Población del cantón Ibarra por grupos de edad

Grandes grupos de edad	Hombre	Mujer	Total
De 0 a 14 años	27328	26419	53747
De 15 a 64 años	54007	59298	113305
De 65 años y más	6451	7672	14123
Total	87786	93389	181175

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Poblaci%C3%B3n_del_Cant%C3%B3n_Ibarra_por_edad

3. Salubridad ambiental

➤ Peste de roedores

Dado que Ibarra, al igual que todas las ciudades coloniales, cuenta con antiguos y enormes sistemas de drenaje y alcantarillado, no es raro que los roedores abunden, pero en 2008 se produjo una peste debido a su superpoblación creando un foco de infección altamente peligroso, por lo que inmediatamente se tomaron medidas como la de soltar venenos altamente tóxicos y efectivos en las alcantarillas, aunque eso contribuiría al incremento de la acidez del río Tahuando, para evitarlo Ibarra cerró el último tramo del drenaje hacia este río, gracias a esta medida miles de roedores murieron y su población actualmente es muy reducida.

➤ Acidez del río Tahuando

Debido que este río es la arteria urbana y en sus últimos tramos por la ciudad sirve como depositante de las aguas servidas de la ciudad, este río se contaminó fácilmente y actualmente tiene un pH muy bajo (de 5,4 a 6,3) lo que vuelve al río ácido y sin vida, la ciudad ha montado operativos para controlar esta problemática pero poco o nada se ha podido resolver en estos últimos años.

➤ Smog acelerado y polución del aire

La cercanía de Ibarra a las industrias cañaverales y químicas, el parque vehicular extremadamente alto para una ciudad de tamaño medio, y los incendios forestales, hicieron que durante los veranos del 2007, 2008 y 2009 la polución por el humo fuera tal, que no se pudiera divisar el horizonte a 4 kilómetros, por una opacidad considerable de este.

4. Salud poblacional

La salud en Ibarra se halla garantizada por dos hospitales: San Vicente de Paúl y Hospital del Seguro , así como de más de 15 clínicas privadas y cerca de 300 consultorios privados, las principales clínicas privadas son: Clínica Ibarra, Clínica Moderna, Hospital Metropolitano, Clínica Mariano Acosta, Clínica del Norte, Clínica Médica Fértil, Dialibarra, etc. La principal causa de muerte en Ibarra son los problemas cardio-cerebrales y los respiratorios, mientras la población goza de una alta calidad de vida y una esperanza de vida que se aproxima a los 79,7 años para los hombres y 83,4 años para las mujeres. Un dato interesante es que Ibarra tiene una población que según datos respondió visitar al médico cada 3 meses como prevención, siendo la ciudad con mejor avance de la salud preventiva del país.

La obesidad es un problema que fue algo notorio en Ibarra durante el 2005 pero no trascendió a mayores ya que para 2010 el número de casos bajó y no se ha vuelto a tener pacientes que sufran este mal. El estrés sin embargo ha causado grandes estragos en su población, ya que los problemas nerviosos y psicológicos han sido crecientes desde el 2007.

Aproximadamente un 45% de los ibarreños mayores de 30 años fumaban para 2010, convirtiendo a Ibarra en la segunda ciudad con más población fumadora del Ecuador tras Quito, y le siguen Guaranda, Cuenca, Otavalo y Loja.

5. Etnografía

En Ibarra como sucede en la mayoría de las ciudades imbabureñas, los mestizos son el grupo étnico mayoritario, es decir en cifras enteras los grupos étnicos de Ibarra son: 40.922 mestizos, 40.648 blancos, 3.954 negros, 10.804 castizos, 2.228 asiáticos, 1.635 árabes, y 2.655 de otras etnias como mulatos, indígenas y cholos.

6. Servicios básicos

Los servicios básicos en el Cantón Ibarra tienen un alto nivel de cobertura como se muestra a continuación:

Tabla No 3

Cobertura de servicios básicos en el cantón Ibarra

Servicios Básicos

COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS DEL CANTÓN IBARRA

Nombre del Servicio	Cobertura total
Agua Potable	91%
Alcantarillado	75%
Desechos Sólidos	81%
Teléfonos	56%
Energía Eléctrica	96%

Fuente: Municipalidad de Ibarra, Línea Base RRNN, 2005

Fuente: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8569/1/35870_1.pdf

Elaborado Por: las Autoras

7. Distribución de productos de primera necesidad

Los productos de primera necesidad son distribuidos principalmente en la ciudad de Ibarra por los supermercados entre los cuales se encuentran:

- Santa María
- Aki
- Gran Aki
- Mi Tio

- Comercial Pasquel
- Comercial Ibarra
- Tia
- El Ofertón
- Santa Lucila
- Supermaxi

Entre otros, supermercados en los cuales se podría distribuir los productos a base de cebada ya que éstos forman parte de la alimentación cotidiana de la población Ibarreña.

1.5.4. Económicas

1. Población económicamente activa

La estructura económica esencial de la población del cantón Ibarra, la marca la Población Económicamente Activa que para el 2010 su Tasa de crecimiento de la PEA en el último periodo intercensal es del 2,99% lo que representa a 20.587 personas.

Las actividades principales son;

Tabla No 4

Pea por sector productivo

ACTIVIDAD	PEA	%
SECTOR AGROPECUARIO	9367	11,61
SECTOR INDUSTRIAS	15630	19,38
SECTOR SERVICIOS	46855	58,02
OTROS	8817	10,93
TOTAL PEA	80669	99,9

Fuente: ET-PDOT-CI 2010.

Elaborado por: Las Autoras

El Sector Servicios con el 58,02% representa a 46.855 habitantes, que evidencia la tendencia de crecimiento de esta actividad de la última década y su crecimiento es de 15.231 personas que han pasado a conformar el grupo de este sector. Dentro de este sector “el comercio al por mayor y menor” es la actividad económica más preponderante en el cantón.

Según el Plan de Ordenamiento Territorial, Ibarra 2012 “El porcentaje de personas desempleadas en relación de la PEA total a la fecha del censo, para el año 2001 es el 2,54% y las parroquias con los más altos porcentajes son las rurales:

- Esperanza (3,28%)
- Angochagua (2,43%)
- San Antonio (2,23%),

No así las parroquias de Lita, Carolina y Salinas se considera que su localización, las condiciones de su entorno y su cultura son factores que determinan esta tasa. Así tenemos que la migración y la falta de terrenos productivos u otras condiciones hacen elevar los porcentajes de desempleo y en el otro caso las condiciones de sus terrenos y su cultura hace que continúen trabajando en sus localidades y no engrosen las altas tasas de desempleo siendo parte de los asentamientos urbano-marginales de las grandes ciudades”

Para el año 2010 de acuerdo a la información proporcionada por el INEC, mediante el último censo efectuado la tasa de desempleo a nivel provincial es de 5,1.

2. Sectores productivos

El Sector Primario de Ibarra está integrado básicamente por la agricultura, dedicada al cultivo de caña de azúcar, el maíz suave; y la producción dedicada a la cría de aves y ganado vacuno como las más importantes. El sector piscícola está poco desarrollado. Ibarra representa

el 35,6% que son 21.209 ha. de la superficie total de la provincia utilizada en la producción de los principales cultivos agrícolas, siendo su principal cultivo la caña de azúcar (6.159Ha) con una producción de (393.351 Ton) y un volumen de ventas de (179.402 ton) que principalmente abastece al Ingenio Azucarero IANCEM.

Así: la población de Ibarra como parte principal de la provincia de Imbabura del sector primario se destaca por:

➤ **AGRICULTURA**

Imbabura es una de las principales provincias en la producción de fréjol seco (se cultivan aproximadamente unas 7.000 has) y la primera en la producción de maíz suave seco con una superficie cultivada de cerca de 35.000 has. Está en primer lugar también su producción de maíz suave, choclo y es la tercera en la sierra en la producción de caña de azúcar con más de 100 mil toneladas métricas. Otros cultivos importantes de la provincia son trigo, cebada y maíz duro seco.

En frutales, son importantes los cultivos de aguacate y tomate riñón en valles como el Chota, Ibarra, Pimampiro y Ambuquí. Es muy alta la producción de cabuya cuyo centro de mercado de Otavalo.

1.6. Imbabura fortalecerá el cultivo de la cebada

Después de tres décadas de olvido, Ecuador aspira a recuperar la producción de cebada, un cereal que forma parte de la gastronomía tradicional y de gran potencial económico para la elaboración de cerveza, que ya ha cambiado la vida de los agricultores.

El objetivo es generar cultivos de óptima calidad en Ecuador y extender la superficie de siembra de las 150 hectáreas actuales a 1.000 hectáreas en tres años.

La cebada se trata del quinto cereal más importante del mundo y se desarrolla en países con inviernos fríos, como Canadá, Argentina, Chile y Europa, sin embargo Ecuador no se quiere quedar atrás.

Gracias a sus terrenos de gran altura en los Andes, Ecuador ha hecho una apuesta a largo plazo para formar parte del mapa de productores de cebada de calidad en la región.

En el país muchas generaciones han crecido consumiendo sopa de cebada y máchica (cebada tostada), pero en la década del 80 su producción fue en declive, porque el agricultor sembraba la semilla y prácticamente no hacía nada hasta la cosecha. El descuido de los campos resultaba en un grano de baja calidad, según los expertos.

El Gobierno Provincial de Imbabura, junto con el Ministerio de Agricultura y la empresa privada, busca ahora rescatar la producción por medio de un programa de fomento de cebada mejorada, en el que participan cerca de 250 agricultores.

“Hay que convencernos de que el desafío es posible”, decía a los agricultores Mario Cattáneo, ex gerente de Maltería Pampa de Argentina, país que cuenta con una superficie de siembra superior a las 700.000 hectáreas.

Según el experto, “Ecuador tiene posibilidades porque hace cebada y hay experiencias propias de quienes la han producido”.

María del Carmen Burneo, presidenta de la empresa Seproyco (Servicios, Proyectos y Consultoría), quien colabora en el programa, cree que la combinación de la tradición ancestral de amor a la tierra y la tecnología pueden generar “interesantes desarrollos e investigaciones a futuro”.

Ricardo Bornet, especialista chileno en el tratamiento del grano tras la cosecha, asegura que los suelos ecuatorianos son prometedores pues “no son tan ácidos como en Chile, y la cebada es sensible a los suelos ácidos, por lo que hay que hacer un trabajo previo para dejarlo en condición para que funcione la cebada”

Proceso de cultivo de la cebada

Siembra.

En áreas con inviernos muy rigurosos se siembran cebadas de verano, siendo la época de siembra desde el mes de enero hasta el mes de marzo. Cuanto más largo sea el ciclo de la variedad, la siembra será más temprana. Se recomienda adelantar la siembra en terrenos secos y sueltos, además la siembra temprana favorece la calidad de las cebadas cerveceras.

Las siembras tempranas tienen también algunos inconvenientes, entre ellos destaca: mayor incidencia de enfermedades y encamado e incremento de la población de malas hierbas. Por tanto se recomienda sembrar lo antes posible empleando variedades de invierno o alternativas.

La producción de las cebadas de invierno es más homogénea que las de verano, y su exigencia en abonos minerales de estas últimas es menor, pues su sistema radicular está más desarrollado y aprovecha mejor todos los nutrientes del terreno. La cantidad de semilla depende del tipo de cebada. En la cebada de invierno sembrada a voleo se emplean de 150-180 kg/ha, y si se realiza en líneas esta cantidad disminuye de 120 a 125 kg/ha.

En las cebadas de verano se emplea más cantidad de semilla, si las siembras son tardías deben ser más densa. Si la cebada se destina a forraje verde se emplea mayor cantidad de

semilla. Las cebadas cerveceras se suelen sembrar en líneas, pues su maduración resulta más homogénea.

La cantidad de semilla a emplear es muy variable. Normalmente la cantidad empleada oscila entre 120 y 160 kg/ha. La siembra a chorrillo con sembradora, es el método más recomendable, pues hay un mayor ahorro de semilla, las poblaciones de plantas son más uniformes y hay una menor incidencia sectorial de enfermedades. Se suele realizar con distancias que varían algo entre líneas. Son corrientes las sembradoras fijas que guardan una distancia entre líneas de 17 ó 18 cm.

Riego.

La cebada tiene un coeficiente de transpiración superior al trigo, aunque, por ser el ciclo más corto, la cantidad de agua absorbida es algo inferior. La cebada tiene como ventaja que exige más agua al principio de su desarrollo que al final, por lo que es menos frecuente que en el trigo el riesgo de asurado. De ahí que se diga que la cebada es más resistente a la sequía que el trigo, y de hecho así es, a pesar de tener un coeficiente de transpiración más elevado. En el riego de la cebada hay que tener en cuenta que éste favorece el encamado, a lo que la cebada es tan propensa. El riego debe hacerse en la época del encañado, pues una vez espigada se producen daños, a la par que favorece la propagación de la roya.

Abonado.

El ritmo de absorción de materias minerales en la cebada es muy elevado al comienzo de la fase vegetativa, disminuyendo después hasta llegar a anularse, habiéndose observado incluso, en algunos casos, excreciones radiculares de la vegetación.

-NITRÓGENO: la respuesta al nitrógeno puede variar con el periodo de crecimiento del cultivo, la variedad, el nitrógeno disponible en el suelo, que se relaciona con el nitrógeno residual del cultivo anterior y con las condiciones climáticas. Hay que tener en cuenta no hacer aportaciones excesivas de nitrógeno, ya que es muy sensible al encamado. También hay que considerar que en las cebadas cerveceras la mayor proporción de nitrógeno disminuye la calidad. Ocurre al contrario en la cebada destinada a la alimentación de ganado, cuya riqueza en proteínas es mayor cuando han sido mayores las aportaciones de nitrógeno en el abonado.

En los suelos ligeros conviene fraccionar la aplicación de nitrógeno para que sea utilizado con mayor eficiencia por la planta. invierno.

Se recomiendan las aplicaciones tempranas, preferiblemente de nitrato amónico cálcico, desde la fase de tres hojas hasta mediados del ahijamiento. La cantidad debe ser igual a la añadida en fondo, de manera que no se superen las 70-80 UF/ha en seco y las 100-120 en regadío o climas frescos.

-FÓSFORO: el fósforo es absorbido sobre todo al comienzo de la vegetación, estando su absorción ligada también a la del nitrógeno. Tiene una influencia decisiva sobre el rendimiento en grano de la cebada e incrementa su resistencia al frío invernal. La aplicación de fósforo en la línea de siembra, a dosis bajas, puede ser muy efectiva cuando existe poco fósforo disponible en el suelo, obteniéndose rendimientos equivalentes a dosis aplicadas a voleo dos o tres veces superiores. El fósforo no se lava, pero sí se retrograda en un buen porcentaje, pasando a formas no asimilables, siendo especialmente importante, pues la cebada suele sembrarse en terrenos calizos.

-POTASIO: el potasio aumenta la calidad cervecera y la resistencia al encamado.

Malas hierbas.

La presencia de malas hierbas depende en gran medida del laboreo precedente a la siembra de la cebada. El barbecho de verano, en áreas semiáridas, al igual que el laboreo con vertedera junto a la aplicación de herbicidas, proporcionan un control efectivo de las malas hierbas. El empleo de herbicidas debe integrarse con las prácticas culturales, que proporcionan un control integrado de las malas hierbas, teniendo en cuenta que la cebada es un cultivo de bajos costes de producción y que el empleo de ciertos tratamientos herbicidas, aconsejables en el trigo, pueden no ser conveniente en la cebada desde el punto de vista económico.

Recolección.

Si se realiza la recolección mediante cosechadora autopropulsada de cereales, el grano ha de estar bien seco (con un contenido de humedad menor del 12%). Conviene regular perfectamente la cosechadora, para evitar romper, pelar o dañar el embrión de los granos, sobre todo cuando se trata de cultivos para producción de semilla o cebadas cerveceras, ya que en ambos casos el grano recogido habrá de germinar posteriormente.

Tabla No 5

Composición del grano de cebada.

Composición del grano de cebada por 100 g de sustancia	
Proteínas	10
Materia grasa	1.8
Hidratos de carbono	66.5
Celulosa	5.2
Materias minerales	2.6
Agua	14

➤ GANADERÍA

La provincia tiene lugares muy aptos para la ganadería. Hatos importantes son los de Zuleta y la Magdalena. La población de ganado vacuno supera las 115 mil cabezas.

La construcción del canal de riego que se abrió en el valle de Salinas sirvió mucho para la agricultura, el cultivo de alfalfa y para la ganadería.

El Sector Secundario del cantón está poco desarrollado en general, lo integran las industrias manufactureras como las agroalimentarias (de la caña de azúcar, cárnicas, lácteas, frutícolas), la maderera por las artesanías en San Antonio y el incremento de la metalmecánica, la textil (menos desarrollada); la industria de la construcción, la industria minera y de explotación de productos pétreos y la energética, esta última de menor importancia pero con un gran potencial a nivel de energías alternativas como son la energía solar. Las remesas para el año 2010 de acuerdo a la información del Banco Central, corresponden al 8,4% de los ingresos que aportan al PIB local. En este sentido, se puede observar que uno de los sectores que se han dinamizado con estos recursos es la construcción, puesto que para los migrantes la justificación de su salida es disponer de empleo que les permita obtener recursos para construcción de sus viviendas, razones que además nos expresan el déficit de vivienda que existe en el cantón

El Sector Terciario de Ibarra ha tenido un desarrollo considerable en la capital provincial, donde se acumulan la mayoría de los servicios (comercio, restaurantes y hoteles, servicios personales y sociales, servicios financieros, etc.); sin embargo, no se encuentra un desarrollo definido por sus diversas actividades.

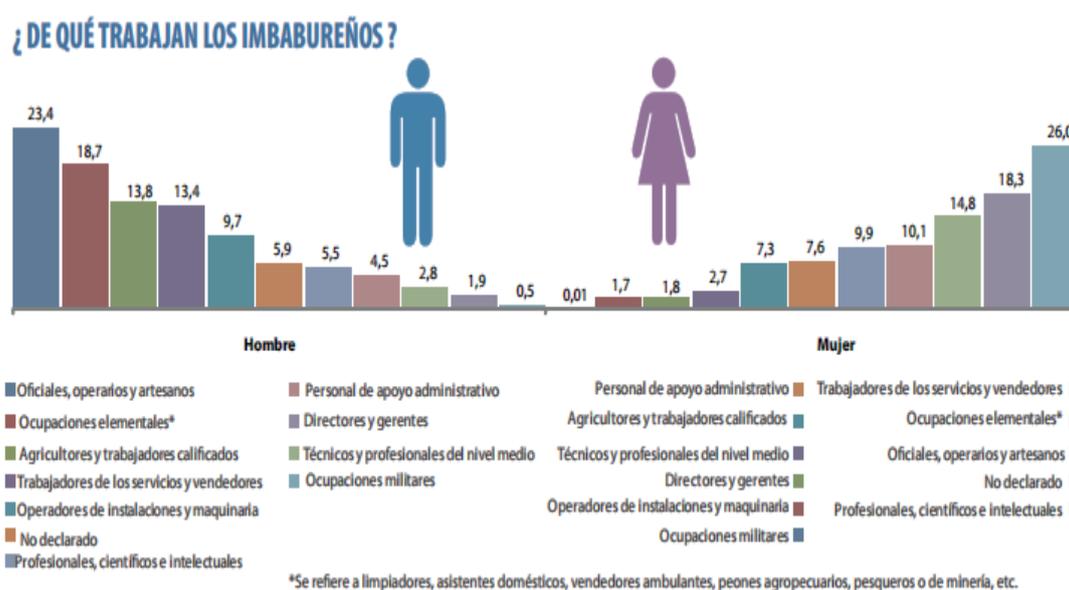
En la última década ha descendido la PEA dedicada a actividades de agricultura, caza y pesca; también ha descendido la PEA dedicada a servicios personales y sociales; las

manufacturas han permanecido igual; y se ha incrementado notablemente la PEA dedicada al comercio, restaurantes y hoteles

Los porcentajes de imbabureños hombres y mujeres dedicados a diferentes tipos de trabajos se reflejan a continuación en el cuadro siguiente.

Gráfico N° 3

En que trabajan los imbabureños



Fuente: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/imbabura.pdf>

Elaborado por: Las Autoras

1.7. Determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos

1.7.1. Aliados

- Amplía formación sobre procesos de producción y comercialización de productos a base de cebada.
- Socios con preparación en el ámbito financiero y administrativos
- Conocimientos sobre procesos productivos bien definidos de los productos a base de cebada.

1.7.2. Oponentes

- Competencia
- Poca accesibilidad a financiamiento
- Variabilidad de precios de materia prima
- Oferta del producto sin marca
- Clima inestable

1.7.3. Oportunidades

- Materia prima
- Mano de obra
- Productos reconocidos y considerados como de primera necesidad
- Precios cómodos
- Existencia de supermercados para vender los productos
- Limitada oferta del Producto
- Tendencia de los consumidores hacia los productos saludables
- Política gubernamental orientada a incentivar el consumo de productos nacionales.

1.7.4. Riesgos

- Precios inestables
- Inflación
- Baja producción de materia prima

1.8. Conclusión diagnóstica

El diagnóstico del entorno en el cual se va a desarrollar el proyecto genera como resultado que éste es el ambiente adecuado ya que la empresa se fortalece aprovechando todos los medios

disponibles para su ejercicio como son la materia prima disponible a corta distancia , la mano de obra de fácil acceso por la escasas de empleo, el conocimiento técnico , financiero y administrativo por parte de los accionistas, el buen estado de la vías de acceso, la existencia de servicios básicos en el cantón, y la disponibilidad por parte de los supermercados para adquirir y distribuir los productos a base de cebada, cabe señalar que como toda empresa especialmente nueva, se tiene que lidiar con la competencia con la búsqueda de estrategias novedosas de comercialización, así también la compra de materia prima será constante mas no estacional, por lo cual se deberá buscar estrategias de adquisición permanente y de esta forma también disminuir el riesgo de la alta variabilidad de precios de la cebada.

Las oportunidades, los aliados son las bases sobre las cuales la empresa fundamentará sus pilares para formular estrategias y combatir los oponentes y los riesgos actuales en el entorno en el cual se desarrollará el proyecto.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Diagnóstico

*<http://es.wikipedia.org/wiki/Diagn%C3%B3stico> “El diagnóstico (del griego *diagnostikós*, a su vez del prefijo *día-*, "a través", y *gnosis*, "conocimiento" o "apto para conocer") alude, en general, al análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias. Esta determinación se realiza sobre la base de datos y hechos recogidos y ordenados sistemáticamente, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando.”*

Diagnóstico es el proceso que se realiza para conocer una situación en un tiempo determinado con la finalidad de conocer datos y así establecer una tendencia.

2.1.1. Microempresa

ANZOLA, Sérvulo, 2010 “Es aquel negocio en el que el propietario es autónomo en su manejo y que no domina en su ámbito de operación en cuanto al número de empleados ni al volumen de ventas”. , Pag.14

Microempresa es aquella que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla distintos tipos de actividades de producción o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios que generan ganancias.

Son de propiedad y administración de los propios emprendedores que trabajan ellos mismos en estas empresas y que en general no tienen empleados, si no que se trata de

emprendimientos individuales o familiares que requieren una muy baja inversión y su forma jurídica puede encuadrarse casi siempre dentro de la llamada economía informal.

2.1.2. Características de la microempresa

ANZOLA, Sérvulo, 2010. señala:

- a) *La administración de la empresa es independiente, generalmente los gerentes son los propietarios del negocio.*
- b) *El capital de la empresa habitualmente es proporcionado por una persona o por un grupo pequeño de personas.*
- c) *El tamaño relativo de la empresa está relacionado con la industria en la cual se desenvuelve.*
- d) *El crecimiento de la empresa se genera principalmente a través de la reinversión de sus utilidades.*
- e) *Existe un fuerte control y posesión de la empresa por parte del dueño.*
- f) *El número de empleados no pasa de 45. Pag 15*

La microempresa es una organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos para lograr los objetivos basados en planificaciones entre las personas que la conforman, con el propósito de obtener una rentabilidad por los servicios y bienes que ofrece.

2.2. Fundamentación teórica

2.2.1. Cebada

<http://www.monografias.com/trabajos35/la-cebada/la-cebada.shtml#cebada> “Planta anual de la familia de las Gramíneas, parecida al trigo, con cañas de algo más de seis decímetros,

espigas prolongadas, flexibles, un poco arqueadas, y semilla ventruda, puntiaguda por ambas extremidades y adherida al cascabillo, que termina en arista larga. Sirve de alimento a diversos animales, y tiene además otros usos”

La cebada es un cereal de producción semestral que se cultiva en diferentes zonas del Ecuador dependiendo de la variedad y del clima al que cada tipo se adapte, es la materia prima para una diversidad de alimentos y bebidas.

1. Producción

<http://www.abcagro.com/herbaceos/cereales/cebada2.asp>

- a) **Preparación del terreno:** *Cuando la cebada va en regadío puede suceder a muchos otros cultivos y, según el cultivo precedente, será distinta la labor de preparación. Si por tratarse de sembrar sobre rastrojo de maíz o incluso sobre un rastrojo anterior de cebada, etc., se considera conveniente alzar el terreno a cierta profundidad, siempre hay que tener muy en cuenta que a la cebada le va mal para su nascencia que se encuentre la tierra demasiado hueca.*

Si por las razones que sean se ha realizado una labor de alzar relativamente profunda, habrá que tratar de dejar el terreno más apelmazado. Esto se consigue mucho con las gradas de discos pesadas, que, aunque aparentemente dejan el terreno muy fino y hueco, esto ocurre en algunos centímetros de la superficie, pero debajo de esta capa superficial, dado su elevado peso, más bien compactan.

- b) **Siembra:** *La cantidad de semilla a emplear es muy variable. Es frecuente que la cantidad empleada oscile entre 120 y 160 kg/ha.*

Cuando se siembra a mano se dice que se siembra “a voleo”. En este caso la distribución no es regular. La siembra a chorrillo con sembradora se suele realizar con distancias que varían algo entre líneas. Son corrientes las sembradoras fijas que guardan una distancia entre líneas de 17 ó 18 cm.

Sembrando con sembradora se puede ahorrar alguna semilla, ya que es menor el número de granos que se pierden por caer demasiado profundos.

- c) **Riego:** En el riego de la cebada hay que tener en cuenta que éste favorece el encamado, a lo que la cebada es tan propensa. El riego debe hacerse en la época del encañado, pues una vez espigada se producen daños, a la par que favorece la propagación de la roya.*
- d) **Recolección:** se hace con cosechadora autopropulsada de cereales.*

El cultivo de la cebada como toda producción agrícola conlleva de un proceso desde la siembra del cereal, el mantenimiento como las fumigaciones, los riegos, y la cosecha.

2. Tipos

<http://www.monografias.com/trabajos35/la-cebada/la-cebada.shtml#cebada> “Ciento cincuenta son aproximadamente las variedades de cebada que se cultivan actualmente.”

Existen una gran cantidad de variedades de cebada, pero en el Ecuador el cultivo se los realiza principalmente de dos tipos de cebada para ser utilizados en diferentes fines.

2.3. Estudio de mercado

2.3.1. Oferta

BACA, Gabriel; 2010, señala: *“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 de bienes y servicios similares al del proyecto”* Pág. 45

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

2.3.2. Demanda

CÒRDOVA, Padilla Marcial, 2011, dice: “La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en una momento determinado.” pág. 56

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

2.3.3. Mercadotecnia

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

La mercadotecnia se la realiza en todas las etapas por las cuales cruza la empresa, otorga la mayor importancia a la distribución, a la innovación de productos y está orientada hacia el consumidor, en éste departamento también se efectúa otras actividades, tales como el análisis de ventas, la administración y la mercadotecnia propiamente dicha. Se puede combinar la investigación con la publicidad, servicios al consumidor y otras funciones dentro del departamento.

2.3.4. Producto

BILANCIO, Guillermo, 2008, Señala: *“el producto es el conjunto de beneficios que se propone al consumidor cuando realiza la compra.”* Pág. 206

Un producto es todo aquello tangible o intangible que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Las decisiones respecto a este punto incluyen la formulación y presentación del producto, el desarrollo específico de marca, y las características del empaque, etiquetado y envase, entre otras. Cabe decir que el producto tiene un ciclo de vida que cambia según la respuesta del consumidor y de la competencia y que se dibuja en forma de curva en el gráfico. Las fases del ciclo de vida de un producto son:

1. Lanzamiento

2. Crecimiento
3. Madurez
4. Declive

2.3.5. Plaza

ANZOLA, Sérvulo. (2010), Menciona: *“plaza son las rutas o medios a través de los cuales se distribuyen los productos desde el lugar donde se producen hasta donde se consumen.”* Pág. 160

En este caso se define como dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece. Considera el manejo adecuado del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

2.3.6. Precio

ANZOLA, Sérvulo, 2010. Menciona: *“el precio es la cantidad de dinero que se paga por los bienes o servicios y que proporciona al vendedor su ganancia.”* Pág. 171

Es principalmente el monto monetario de intercambio asociado a la transacción. Sin embargo incluye: formas de pago deferentes como: efectivo, cheque, tarjeta, crédito directo, con documento, plazo, etc. Este a su vez, es el que se plantea por medio de una investigación de mercados previa, la cual, definirá el precio que se le asignará al entrar al mercado. Hay que destacar que el precio es el único elemento de la mezcla de mercadotecnia que proporciona ingresos, pues los otros componentes únicamente producen costos.

2.3.7. Promoción

REDONDO, Tellis / KOTLER, Lane Well / MORIARTY, Burnett. (2011), *Mencionan:* “*la promoción es un incentivo, es la propuesta de un motivo practico para comprar la marca, con una reducción del precio o bien con un aumento de los beneficios.*” Pág. 9

Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales. La mezcla de promoción está constituida por Promoción de ventas, Fuerza de venta o Venta personal, Publicidad, Relaciones Públicas, y Comunicación Interactiva.

1. Publicidad

ANZOLA, Sérvulo. (2010). Menciona: “*un buen producto debe acompañarse de una buena publicidad; por lo tanto hay que escoger el medio publicitario apropiado a las necesidades del producto y a las posibilidades de la empresa.*” Pág. 29

La publicidad puede ser considerada como un bien para el consumidor, ayudándole a conocer los distintos productos y servicios existentes en el mercado con sus respectivos beneficios y desventajas y para la empresa es considerada como la forma de persuadir al cliente.

2.4. Estudio técnico

CORDOVA, Padilla Marcial; 2011, dice: “El estudio técnico busca responder a las interrogantes básicas: cuanto, donde, como y con que producirá mi empresa. Se busca diseñar la función de producción optima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio”. Pág. 106

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

2.4.1. Inversión

ORTEGA CASTRO, Alfonso. (2008), menciona: *“inversión es el conjunto de recursos que se emplean para producir algo, que puede generar utilidad.”* Pág. 16

Es el monto de capital que se le asigna a un proyecto, con la esperanza de que este pueda producir un bien o servicio útil al ser humano o la sociedad en general. Para este caso las inversiones buscan un rendimiento monetario atractivo, es decir una ganancia en dinero, pero existen otras inversiones que solo buscan el beneficio social.

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

2.4.2. Producción

<http://definicion.mx/produccion/> *“Se denomina producción a cualquier tipo de actividad destinada a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicios. En tanto la producción es un proceso complejo, requiere de distintos factores.”*

La producción se refiere al proceso de transformación de una materia prima en otro producto a producto terminado con la finalidad de darle un uso diferente al del material inicial.

2.4.3. Comercialización

Según (Fernandez Luna & Quintero Miranda, 2010, pág. 49), *“se entiende por comercialización el conjunto de actividades relacionadas con las transferencias de bienes y servicios desde los productores hasta el consumidor final.”*

Al hablar de comercialización se toma en cuenta todos los aspectos necesarios para hacer llegar el producto ofrecido por el productor hasta el consumidor final.

2.4.4. Aspectos básicos de la comercialización

FERNÁNDEZ Luna y QUINTEROS Miranda, 2010, Manifiesta que; la comercialización requiere de los siguientes aspectos:

Distribución geográfica del mercado.

Requerimientos en la forma de presentación del producto.

Canales de distribución disponibles.

Controles estatales sobre comercialización.

Condiciones especiales que requieran para lograr la introducción del producto en el mercado: medios de conservación, servicios técnicos, etc.

Perspectivas de mejoras a la comercialización con base en innovaciones tecnológicas.”

Para comercializar un producto se debe considerar algunos aspectos necesarios que facilitan la llegada del producto hasta el consumidor final.

2.5. Estudio financiero

BACA, Urbina Gabriel; 2010, Dice: *“ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”*. Pág. 8

Una vez analizada la cita anterior se concluye que el Estudio Financiero es aquel que nos permite conocer la situación financiera que la nueva unidad productiva pretende atravesar determinando sus ingresos y egresos para así llegar a determinar su rentabilidad.

2.5.1. Ingresos

SARMIENTO, Rubén; 2010, afirma: *“Son todos los ingresos monetarios, los que van a estar en función de la actividad de la empresa y sus estructura (en un ejercicio económico).”* Pág. 36

De acuerdo a lo establecido en la cita anterior se concluye que el ingreso de una empresa es todo valor obtenido por la venta de un producto o servicio que la misma ofrece en la sociedad.

2.5.2. Egresos

MIRANDA, Juan José; 2008, Manifiesta: *“Erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto. Desembolso o salidas de dinero, aun cuando no constituyan gastos que afecten las pérdidas o ganancias.* Pág. 192

Consecuentemente los egresos en una empresa se reflejan en la salida de dinero para poder solventar los gastos que se efectúan en una empresa.

2.5.3. Costos

BRAVO V, Mercedes. UBIDIA T. Carmita: 2009, Definen *“Son desembolsos que realiza la empresa para la fabricación o elaboración de un producto la prestación de un servicio. El costo constituye una inversión, es recuperable, trae consigo ganancias es un concepto que tiene vigencia en la empresa industrial.*

Se entiende que el costo dentro de una empresa industrial constituye un valor que luego de un tiempo va ser recuperado por la empresa, después de un proceso de transformación que sufre el producto y que este valor es redimido al momento que se efectúa la venta.

2.5.4. Gastos

BRAVO V, Mercedes. UBIDIA T. Carmita: 2009, Detallan *“son los desembolsos que realizan en las funciones de financiamiento, administración y ventas para cumplir con los objetivos de la empresa.*

Es un desembolso, egreso o erogación que se consume corrientemente, es decir en el mismo período en el cual se causa, o un costo que ha rendido su beneficio. Los gastos se confrontan con los ingresos (es decir, se presentan en el Estado de Resultados) para determinar la utilidad o la pérdida neta de un período.

2.5.5. Estados financieros

BRAVO V, Mercedes. 2009, Dice: *“Los estados financieros se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados y evaluar el potencial futuro de la compañía”*

Con el concepto planteado anteriormente, se entiende que los Estados Financieros son documentos que contienen datos sobre la situación económica de la empresa la cual servirá para tomar medidas posteriores, nos permite conocer la solvencia, liquidez, y otros parámetros que son fundamentales a la hora de manejar las finanzas de una empresa.

1. Estado de situación financiera

ZAPATA S. Pedro. (2008), Afirma *“El estado de situación financiera es un informe contable que se presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado”*

El Estado de Situación Financiera es un documento contable que informa en una fecha determinada el contexto financiero de la empresa, presentando en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, sus obligaciones y su capital, valuados y elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados.

2. Estado de resultados

Según, El Autor ZAPATA, S. Pedro. (2008), expone que: *“es un informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el fin de medir los resultados económicos durante un periodo determinado.”* Pág. 306.

El estado de resultados es un estado financiero en el que se detalla en forma clara las cuentas de ingresos y egresos que la empresa genera en un periodo de tiempo determinado y muestra la utilidad o pérdida para poder hacer los respectivos análisis de las operaciones efectuadas.

3. Estado de cambios en el patrimonio

<http://www.mailxmail.com/curso-control-contable/> (2011)

“Es el estado financiero que muestra en forma detallada los aportes de los socios y la distribución de las utilidades obtenidas en un periodo, además de la aplicación de las ganancias retenidas en periodos anteriores. Este muestra por separado el patrimonio de una empresa. También muestra la diferencia entre el capital contable (patrimonio) y el capital social (aportes de los socios), determinando la diferencia entre el activo total y el pasivo total, incluyendo en el pasivo los aportes de los socios”

En este estado financiero se detalla los aportes de los socios y la distribución de las utilidades obtenidas en cierto periodo contable. También muestra la diferencia entre el capital contable (patrimonio) y el capital social (aportes de los socios), determinando la diferencia entre el activo total y el pasivo total, incluyendo en el pasivo los aportes de los socios.

4. Flujo de caja

ORTEGA CASTRO, Alfonso. (2008), Manifiesta: *“en el flujo de caja es necesario determinar y proyectar los volúmenes de ventas, los ingresos, los costos, los gastos y demás.”*

El flujo de caja es un documento o informe financiero que muestra los flujos de ingresos y egresos de efectivo que ha tenido una empresa durante un periodo de tiempo determinado. La diferencia entre los ingresos y los egresos de efectivo se conoce como saldo, el cual puede ser favorable (cuando los ingresos son mayores que los egresos) o desfavorable (cuando los egresos son mayores que los ingresos).

2.5.6. Evaluación financiera

ORTEGA CASTRO, Alfonso. (2008), Manifiesta: *“la evaluación económica del proyecto consiste en comparar los beneficios con los costos y así se determina la rentabilidad del proyecto.”*

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

1. Tir

BRIGHAM, Eugene. SCOTT, Besley. 2009 Argumenta *“La tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente de los flujos de efectivo esperados de un proyecto sean igual que el monto inicial invertido”*

Se entiende que el TIR mide los rendimientos esperados en una inversión, que sería el tipo de interés en el que el VAN se hace cero. Si el TIR es alto, estamos ante un proyecto empresarial rentable, que supone un retorno de la inversión equiparable a unos tipos de interés altos que posiblemente no se encuentren en el mercado, sin embargo si el TIR es bajo, no es rentable invertir en dicho proyecto.

La fórmula que nos permite calcular La Tasa Interna de Retorno es:

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

2. Periodo de recuperación

ORTEGA, Castro Alfonso; 2010, expone: *“Se define como el tiempo en el cual los beneficios o las utilidades futuras del proyecto cubren el monto de inversión (generalmente medido en años).”* Pág. 243

Este elemento de evaluación económica financiera, permite reconocer en que tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados, es un indicador bastante significativo, siempre y cuando exista incertidumbre en lo pronosticado.

3. Costo beneficio

CORDOVA, Padilla Marcial; 2011, dice: *“La relación costo-beneficio, también llamado índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Si la razón costo-beneficio es mayor que 1, entonces acepte el proyecto.”* Pág. 240

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

4. Van

DÍAZ P. Flor, MEDELLIN D, ORTEGA C. Víctor, ALIRIO Jorge. 2009, señalan: *“El VPN de un proyecto de inversión no es otra cosa que su valor medio en dinero de hoy, y el equivalente de los valores actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros que constituyen el proyecto.”*

Partiendo de las definiciones anteriores podemos argumentar que el VAN nos permite determinar el valor presente de los flujos de dinero originados por una inversión, si el VAN es mayor a cero, quiere decir que la inversión deja ganancias, mientras que si es igual a cero entonces se está en el punto de equilibrio y no se producirán pérdidas ni ganancias, si el VAN es menor que cero, quiere decir que la inversión va a dar como resultado pérdidas.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \frac{LI + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3}}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3}$$

Cuando el VAN toma un valor igual a 0, pasa a llamarse TIR (tasa interna de retorno). La TIR es la rentabilidad que nos está proporcionando el proyecto.

5. Punto de equilibrio

SARMIENTO, Rubén; 2010, afirma: “El punto de equilibrio es la intersección o cruce entre los ingresos totales cuando son iguales a los costos totales (fijos y variables); es decir, no existe pérdida ni ganancia, los ingresos sirven para cubrir los costos; siendo necesario clasificar los costos fijos y variables para graficar en ejes de coordenadas en el eje vertical se representan los ingresos por ventas y los costos, en el eje horizontal se representa el volumen de ventas, expresado en unidades. Pág. 36

El punto de equilibrio se considera donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, las ventas son cuyos ingresos se igualan a los costos totales por ende no existe, ni pérdida ni ganancias o también se puede decir, que es el nivel en el cual desaparecen las pérdidas y comienzan las utilidades o viceversa.

2.6. Estructura organizacional

2.6.1. Misión

DAFT, Richard L; MARCIC Dorothy, 2011 Mencionan: *“La misión son las razones para la existencia de la organización; describe los valores, aspiraciones y la razón de ser de la empresa.”* (Pág. 149)

La misión es una declaración duradera del objetivo, propósito o razón de ser de la empresa, ésta es la que justifica su existencia es ésta se incluye primordialmente el objeto de la empresa, la forma de lograrlo, y mediante que se lo hará, como la búsqueda de la excelencia, el desarrollo de la comunidad, el desarrollo de los empleados, y de todos los involucrados.

2.6.2. Visión

CHIAVENATO, Idalberto. (2009). Menciona: *“la visión es la imagen que la organización tiene de sí misma y de su futuro; es el acto de verse así misma proyectada en el tiempo y en el espacio.”* (Pág. 67)

La visión es una declaración con un plazo determinado de tiempo que indica hacia dónde se dirige la empresa, o qué es aquello en lo que pretende convertirse; es donde se describe como se desea que este la organización en el futuro.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación

El mercado constituye uno de los elementos más importantes para demostrar la factibilidad del proyecto, porque permite probar el desarrollo, ésta investigación constituye un cimiento importante para la toma correcta de decisiones, y el análisis previo del estudio técnico económico y financiero; cuyo objetivo es determinar la existencia de consumidores potenciales como los supermercados para desarrollar las estimaciones y proyecciones de la demanda determinando la factibilidad del proyecto planteado.

Para la evaluación se considera varios aspectos importantes: El estudio de la demanda, Estudio de la oferta, Estudio del precio, y los Canales de distribución. En la evaluación se toma en cuenta información investigada por intermedio de las encuestas y entrevistas.

3.2. Objetivos del estudio de mercado

3.2.1. Objetivo general

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta.

3.2.2. Objetivos específicos

- Describir detalladamente las características de los productos.
- Analizar la demanda de los productos a base de cebada en la ciudad de Ibarra.
- Conocer la oferta actual de los productos en la ciudad de Ibarra.

- Realizar un análisis de los precios de los productos en el mercado y determinar el precio para los consumidores potenciales.
- Determinar las fuentes de producción de materia prima para los productos elaborados a base de cebada.
- Diseñar estrategias de comercialización de los productos en la ciudad de Ibarra.

3.3. Variables

- Producto
- Demanda
- Oferta
- Precio
- Materia prima
- Comercialización

3.4. Indicadores

3.4.1. Producto

- Presentación
- Características
- Usos
- Materia prima

3.4.2. Demanda

- Tipos
- Cantidad
- Calidad

3.4.3. Oferta

- Competencia
- Ventas promedio
- Servicio

3.4.4. Precio

- Precios en el mercado
- Precio según costos
- Precio de venta

3.4.5. Materia prima

- Cantidad
- Precio
- Temporada
- convenios

3.4.6. Estrategias de comercialización

- Producto
- Precio
- Plaza
- Publicidad

3.5. Matriz de relación

Tabla No 6

Matriz de relación

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE
Describir detalladamente las características de los productos	PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Presentación ➤ Características ➤ usos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Primaria ➤ Primaria ➤ Primaria
Analizar la demanda de los productos a base de cebada en la ciudad de Ibarra	DEMANDA	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tipos ➤ Cantidad ➤ Calidad 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Primaria ➤ Primaria ➤ Primaria
Conocer la oferta actual de los productos en la ciudad de Ibarra	OFERTA	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Competencia ➤ Ventas promedio ➤ Servicio 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Primaria ➤ Primaria ➤ Primaria
Realizar un análisis de los precios de los productos en el mercado y determinar el precio para los consumidores potenciales.	PRECIO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Precios en el mercado ➤ Precio según costos ➤ Precio de venta 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Primaria ➤ Primaria ➤ Primaria
Determinar las fuentes de producción de materia prima para los productos elaborados a base de cebada.	MATERIA PRIMA	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cantidad ➤ Precio ➤ Temporada ➤ convenios 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Primaria ➤ Primaria ➤ Primaria ➤ Primaria
Diseñar estrategias de comercialización de los productos en la ciudad de Ibarra.	ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Producto ➤ Precio ➤ Plaza ➤ Publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Primaria ➤ Primaria ➤ Primaria ➤ Primaria

Elaborado por: Las Autoras

3.6. Mecánica operativa

3.6.1. Tipo de información:

Para realizar ésta investigación se empleará información primaria como son los métodos de censo, entrevista y observación como se explica a continuación:

- **Entrevista:** la “Asociación de Productores Agropecuarios y plantas medicinales JAMBIGHUA” cuenta con 101 socios por lo cual la entrevista se la realizará a los directivos que son quienes representan y dan a conocer todas las decisiones que se tomen.
- **Censo:** ésta técnica de investigación se la aplicará para conocer aspectos de la oferta ya existente en el mercado y si existe o no la disponibilidad de distribución de los productos a los administradores o gerentes de los supermercados relevantes en la ciudad de Ibarra.
- **Observación directa:** la observación se la aplicará en la confirmación de datos como precios y características de los productos ya existentes en el mercado.

3.6.2. Identificación de la población

➤ Población para la entrevista:

En éste caso la población a la cual se entrevistará son los directivos de la “Asociación de Productores Agropecuarios y Plantas Medicinales JAMBIGHUA” que tiene 101 socios como se detalla a continuación:

Tabla No 7
Socios por género

GENERO	Cantidad
Masculino	78
Femenino	23
Total	101

Fuente: documentación "JAMBIGHUA"
Elaborado por: Las Autoras

➤ Población para el censo:

El censo se lo realizará a los administradores o gerentes de los siguientes supermercados por ser considerados los más influyentes en la zona:

- Santa María
- Aki
- Gran Aki
- Mi Tio
- Comercial Pasquel
- Comercial Ibarra
- Tia
- El Ofertón
- Santa Lucila
- Supermaxi

3.6.3. Identificación de la muestra

Como ya se mencionó anteriormente no se calculará muestra ya que las poblaciones son pequeñas y cercanas a 100 por lo cual se trabajará con censo y entrevistas a la población completa.

3.7. Tabulación y análisis de la información

3.7.1. Tabulación del censo dirigido a los socios de la” Asociación de Productores Agropecuarios y Plantas Medicinales JAMBIGHUA”.

Cargo del encuestado

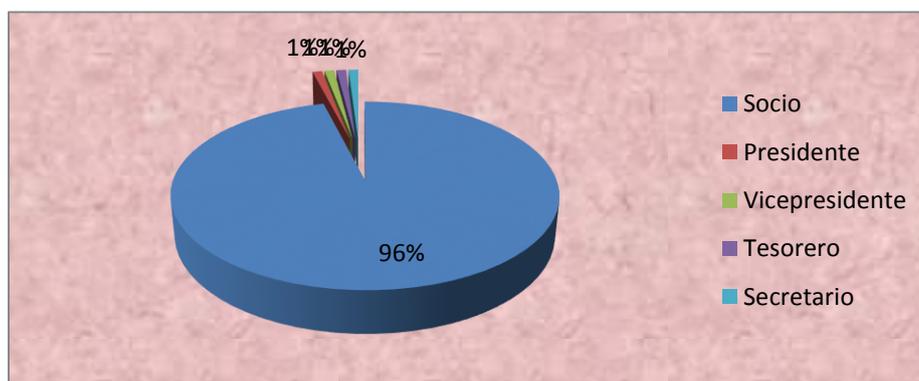
Tabla No 8

Cargo del socio en la asociación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Socio	97	96
Presidente	1	1
Vicepresidente	1	1
Tesorero	1	1
Secretario	1	1
Total	101	100

Gráfico N° 4

Cargo del socio en la asociación



Fuente: Censo socios Jambighua
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

El censo se lo aplico a todos los integrantes de la asociación, en el cual se los incluye a los directivos como son el Presidente, Vicepresidente, Tesorero y Secretario.

1. ¿Cuánto tiempo lleva constituida legalmente y trabajando la organización?

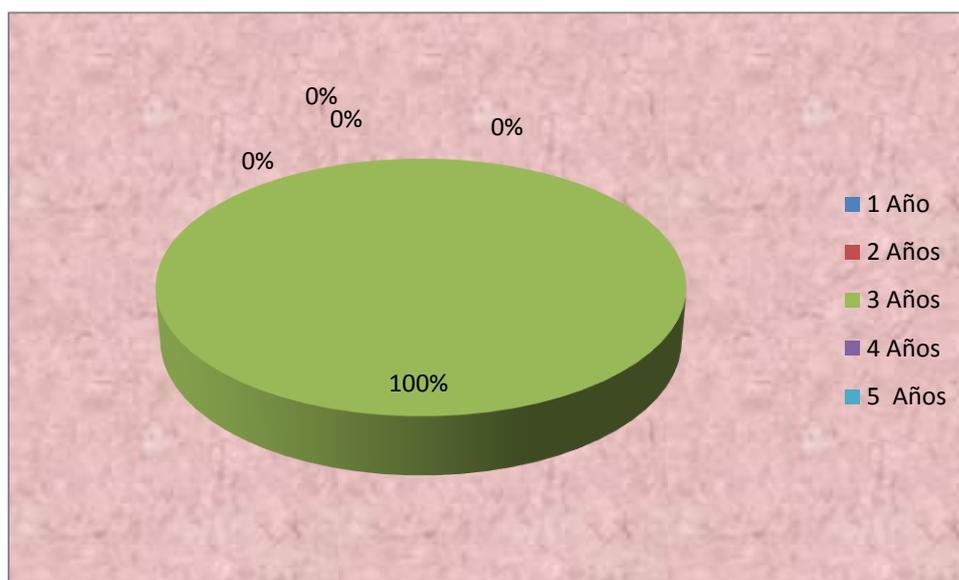
Tabla No 9

Tiempo de constitución de la organización

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 Año	0	0
2 Años	0	0
3 Años	101	100
4 Años	0	0
5 Años	0	0
Total	101	100

Gráfico N° 5

Tiempo de constitución de la organización



Fuente: Censo socios Jambigihua
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Las personas censadas supieron manifestar que la organización ya lleva legalmente constituida y trabajando desde el 20 de septiembre del año 2011, por lo cual son tres años que los productos que cultivan los socios de la organización ya se encuentran en el mercado.

2. ¿Qué producen principalmente los socios de la organización?

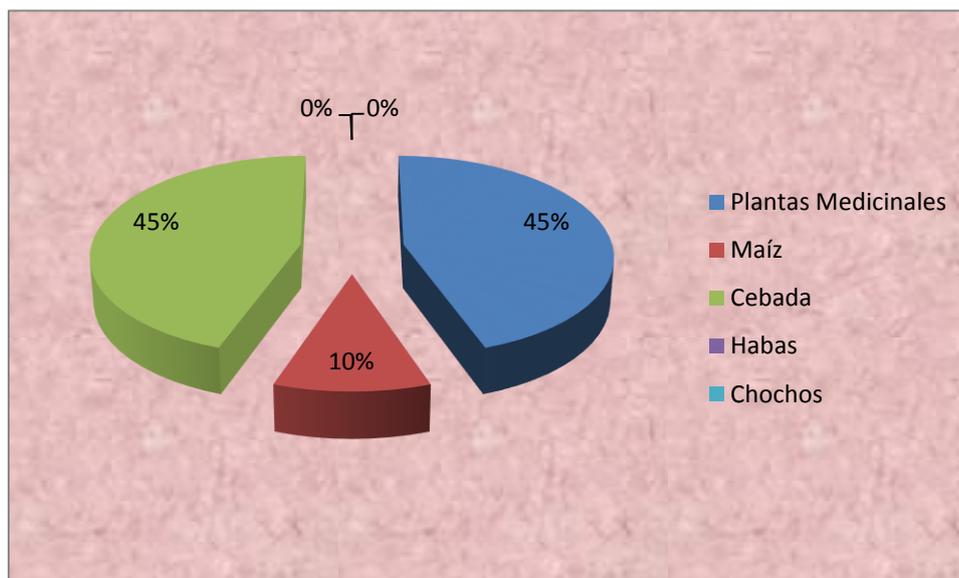
Tabla No 10

Principales productos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Plantas Medicinales	101	45
Maíz	24	10
Cebada	101	45
Habas	0	0
Chochos	0	0
Total	226	100

Gráfico N° 6

Principales productos



Fuente: Censo socios Jambigihua
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Los Socios de la Organización manifestaron que dentro de la organización agrícola es de carácter obligatorio el cultivo de plantas medicinales en una parcela común, mientras que también pueden comercializar mediante la asociación otros productos cultivados en una hectárea de parcela propia, entre los que principalmente está la cebada.

3. ¿Entre sus productos está la cebada?

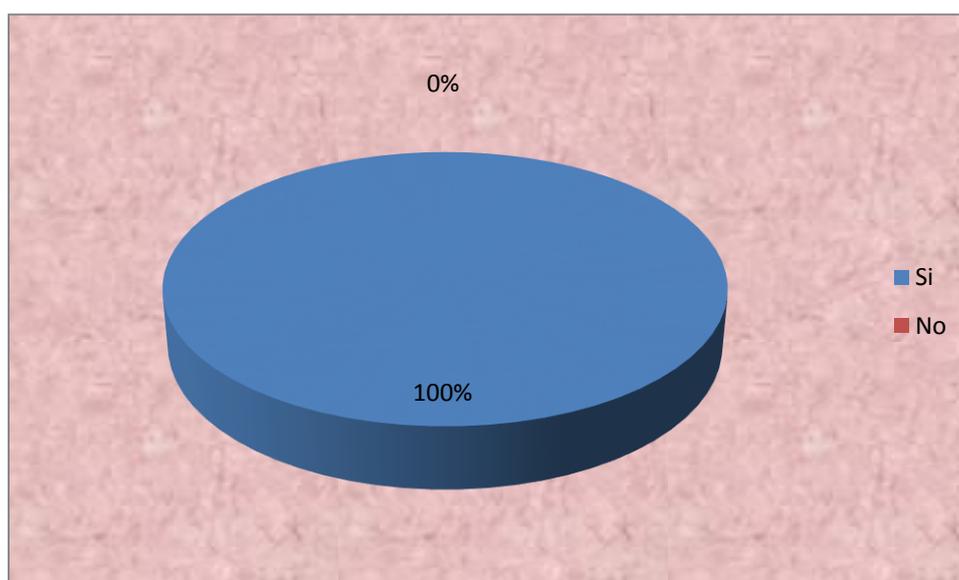
Tabla No 11

Producción de cebada

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	101	100
No	0	0
Total	101	100

Gráfico N° 7

Producción de cebada



Fuente: Censo socios Jambigihua
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Después de aplicar el censo se puede confirmar que la cebada es uno de los productos principales de producción para los socios de la asociación agropecuaria y plantas medicinales Jambigihua

4. De ser afirmativa su respuesta, ¿Qué cantidad promedio cosecha por cultivo?

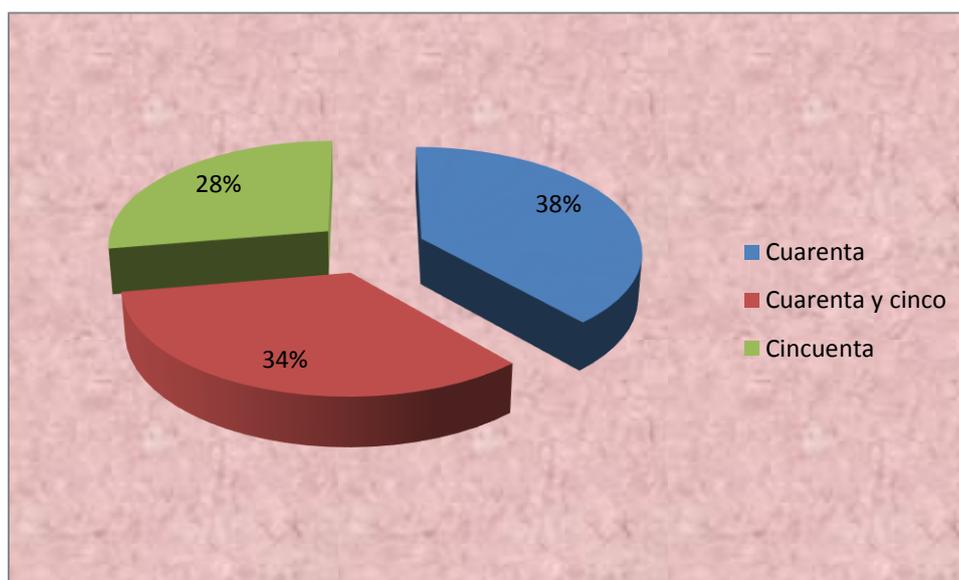
Tabla No 12

Cantidad promedio de cosecha

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Cuarenta quintales	39	38
Cuarenta y cinco quintales	34	34
Cincuenta quintales	28	28
Total	101	100

Gráfico N° 8

Cantidad promedio de cosecha



Fuente: Censo socios Jambigihua
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Las personas censadas y que se dedican al cultivo de cebada en la asociación manifiestan que la cantidad promedio de cosecha de la cebada por cada hectárea es de 40 quintales, cabe señalar que la asociación únicamente ayuda a comercializar la cosecha de una hectárea de parcela individual por socio.

5. ¿En qué meses se cosecha la cebada?

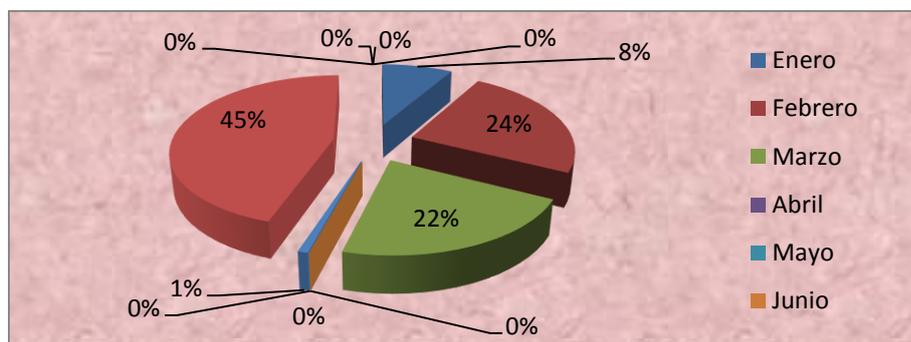
Tabla No 13

Meses de cosecha de cebada

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Enero	10	8
Febrero	29	24
Marzo	26	22
Abril	0	0
Mayo	0	0
Junio	0	0
Julio	1	1
Agosto	54	45
Septiembre	0	0
Octubre	0	0
Noviembre	0	0
Diciembre	0	0
Total	120	100

Gráfico N° 9

Meses de cosecha de cebada



Fuente: Censo socios Jambigihua
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Después de tabular los resultados del censo aplicado se establece que los meses en los cuales existe mayor oferta de cebada son los meses de febrero, marzo y agosto.

Además los datos en la frecuencia de respuestas no coincide con el número de censados debido a que algunos socios cosechan dos veces al año por lo cual se genera doble respuesta en algunos casos.

6. ¿Cuál es la forma de comercialización de la cebada?

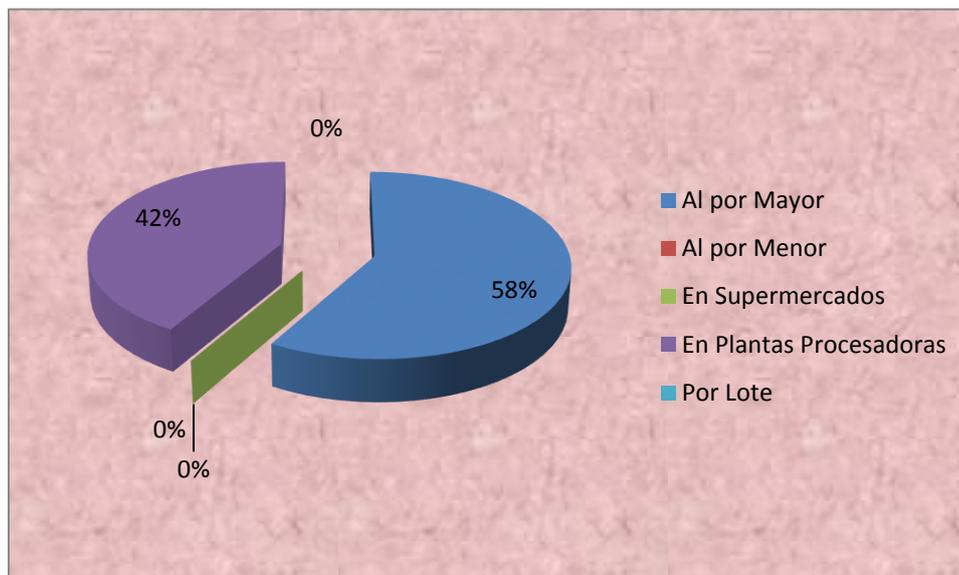
Tabla No 14

Forma de comercialización de la cebada

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Al por Mayor	59	58
Al por Menor	0	0
En Supermercados	0	0
En Plantas Procesadoras	42	42
Por Lote	0	0
Total	101	100

Gráfico N° 10

Forma de comercialización de la cebada



Fuente: Censo socios Jambigihua

Elaborado por: las Autoras

Análisis:

En Base a la información obtenida del censo aplicado a los socios de la asociación de productores agropecuarios y plantas medicinales Jambigihua se conoce que la forma de comercialización más común de la cebada es entregando el producto en plantas procesadoras o vendiendo su cosecha a un comerciante que compre todo el producto.

7. ¿Cuál es el precio promedio del quintal de cebada?

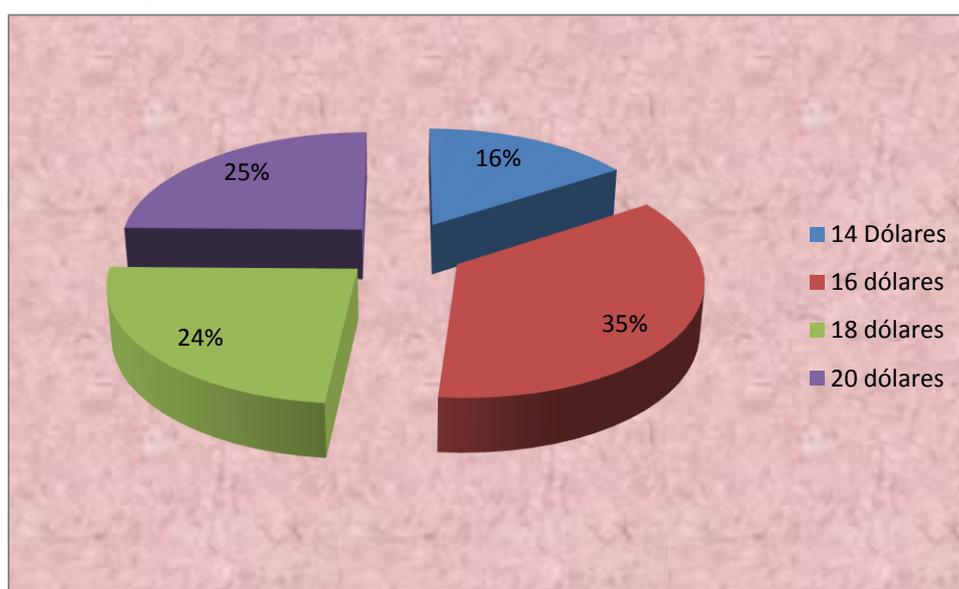
Tabla No 15

Precio promedio del quintal de cebada

Variable	Frecuencia	Porcentaje
14 Dólares	16	16
16 dólares	36	35
18 dólares	24	24
20 dólares	25	25
Total	101	100

Gráfico N° 11

Precio promedio del quintal de cebada



Fuente: Censo socios Jambigihua
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Como resultado del censo aplicado se puede señalar que el precio promedio de un quintal de cebada varía entre diez y seis y diez y ocho dólares, el precio es variante dependiendo de las características del cultivo como son grosor, color, grado de humedad y oferta.

8. ¿Estarían ustedes dispuestos a vender su producción de cebada a una empresa distinta de las tradicionales?

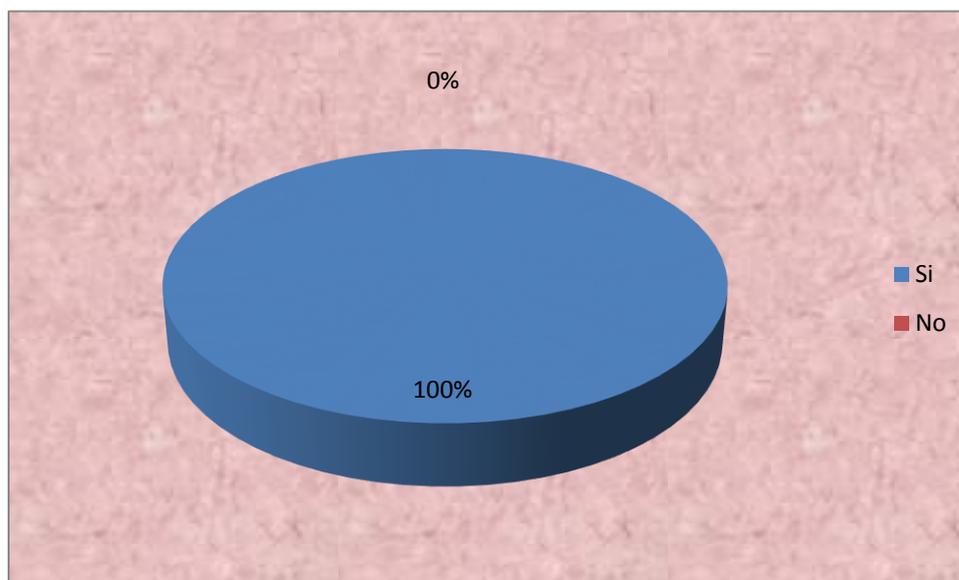
Tabla No 16

Disponibilidad para vender la cebada a la nueva empresa

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	101	100
No	0	0
Total	101	100

Gráfico N° 12

Disponibilidad para vender la cebada a la nueva empresa



Fuente: Censo socios Jambigihua
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

La información obtenida como resultado de la aplicación del censo se puede afirmar que los socios de la asociación Jambigihua están dispuestos a vender las cosechas de sus cultivos a una empresa nueva, ésta nueva empresa nueva en el mercado puede ser la empresa del presente proyecto.

9. ¿Existe la disponibilidad de firmar un convenio en el cual ustedes se comprometan a vender su cosecha de cebada y la empresa se comprometa a comprarla a un precio promedio establecido?

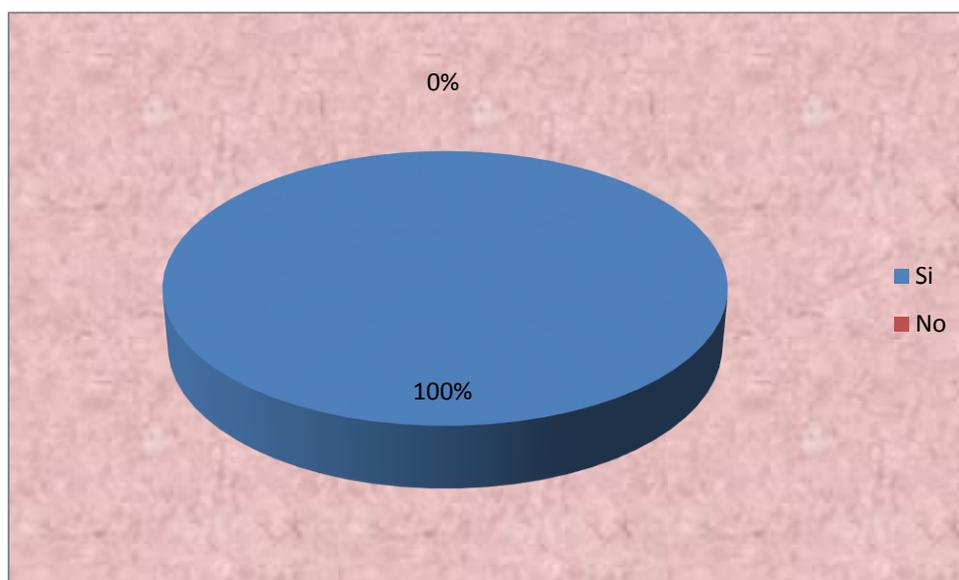
Tabla No 17

Disponibilidad para firmar convenio

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	101	100
No	0	0
Total	101	100

Gráfico N° 13

Disponibilidad para firmar convenio



Fuente: Censo socios Jambigihua
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

El resultado de la presente investigación que existe una disponibilidad y más que eso un gran interés en la realización de un convenio interinstitucional en cual se pacte el precio promedio de la cebada, las cantidades de entrega y sobre todo los meses de compra venta.

3.7.2. Encuesta dirigida a los administradores de los supermercados ubicados en la ciudad de Ibarra

1.¿En este supermercado distribuyen los siguientes productos?

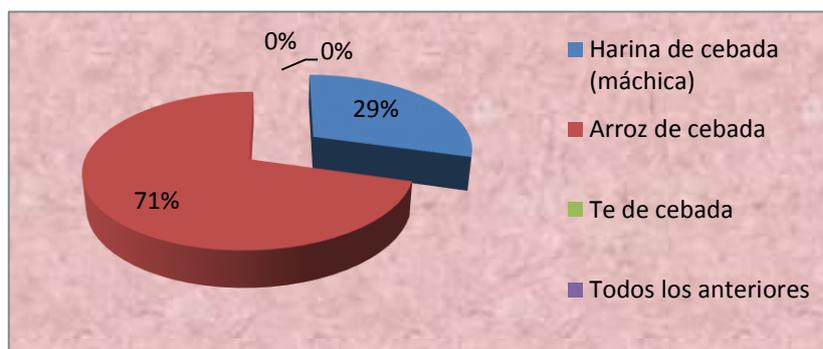
Tabla No 18

Productos que se ofertan en los supermercados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Harina de cebada (máchica)	5	29
Arroz de cebada	12	71
Te de cebada	0	0
Todos los anteriores	0	0
Total	17	100

Gráfico N° 14

Productos que se ofertan en los supermercados



Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Después de tabular la información adquirida se puede señalar que los productos que actualmente se ofertan en el mercado son la harina de cebada o máchica y el arroz de cebada, siendo el té de cebada un producto desconocido aún.

La pregunta fue aplicada a doce administradores o propietarios de supermercados, pero en vista de que algunos de ellos venden varios productos la frecuencia de respuestas no coincide con el número de encuestados.

2.¿Si se ofertan estos productos, en que presentaciones la hay? y

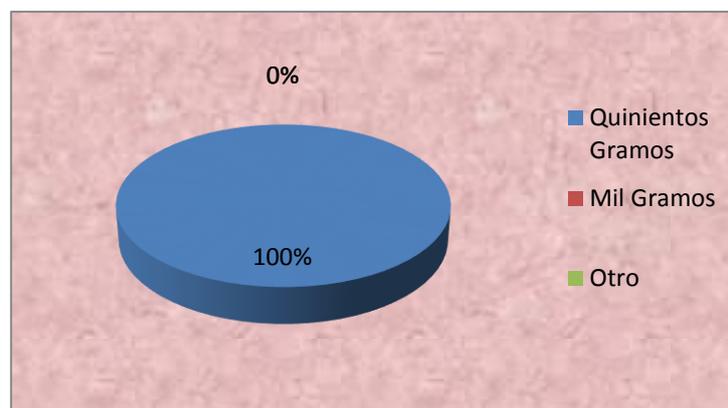
Tabla No 19

Harina de cebada

Harina de Cebada		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Quinientos Gramos	5	100
Mil Gramos	0	0
Otro	0	0
Total	5	100

Gráfico N° 15

Harina de cebada



Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Los administradores o dueños de los supermercados manifestaron claramente que la harina de cebada hay únicamente en presentación de 500 gramos, dando a entender que la presentación de 1000 gramos no está en el mercado.

El censo fue aplicado a doce administradores pero en vista de que no todos adquieren en la actualidad harina de cebada o máchica la frecuencia de respuestas no coincide con el número de censados

Tabla No 20
Té de cebada

Té de cebada		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sobre Individual	0	0
Caja de 10 sobres	0	0
Caja de 20 sobres	0	0
Caja de 25 sobres	0	0
Total	0	0

Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

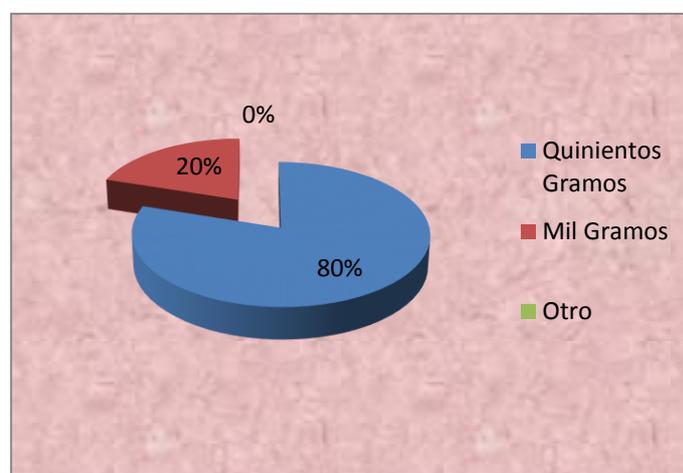
Análisis:

Después de tabular la información obtenida podemos afirmar que el té de cebada es un producto que actualmente no está en el mercado en ninguna presentación, razón por la cual los administradores censados no manifiestan respuesta alguna en ésta pregunta.

Tabla No 21
Arroz de cebada

Arroz de cebada		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Quinientos Gramos	12	80
Mil Gramos	3	20
Otro	0	0
Total	15	100

Gráfico N° 16
Arroz de cebada



Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Los resultados del censo aplicado muestran que el arroz de cebada en el mercado se lo distribuye con mayor frecuencia en la presentación de quinientos gramos, por lo cual la presentación de mil gramos será un producto con una presentación diferente que se ajuste al tamaño y economía de las familias más numerosas.

El censo fue aplicado a doce administradores, pero en vista de que algunos de ellos adquieren el mismo producto en dos presentaciones diferentes ocasiona que la frecuencia de respuestas no coincida con el número de censados.

¿Cuál es su precio de venta?

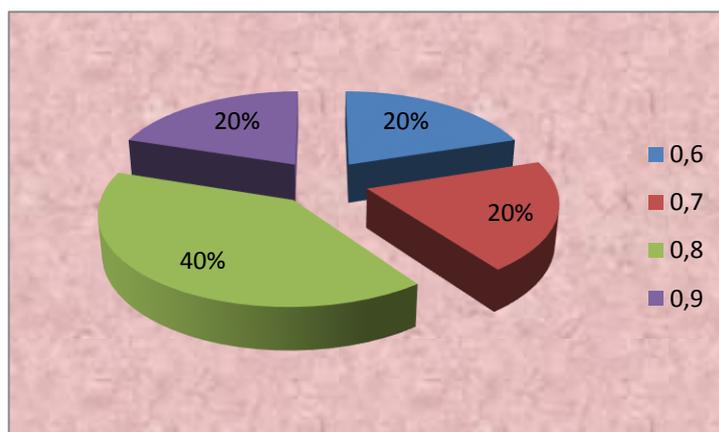
Tabla No 22

Precio harina de cebada 500 Gr.

Harina de Cebada 500 gramos		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
0,6 ctvs.	1	20
0,7 ctvs.	1	20
0,8 ctvs.	2	40
0,9 ctvs.	1	20
TOTAL	5	100

Gráfico N° 17

Precio harina de cebada 500 Gr.



Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

El precio promedio de los 500 gramos de harina de cebada o máchica según los encuestados fluctúa entre 0.60 y 0.90 centavos, siendo el precio referencial con más frecuencia ochenta centavos.

Cabe mencionar que el número de censados fue de doce, el hecho de que no todos los encuestados adquieran en la actualidad harina de cebada ocasiona que la frecuencia de respuestas no coincida con el número de censados.

Tabla No 23**Harina de cebada 1000 gramos**

Harina de Cebada 1000 gramos		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
1,60 ctvs.	0	0
1,70 ctvs.	0	0
1,80 ctvs.	0	0
1,90 ctvs.	0	0
TOTAL	0	0

Fuente: Administradores Supermercados Ibarra

Elaborado por: las Autoras

Análisis:

La harina de cebada en presentación de mil gramos actualmente en los supermercados y bodegas relevantes de la ciudad no está en oferta por lo cual el número de frecuencia de respuestas está en cero y no coincide con el número de administradores o propietarios encuestados.

Tabla No 24**Té de cebada caja de 10 sobres**

Té de Cebada caja de 10 sobres		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
0,80 ctvs.	0	0
0,90 ctvs.	0	0
1,00 ctvs.	0	0
Total	0	0

Tabla No 25**Té de cebada caja de 20 sobres**

Té de Cebada caja de 20 sobres		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
1,25 ctvs.	0	0
1.50 ctvs.	0	0
1.75 ctvs.	0	0
Total	0	0

Tabla No 26**Té de cebada caja de 25 sobres**

Té de Cebada caja de 25 sobres		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
1,90 ctvs.	0	0
2,00 ctvs.	0	0
2.30 ctvs.	0	0
Total	0	0

Fuente: Administradores Supermercados Ibarra

Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Tal y como se puede evidenciar en los cuadros después de tabular los censos realizados a los propietario o administradores de supermercados de la ciudad no se puede obtener un precio referencial del té de cebada debido a que éste es un producto nuevo.

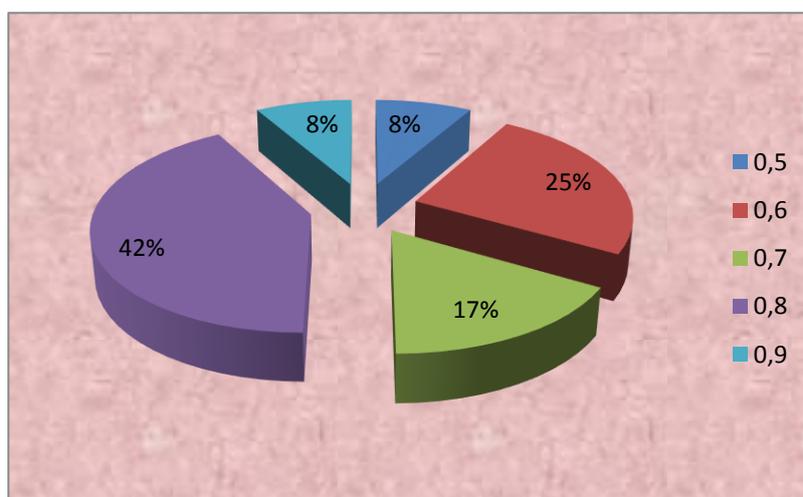
Tabla No 27

Precio arroz de cebada 500 Gramos

Arroz de Cebada 500 Gramos		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
0,5	1	8
0,6	3	25
0,7	2	17
0,8	5	42
0,9	1	8
Total	12	100

Gráfico N° 18

Precio arroz de cebada 500 Gramos



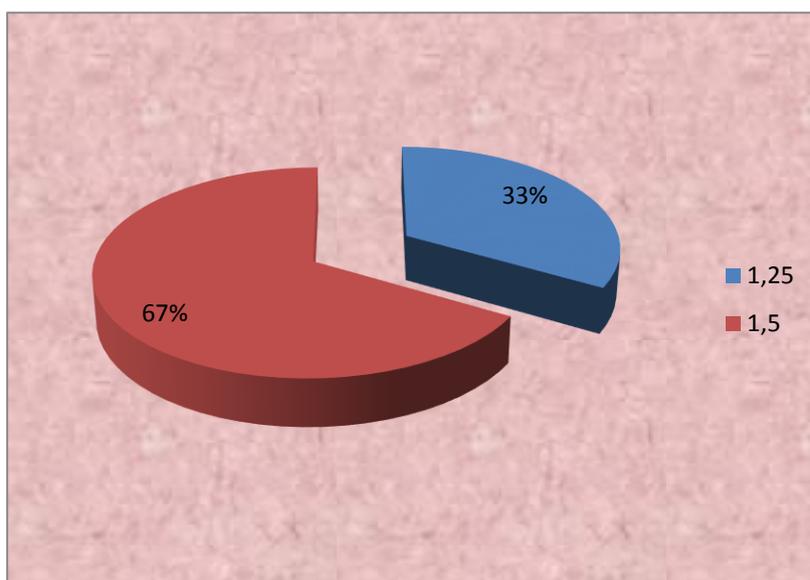
Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

El precio referencial existente en el mercado del arroz de cebada de 500 gramos según los encuestados se encuentra ubicado entre 0.60 y 0.80 centavos.

Tabla No 28**Precio arroz de cebada 1000 Gr.**

Arroz de Cebada 1000 Gr.		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
1,25	1	33
1,5	2	67
Total	3	100

Gráfico N° 19**Precio arroz de cebada 1000 Gr.**

Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

El arroz de cebada de 1000 gramos tiene actualmente un precio referencial de 1.50, tomando también en cuenta que su oferta es muy escasa.

El censo se aplicó a doce administradores de supermercados de la ciudad, pero de los doce censados únicamente tres adquieren el arroz de cebada en presentación de mil gramos, razón por la cual la frecuencia de respuestas no coincide con el número de censados.

1.¿Cuál es la cantidad promedio mensual que usted adquiere de los siguientes productos?

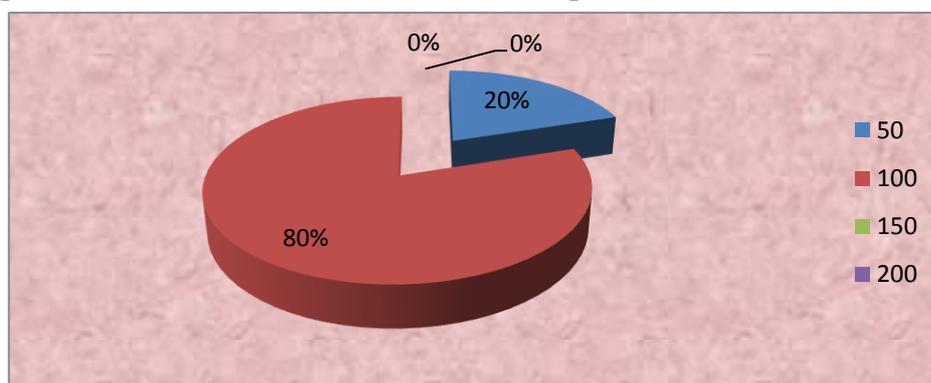
Tabla No 29

Demanda promedio mensual de harina de cebada en presentación de 500 Gr.

Harina de Cebada en fundas de 500 Gr.		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
50 fundas	1	20
100 fundas	4	80
150 fundas	0	0
200 fundas	0	0
Total	5	100

Gráfico N° 20

Demanda promedio mensual de harina de cebada en presentación de 500 Gr.



Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Los encuestados manifiestan que la cantidad promedio mensual que ellos adquieren de harina de cebada en presentación de 500 Gramos es mayoritariamente de 100 fundas mensuales.

Éste instrumento de investigación se aplicó a doce administradores de supermercados de la ciudad, pero de los doce censados únicamente cinco adquieren éste producto en presentación de 500 gramos, razón por la cual la frecuencia de respuestas no coincide con el número de censados.

Tabla No 30**Harina de cebada 1000 Gr.**

Harina de Cebada 1000 Gr.		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
50 fundas	0	0
75 Fundas	0	0
100 fundas	0	0
125 fundas	0	0
Total	0	0

Fuente: Administradores Supermercados Ibarra

Elaborado por: las Autoras

Análisis

Éste censo se aplicó a doce administradores de supermercados de la ciudad, después de tabular la información obtenida se puede evidenciar que no existe oferta actual de harina de cebada en presentación de mil gramos, razón por la cual la frecuencia de las respuestas no cuadra con el número de censados.

Tabla No 31**Té de cebada caja de 10 sobres**

Té de Cebada caja de 10 sobres		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
50 cajas	0	0
100 cajas	0	0
150 cajas	0	0
Total	0	0

Tabla No 32**Té de Cebada caja de 20 sobres**

Té de Cebada caja de 20 sobres		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
50 cajas	0	0
100 cajas	0	0
150 cajas	0	0
Total	0	0

Tabla No 33**Té de Cebada caja de 25 sobres**

Té de Cebada caja de 25 sobres		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
50 cajas	0	0
100 cajas	0	0
150 cajas	0	0
Total	0	0

Fuente: Administradores Supermercados Ibarra

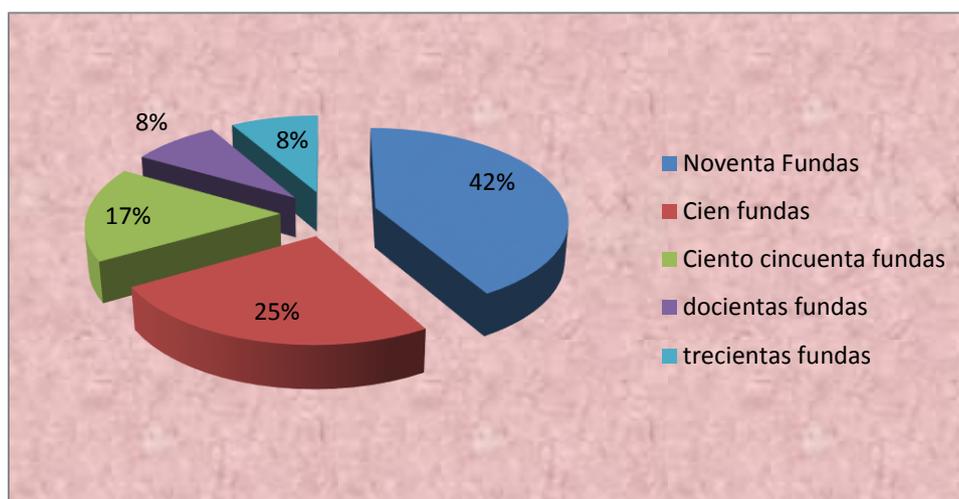
Elaborado por: las Autoras

Análisis

Como se puede verificar en las tablas no existe en los supermercados de la ciudad de Ibarra oferta de té de cebada en ninguna presentación, razón por la cual la frecuencia de respuestas no coincide con el número de censados.

Tabla No 34***Demanda promedio mensual arroz de cebada en presentación 500 Gr.***

Arroz de Cebada 500 Gr.		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Noventa Fundas	5	42
Cien fundas	3	25
Ciento cincuenta fundas	2	17
doscientas fundas	1	8
trescientas fundas	1	8
Total	12	100

Gráfico N° 21***Demanda promedio mensual arroz de cebada en presentación 500 Gr.***

Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

La demanda actual promedio mensual según los encuestados de arroz de cebada en presentación de 500 Gramos está en mayor parte entre noventa y cien fundas mensuales.

Tabla No 35**Arroz de cebada 1000 gr.**

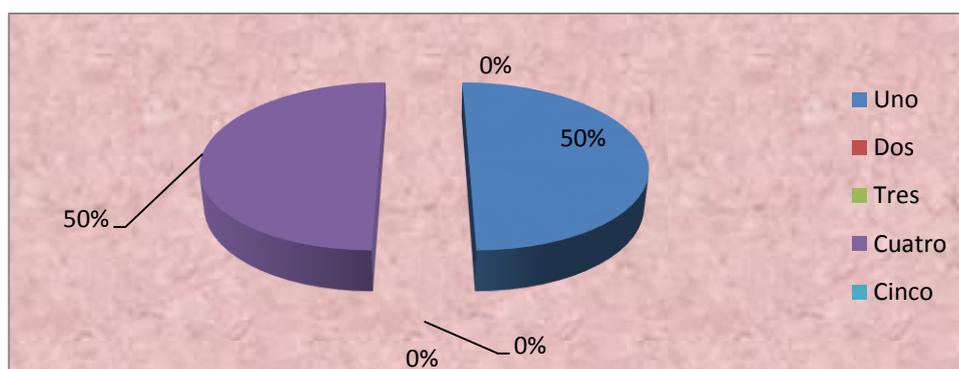
Arroz de cebada 1000 gr.		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
50 fundas	0	0
75 Fundas	0	0
100 fundas	0	0
125 fundas	0	0
Total	0	0

Análisis:

Los resultado de la aplicación de éste instrumento de información primaria indican que la oferta actual a los supermercados de la ciudad de Ibarra de Arroz de cebada en presentación de 1000 gramos es nula, razón por la cual la frecuencia de respuestas no coincide con el número de censados.

Tabla No 36***Demanda promedio mensual arroz de cebada presentación quintal***

Arroz de Cebada Quintal		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Uno	2	50
Dos	0	0
Tres	0	0
Cuatro	2	50
Cinco	0	0
Total	4	100

Gráfico N° 22***Demanda promedio mensual arroz de cebada presentación quintal***

Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
 Elaborado por: las Autoras

Análisis:

El arroz de cebada en presentación quintal no tiene un porcentaje alto de demanda, según los resultados obtenidos se puede indicar que su consumo está entre uno y cuatro quintales mensuales.

Éste censo se aplicó a doce administradores de supermercados de la ciudad, después de tabular la información obtenida se puede evidenciar que únicamente cuatro supermercados adquieren arroz de cebada en presentación quintal, razón por la cual la frecuencia de las respuestas no coincide con el número de censados.

2.¿Cuál es la cantidad promedio mensual que usted vende de los siguientes productos?

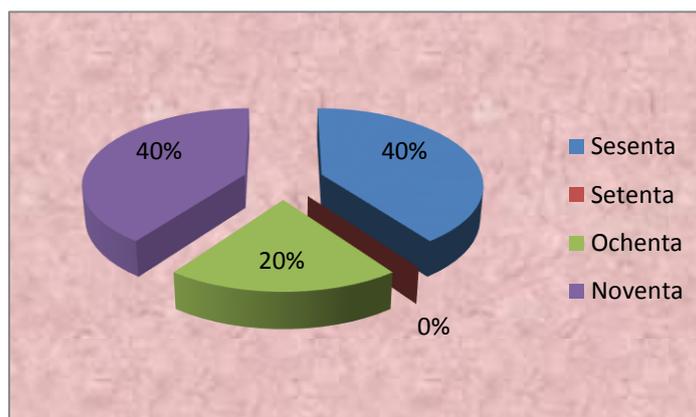
Tabla No 37

Ventas promedio mensual harina de cebada presentación 500 Gr.

Harina de Cebada 500 Gr.		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sesenta	2	40
Setenta	0	0
Ochenta	1	20
Noventa	2	40
Total	5	100

Gráfico N° 23

Ventas promedio mensual harina de cebada presentación 500 Gr.



Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Después de aplicar las encuestas se puede indicar que las ventas actuales de harina de cebada de 500 Gramos se encuentran entre un rango de sesenta y noventa fundas mensuales.

Éste censo se aplicó a doce administradores de supermercados de la ciudad, después de tabular la información obtenida se puede evidenciar que únicamente cinco supermercados adquieren y comercializan harina de cebada en presentación de 500 gramos, razón por la cual la frecuencia de las respuestas no coincide con el número de censados.

Tabla No 38**Harina de cebada 1000 gr.**

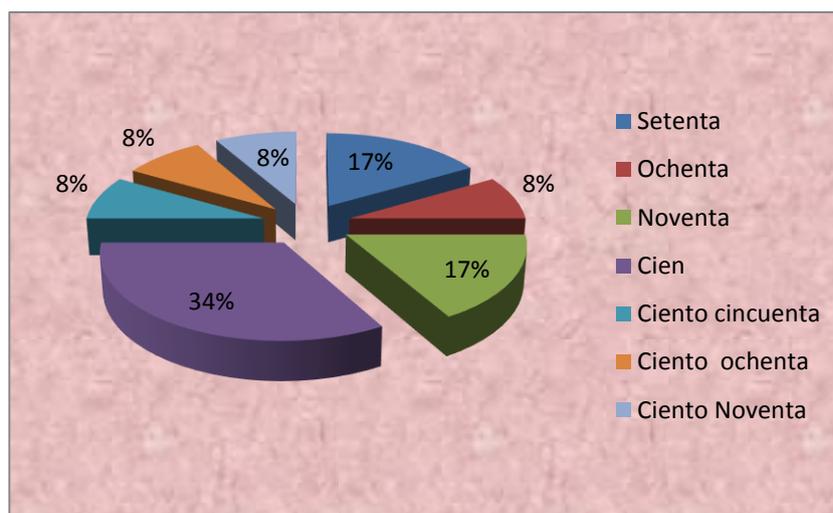
Harina de cebada 1000 gr.		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
50 fundas	0	0
75 Fundas	0	0
100 fundas	0	0
125 fundas	0	0
Total	0	0

Análisis:

Éste censo se aplicó a doce administradores de supermercados de la ciudad, después de tabular la información obtenida se puede evidenciar que ninguno de ellos adquiere y comercializa harina de cebada en presentación de 1000 gramos debido a que no existe oferta, igual manera respuestas no coincide con el número de censados

Tabla No 39**Ventas promedio mensual arroz de cebada presentación 500 Gr.**

Arroz de Cebada 500 Gr.		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Setenta	2	17
Ochenta	1	8
Noventa	2	17
Cien	4	33
Ciento cincuenta	1	8
Ciento ochenta	1	8
Ciento Noventa	1	8
Total	12	100

Gráfico N° 24**Ventas promedio mensual arroz de cebada presentación 500 Gr.**

Fuente: Administradores Supermercados Ibarra

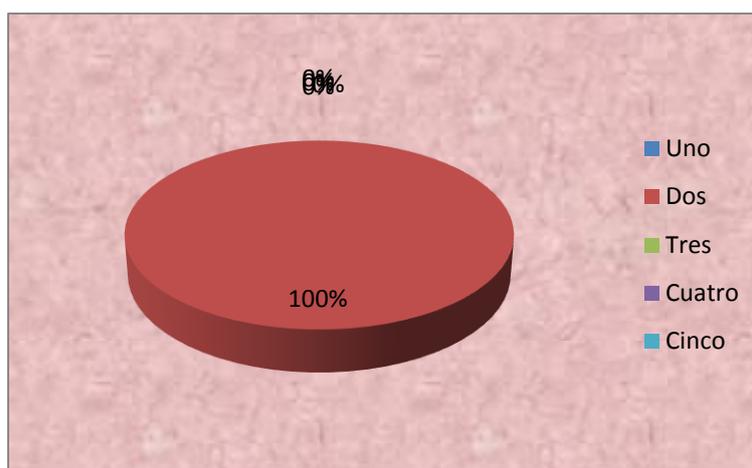
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

En la actualidad, los supermercados relevantes del sector venden un promedio de 100 fundas de quinientos gramos de arroz de cebada al mes.

Tabla No 40**Ventas promedio mensual arroz de cebada quintal**

Arroz de Cebada Quintal		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Uno	0	0
Dos	2	100
Tres	0	0
Cuatro	0	0
Cinco	0	0
Total	2	100

Gráfico N° 25**Ventas promedio mensual arroz de cebada quintal**

Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

La presentación del arroz de cebada en quintal se la vende en un promedio de dos quintales por cada supermercado al mes.

Cabe señalar que éste censo se lo aplicó a doce administradores o propietarios de supermercados, pero de los doce censados únicamente dos manifestaron que comercializan arroz de cebada por quintal.

3. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir a una nueva empresa productos elaborados a base de cebada?

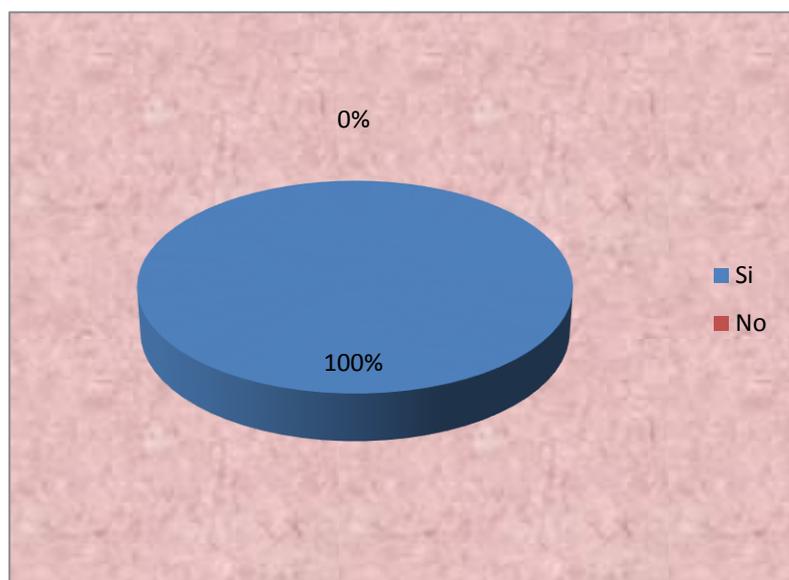
Tabla No 41

Disponibilidad para adquirir productos a una nueva empresa

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	100
No	0	0
Total	12	100

Gráfico N° 26

Disponibilidad para adquirir productos a una nueva empresa



Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Los administradores o propietarios de supermercados y grandes bodegas de la ciudad de Ibarra manifestaron la disponibilidad para trabajar con proveedores nuevos y productos diferentes a los comunes.

4. ¿Qué cantidad de cada producto compraría a la nueva empresa?

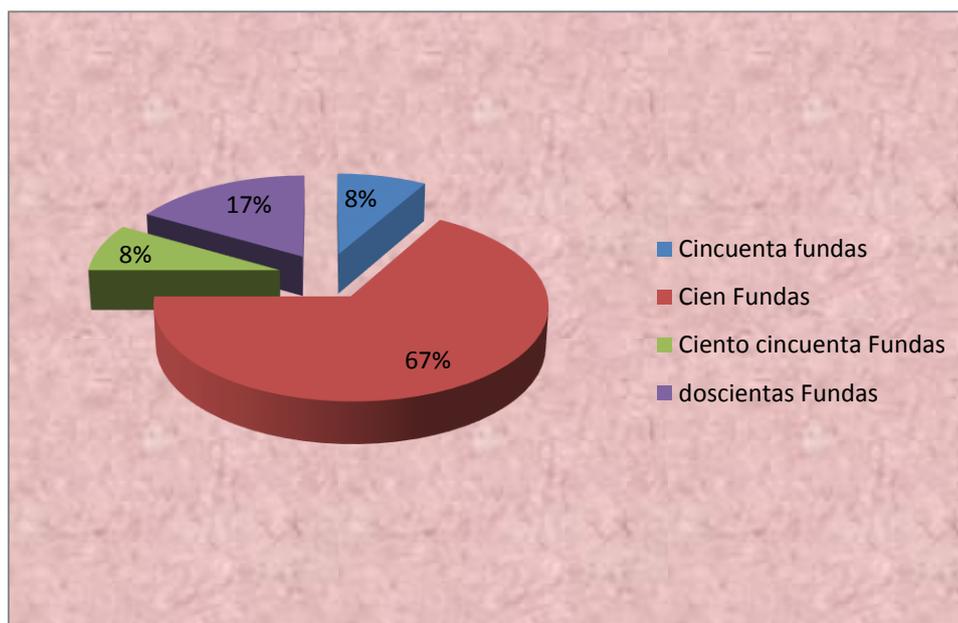
Tabla No 42

Demanda a la nueva empresa de harina de cebada, presentación 500 Gr.

Harina de Cebada 500 Gr.		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Cincuenta fundas	1	8
Cien Fundas	8	67
Ciento cincuenta Fundas	1	8
doscientas Fundas	2	17
Total	12	100

Gráfico N° 27

Demanda a la nueva empresa de harina de cebada, presentación 500 Gr.



Fuente: Administradores Supermercados Ibarra

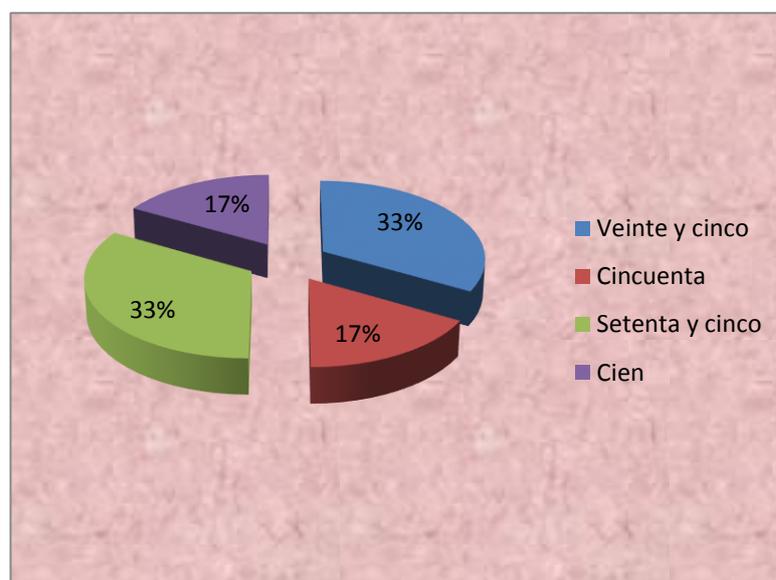
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Los encuestados manifiestan que su demanda a la nueva empresa en cuanto a harina de cebada de quinientos gramos se concentraría principalmente en cien fundas mensuales.

Tabla No 43***Demanda a la nueva empresa de harina de cebada presentación 1000 Gr.***

Harina de Cebada 1000 Gr.		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Veinticinco	4	33
Cincuenta	2	17
Setenta y cinco	4	33
Cien	2	17
Total	12	100

Gráfico N° 28***Demanda a la nueva empresa de harina de cebada presentación 1000 Gr.***

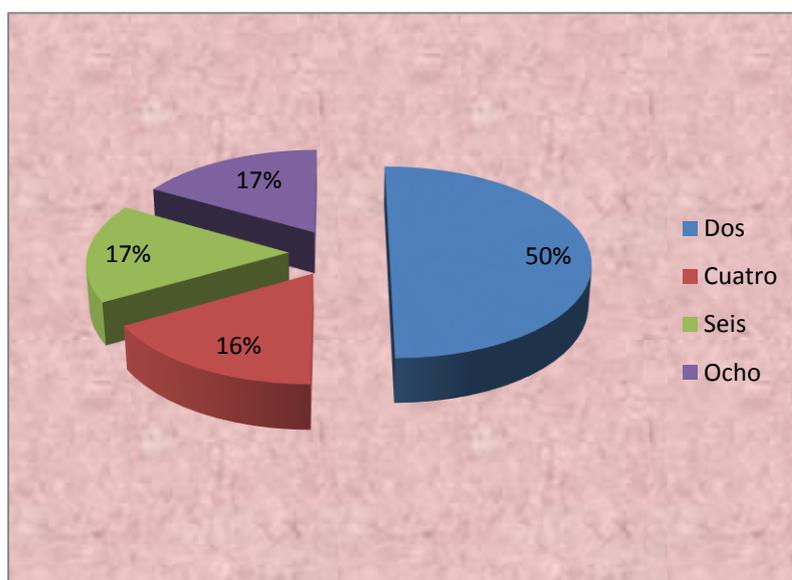
Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Los resultados del censo aplicado a los administradores de los supermercados de la ciudad de Ibarra muestran que todos están dispuestos a recibir nuevos proveedores y entre los productos a adquirir se encuentra la harina de cebada en presentación de 1000 gramos en un promedio entre las veinticinco y cien fundas mensuales.

Tabla No 44***Demanda a la nueva empresa de harina de cebada presentación quintal***

Harina de Cebada Quintal.		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Dos	6	50
Cuatro	2	17
Seis	2	17
Ocho	2	17
Total	12	100

Gráfico N° 29***Demanda a la nueva empresa de harina de cebada presentación quintal***

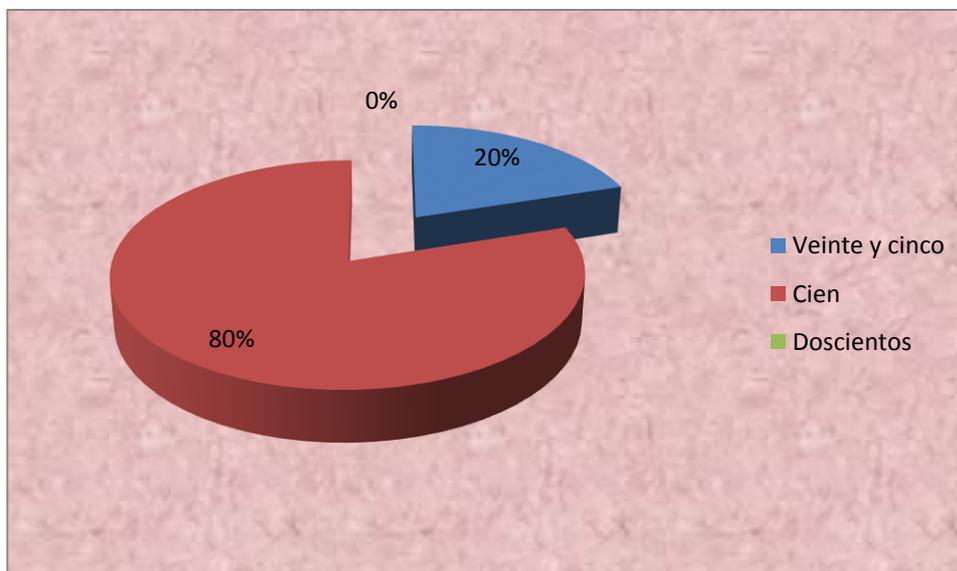
Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Los resultados del censo indican que la harina de cebada en presentación quintal en los supermercados de la ciudad de Ibarra será comprada con mayor frecuencia en la cantidad mínima de dos quintales mensuales.

Tabla No 45***Demanda a la nueva empresa de té de cebada, presentación 10 sobres***

Té de Cebada 10 sobres		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Veinte y cinco	1	20
Cien	4	80
Doscientos	0	0
Total	5	100

Gráfico N° 30***Demanda a la nueva empresa de té de cebada, presentación 10 sobres***

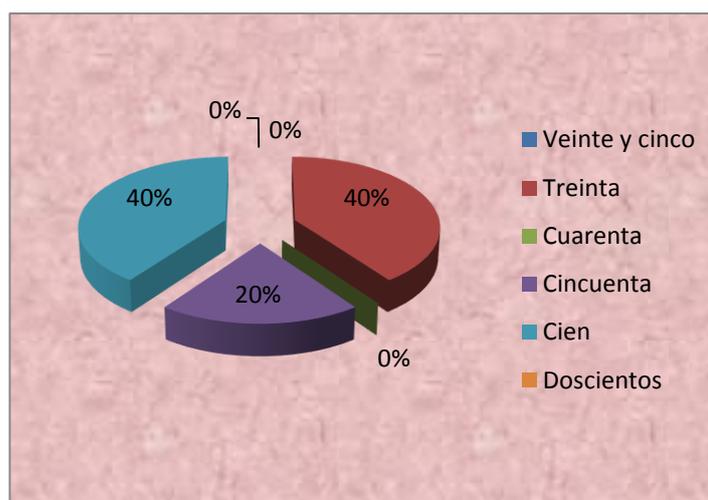
Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Después de aplicar el censo a los propietarios o administradores de los supermercados de la ciudad de Ibarra se puede indicar que únicamente cinco de ellos están dispuestos a adquirir un producto nuevo como es el té de cebada con una adquisición promedio mensual de cien cajas, razón por la cual la frecuencia de respuestas no coincide con el número total de censados.

Tabla No 46***Demanda a la nueva empresa de té de cebada, presentación 20 sobres***

Té de Cebada 20 sobres		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Veinte y cinco	0	0
Treinta	2	40
Cuarenta	0	0
Cincuenta	1	20
Cien	2	40
Doscientos	0	0
Total	5	100

Gráfico N° 31***Demanda a la nueva empresa de té de cebada, presentación 20 sobres***

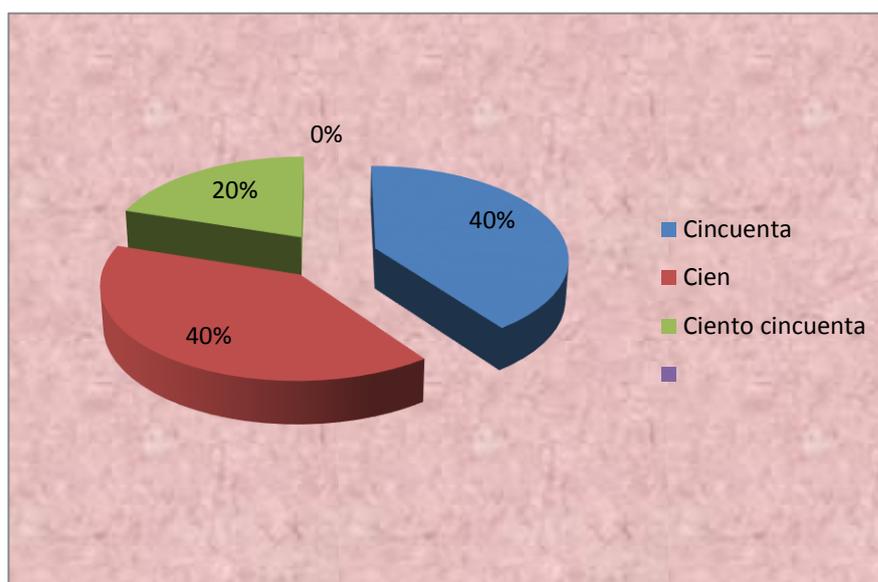
Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Los administradores o propietarios de supermercados de la ciudad de Ibarra censados fueron doce, pese a ello la frecuencia de respuesta coincide con cinco, esto se debe a que únicamente cinco administradores se muestran interesados en adquirir el té de cebada, en presentación de 20 sobres por caja el promedio se encuentra entre treinta y cien cajas mensuales.

Tabla No 47***Demanda a la nueva empresa de té de cebada, presentación 25 sobres***

Té de Cebada 25 sobres		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Cincuenta	2	40
Cien	2	40
Ciento cincuenta	1	20
Dos Cientos	0	0
Total	5	100

Gráfico N° 32***Demanda a la nueva empresa de té de cebada, presentación 25 sobres***

Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

La adquisición a la nueva empresa de cajas de veinticinco sobres de té de cebada la harán únicamente cinco posibles clientes de los doce encuestados, el promedio mensual por cada cliente está entre cincuenta y cien cajas.

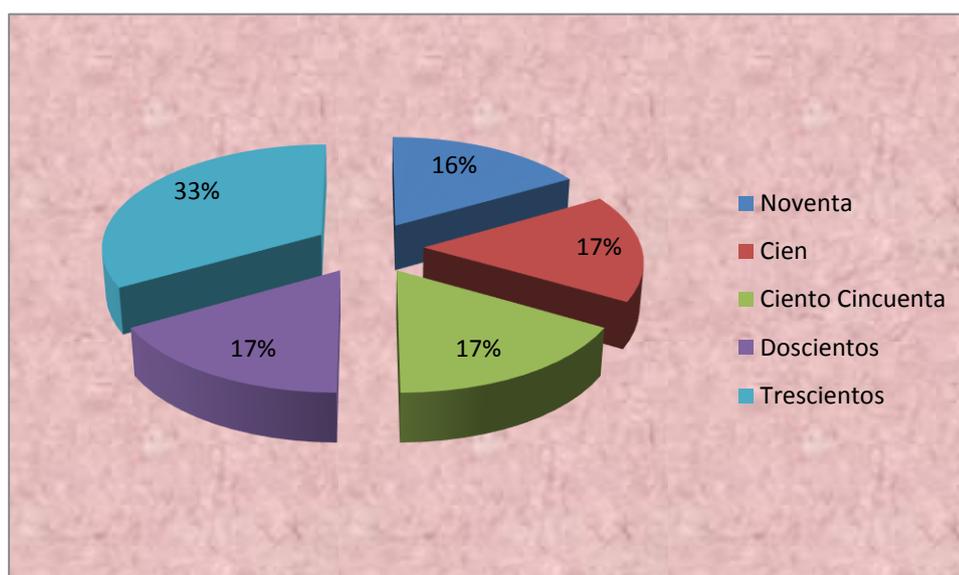
Tabla No 48

Demanda a la nueva empresa de arroz de cebada, presentación 500 Gr.

Arroz de Cebada 500 Gr.		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Noventa	2	17
Cien	2	17
Ciento Cincuenta	2	17
Doscientos	2	17
Trescientos	4	33
Total	12	100

Gráfico N° 33

Demanda a la nueva empresa de arroz de cebada, presentación 500 Gr.



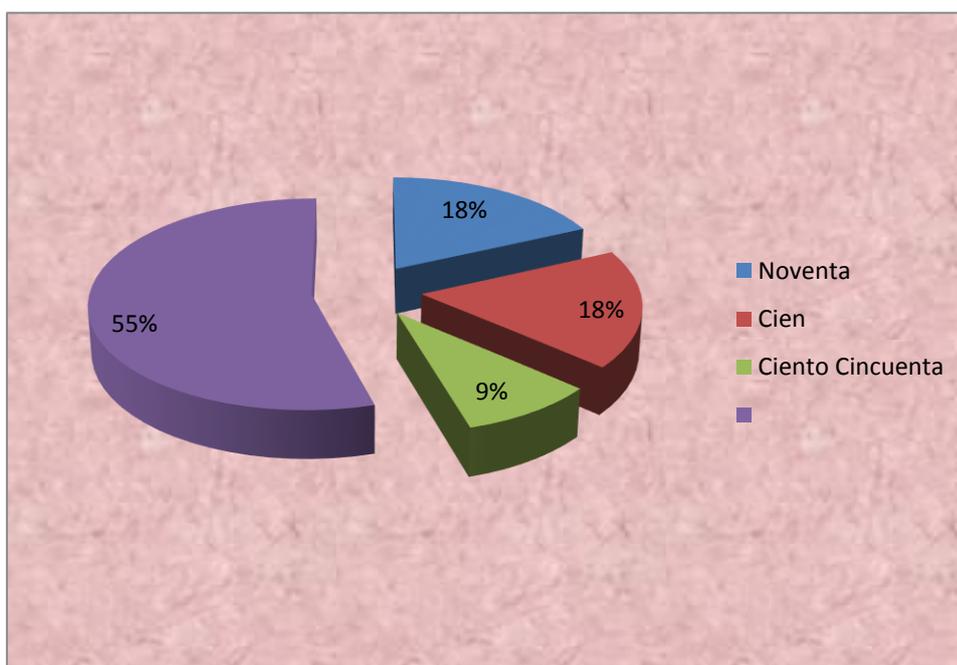
Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Después de analizar la información obtenida del censo aplicado a los administradores de los supermercados relevantes de la ciudad de Ibarra se puede señalar que están dispuestos a adquirir arroz de cebada en presentación de quinientos gramos de forma mensual.

Tabla No 49***Demanda a la nueva empresa de arroz de Cebada, presentación 1000 Gr.***

Arroz de Cebada 1000 Gr.		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Noventa	2	17
Cien	2	17
Ciento Cincuenta	1	8
Doscientos	6	50
Trescientos	1	8
Total	12	100

Gráfico N° 34***Demanda a la nueva empresa de arroz de Cebada, presentación 1000 Gr.***

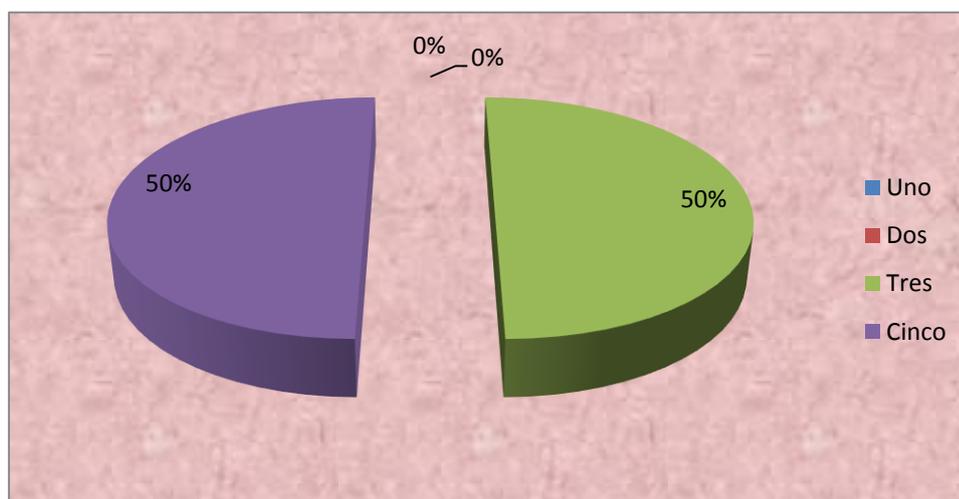
Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Los censados manifestaron su interés de adquirir de forma mensual un promedio entre cien y doscientas fundas de arroz de cebada en presentación de mil gramos

Tabla No 50***Demanda a la nueva empresa de arroz de cebada, presentación quintal***

Arroz de Cebada Quintal.		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Uno	0	0
Dos	0	0
Tres	2	50
Cinco	2	50
Total	4	100

Gráfico N° 35***Demanda a la nueva empresa de arroz de cebada, presentación quintal***

Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

El censo se lo aplico a doce administradores de supermercados de la ciudad de Ibarra, de ellos únicamente cuatro manifestaron querer adquirir arroz de cebada en presentación quintal, razón por la cual no coincide la frecuencia de respuestas con el número total de censados.

5. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por los productos a base de cebada?

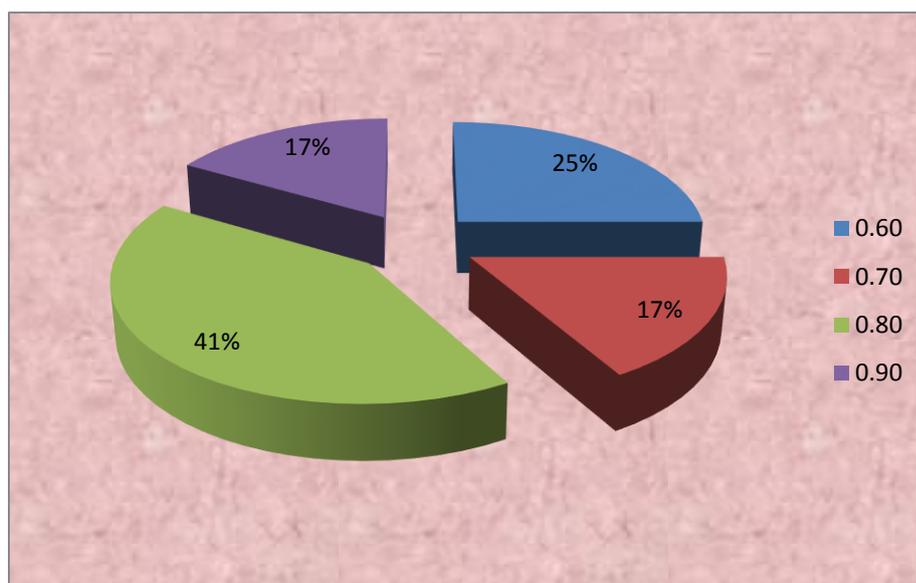
Tabla No 51

Precio dispuesto a pagar, harina de cebada 500 Gr.

Harina de Cebada 500 Gr.		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
0.60	3	25
0.70	2	17
0.80	5	41
0.90	2	17
Total	12	100

Gráfico N° 36

Precio dispuesto a pagar, harina de cebada 500 Gr.



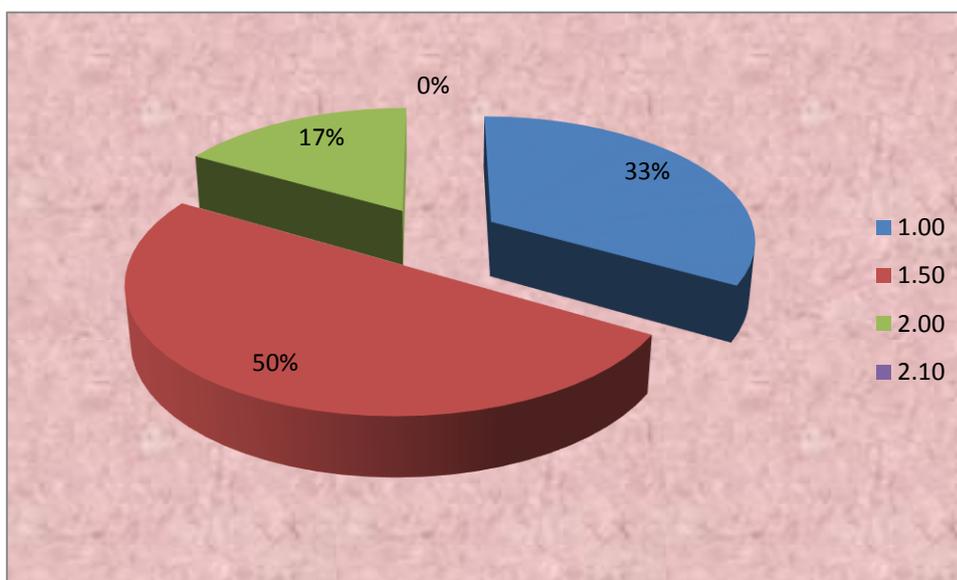
Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Después de tabular la información obtenida en el censo a los administradores de los supermercados de la ciudad de Ibarra se puede evidenciar que el precio promedio dispuestos a pagar en su mayor parte es de ochenta centavos por la funda de harina de cebada de quinientos gramos.

Tabla No 52**Precio dispuestos a pagar, harina de cebada 1000 Gr.**

Harina de Cebada 1000 Gr.		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
1.00	4	33
1.50	6	50
2.00	2	17
2.10	0	0
Total	12	100

Gráfico N° 37**Precio dispuestos a pagar, harina de cebada 1000 Gr.**

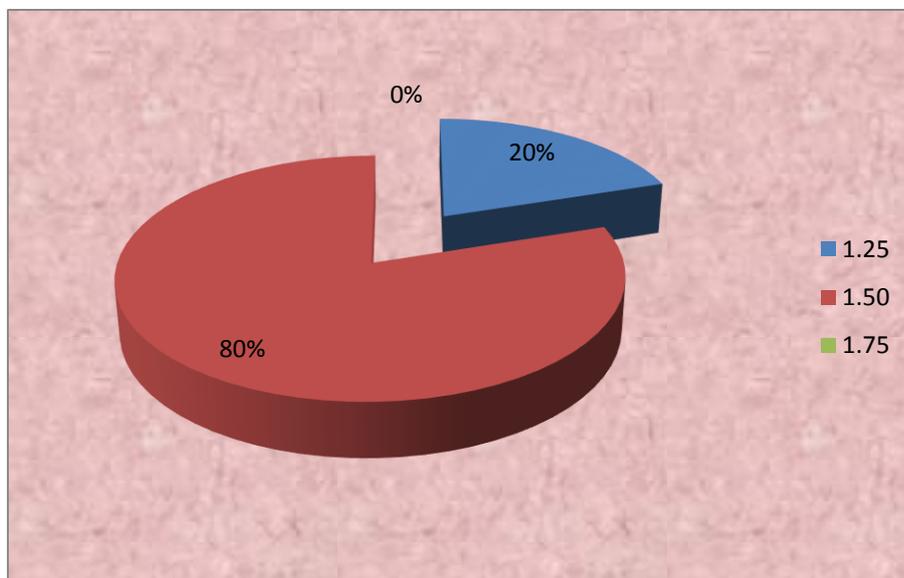
Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Los administradores censados manifiestan que el precio promedio a pagar por funda de mil gramos de harina de cebada es de un dólar cincuenta centavos.

Tabla No 53**Precio dispuestos a pagar, té de cebada 10 sobres**

Té de Cebada 10 sobres		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
1.25	1	20
1.50	4	80
1.75	0	0
Total	5	100

Gráfico N° 38**Precio dispuestos a pagar, té de cebada 10 sobres**

Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

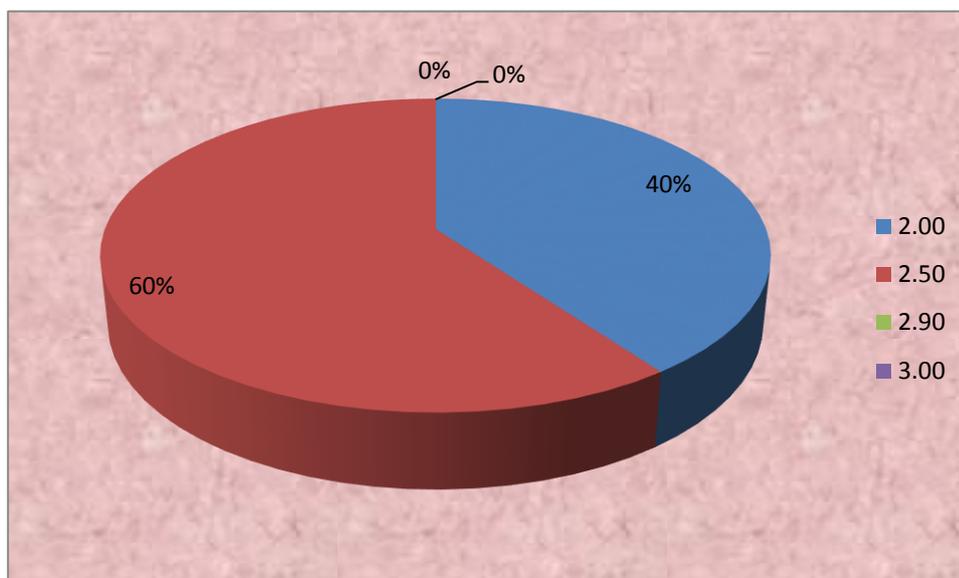
Análisis:

El precio promedio dispuestos a pagar los administradores de los supermercado de la ciudad de Ibarra por una caja de diez sobres de té de cebada es de un dólar cincuenta.

Cabe señalar que el censo se lo realizó a doce personas, pero únicamente cinco muestran interés por comprar el té de cebada en todas sus presentaciones ya que éste es un producto nuevo en el mercado.

Tabla No 54**Precio dispuestos a pagar, té de cebada 20 sobres**

Té de Cebada 20 sobres		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
2.00	2	40
2.50	3	60
2.90	0	0
3.00	0	0
Total	5	100

Gráfico N° 39**Precio dispuestos a pagar, té de cebada 20 sobres**

Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

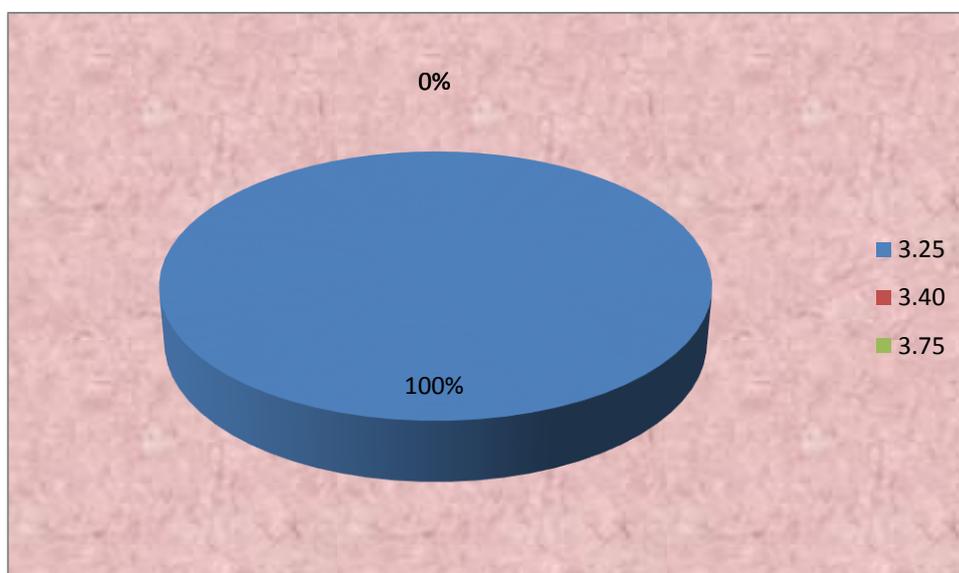
Análisis:

El precio que los administradores están dispuestos a pagar por una caja con veinte sobres de té de cebada es de dos dólares con cincuenta centavos en su mayor parte.

Cabe señalar que el censo se lo realizó a doce personas, pero únicamente cinco muestran interés por comprar el té de cebada en todas sus presentaciones ya que éste es un producto nuevo en el mercado.

Tabla No 55**Precio dispuestos a pagar, té de cebada 25 sobres**

Té de Cebada 25 sobres		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
3.25	5	100
3.40	0	0
3.75	0	0
Total	5	100

Gráfico N° 40**Precio dispuestos a pagar, té de cebada 25 sobres**

Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

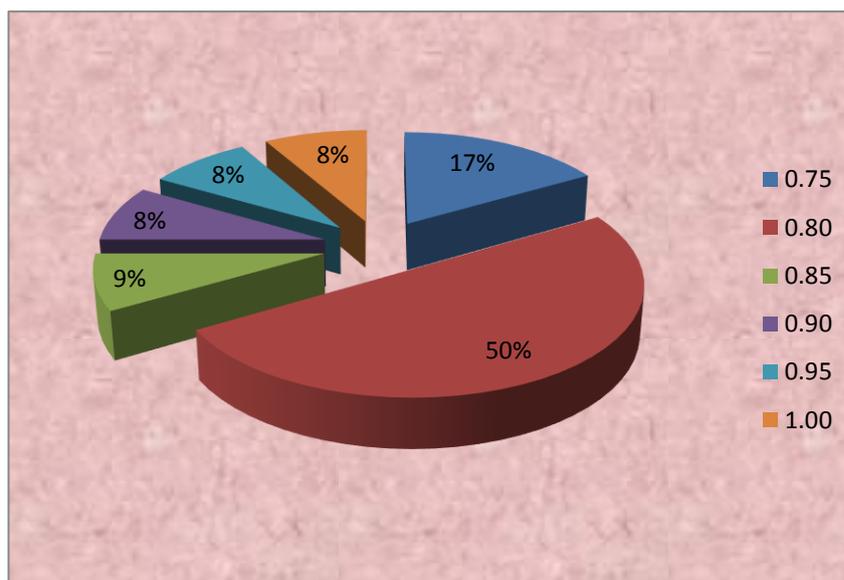
Análisis:

El precio dispuesto a pagar los posibles clientes por una caja de té de cebada con veinticinco sobres es de tres dólares con veinte y cinco centavos

Cabe señalar que el censo se lo realizó a doce personas, pero únicamente cinco muestran interés por comprar el té de cebada en todas sus presentaciones ya que éste es un producto nuevo en el mercado.

Tabla No 56**Precio dispuestos a pagar, arroz de cebada 500 Gr.**

Arroz de Cebada 500 Gr.		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
0.75	2	17
0.80	6	50
0.85	1	8
0.90	1	8
0.95	1	8
1.00	1	8
Total	12	100

Gráfico N° 41**Precio dispuestos a pagar, arroz de cebada 500 Gr.**

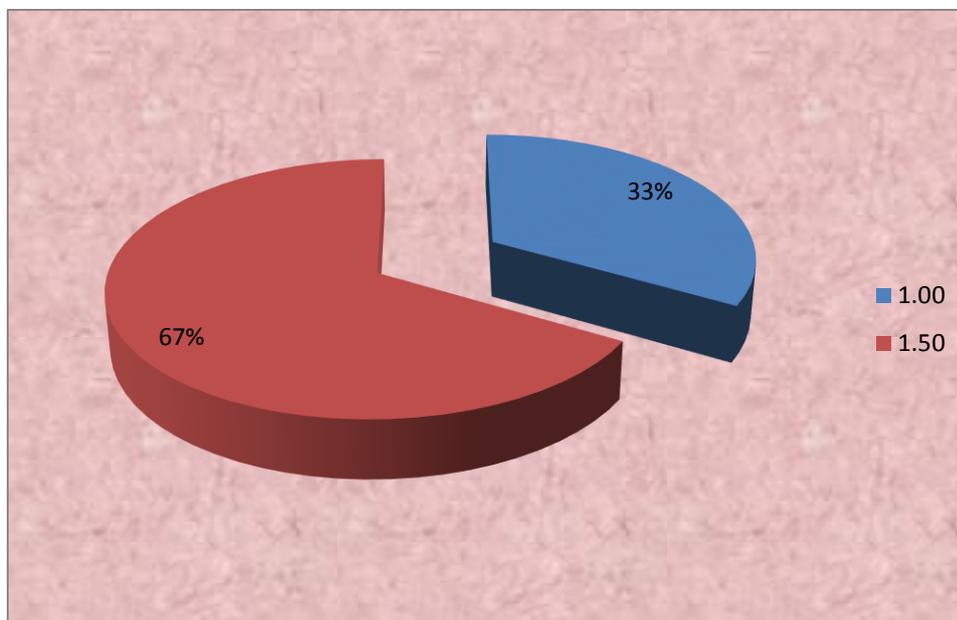
Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Después de tabular y analizar la información obtenida se puede concluir que el precio que los administradores de los supermercados están dispuestos a pagar por una funda de arroz de cebada de quinientos gramos es de ochenta centavos en su mayoría.

Tabla No 57**Precio dispuestos a pagar, arroz de cebada 1000 Gr.**

Arroz de Cebada 1000 Gr.		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
1.00	3	25
1.50	6	50
1.75	3	25
Total	12	100

Gráfico N° 42**Precio dispuestos a pagar, arroz de cebada 1000 Gr.**

Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

El arroz de cebada en presentación de mil gramos tiene un precio referencia de un dólar cincuenta centavos, precio fijado en los resultados del censo aplicado a los administradores o propietarios de los supermercados de la ciudad de Ibarra.

6. ¿En qué presentación prefiere los productos elaborados a base de cebada?

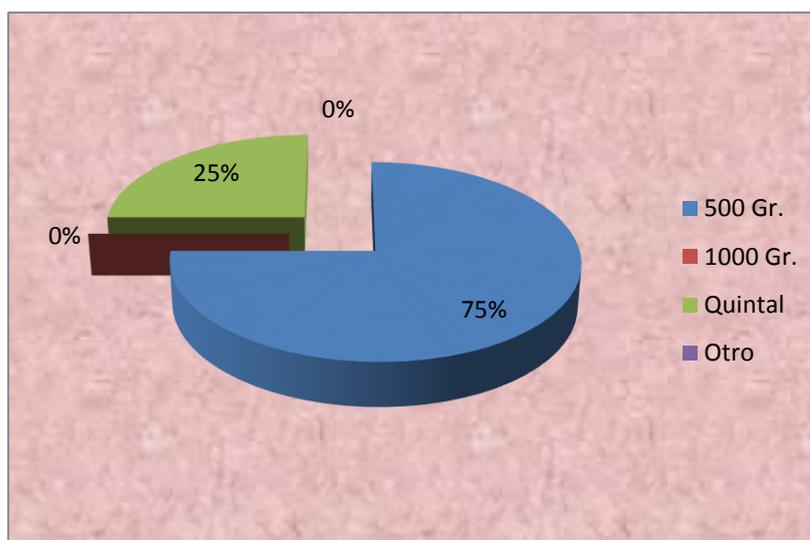
Tabla No 58

Preferencia en presentación del harina de cebada

Harina de Cebada		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
500 Gr.	9	75
1000 Gr.	0	0
Quintal	3	25
Otro	0	0
Total	12	100

Gráfico N° 43

Preferencia en presentación del harina de cebada



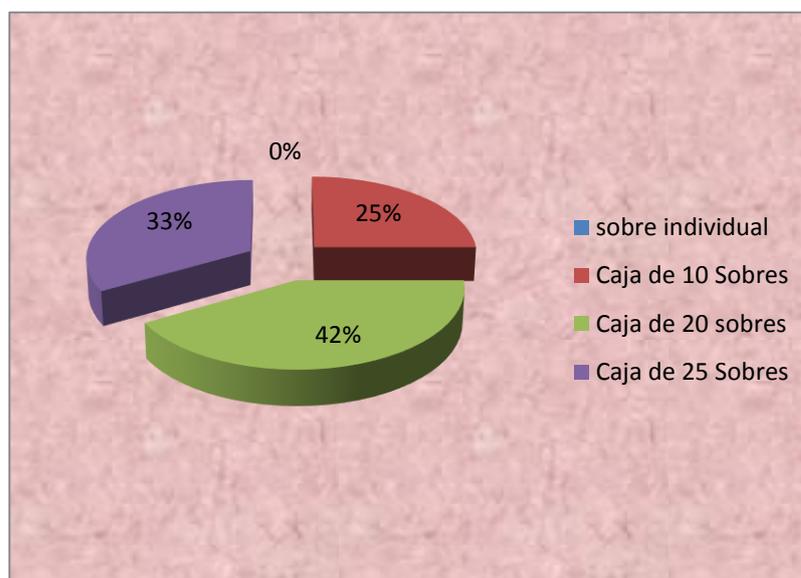
Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Como se puede evidenciar en el cuadro y gráfico anterior las presentaciones más acogida del arroz de cebada es en fundas de 500 gramos y en quintal.

Tabla No 59**Preferencia en presentación del té de cebada**

Té de Cebada		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
sobre individual	0	0
Caja de 10 Sobres	3	25
Caja de 20 sobres	5	42
Caja de 25 Sobres	4	33
Total	12	100

Gráfico N° 44**Preferencia en presentación del té de cebada**

Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

El Té de cebada tiene mayor acogida en presentación de cajas que contengan veinte sobres, pero, las presentaciones de diez y veinticinco sobres por caja también tienen aceptación por los posibles clientes.

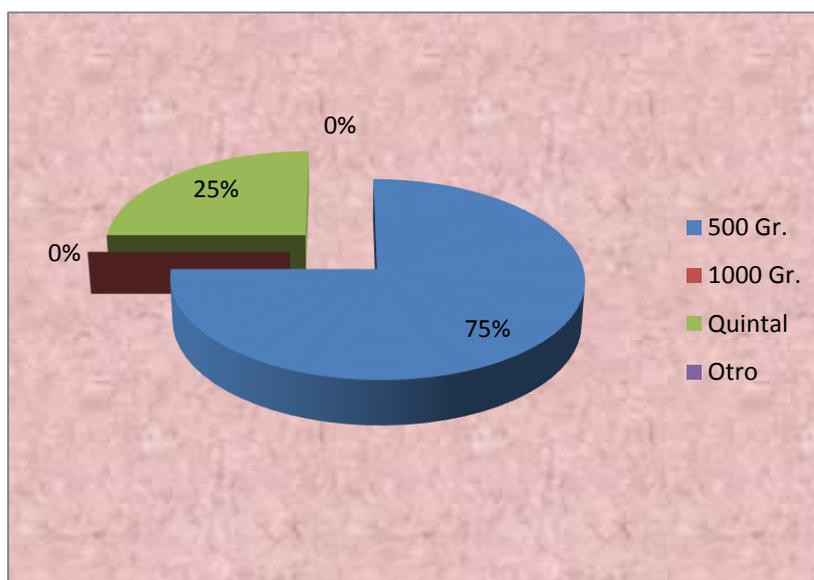
Tabla No 60

Preferencia en presentación del arroz de cebada

Arroz de Cebada		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
500 Gr.	9	75
1000 Gr.	0	0
Quintal	3	25
Otro	0	0
Total	12	100

Gráfico N° 45

Preferencia en presentación del arroz de cebada



Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

El arroz de cebada tiene preferencia en presentación de quinientos gramos y también en quintal.

7. ¿Qué características considera que deberían de prevalecer en los productos elaborados a base de cebada?

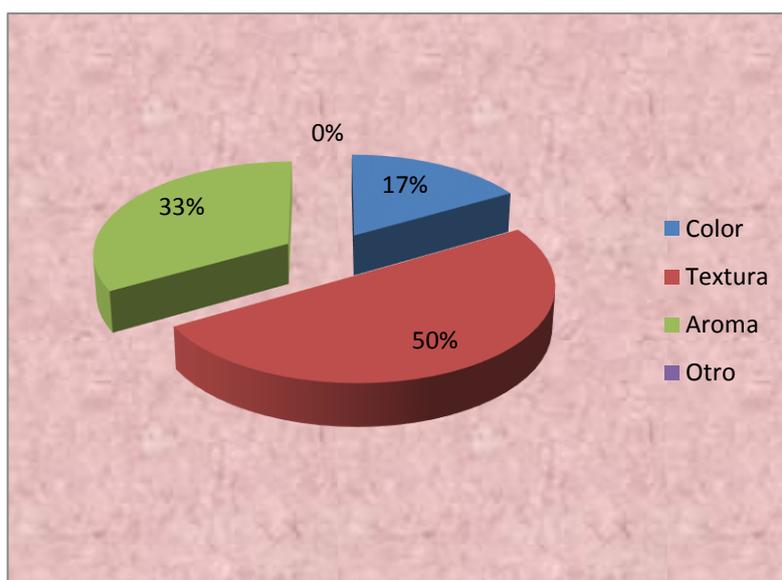
Tabla No 61

Características que deben prevalecer en la harina de cebada

Harina de Cebada		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Color	2	17
Textura	6	50
Aroma	4	33
Otro	0	0
Total	12	100

Gráfico N° 46

Características que deben prevalecer en la harina de cebada



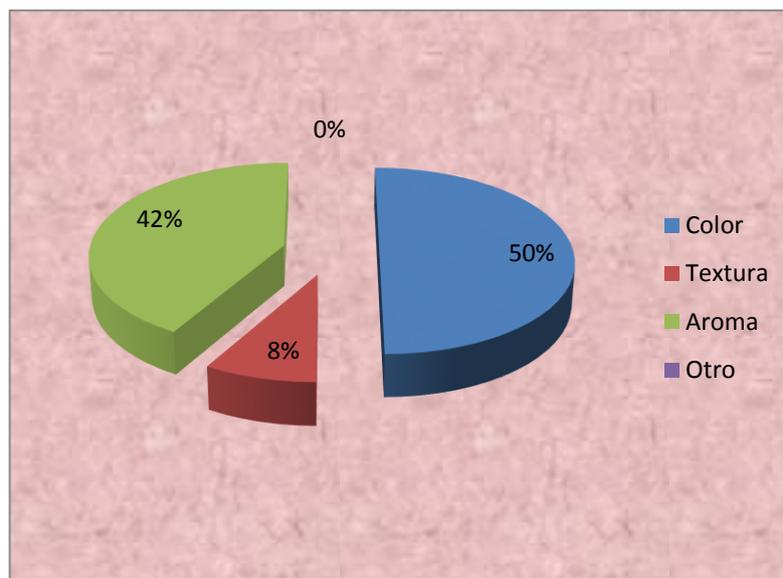
Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Las personas censadas manifiestan que la característica de fácil reconocimiento que debe prevalecer en la harina de cebada es la textura, seguida por el aroma.

Tabla No 62**Características que deben prevalecer en el té de cebada**

Té de Cebada		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Color	6	50
Textura	1	8
Aroma	5	42
Otro	0	0
Total	12	100

Gráfico N° 47**Características que deben prevalecer en el té de cebada**

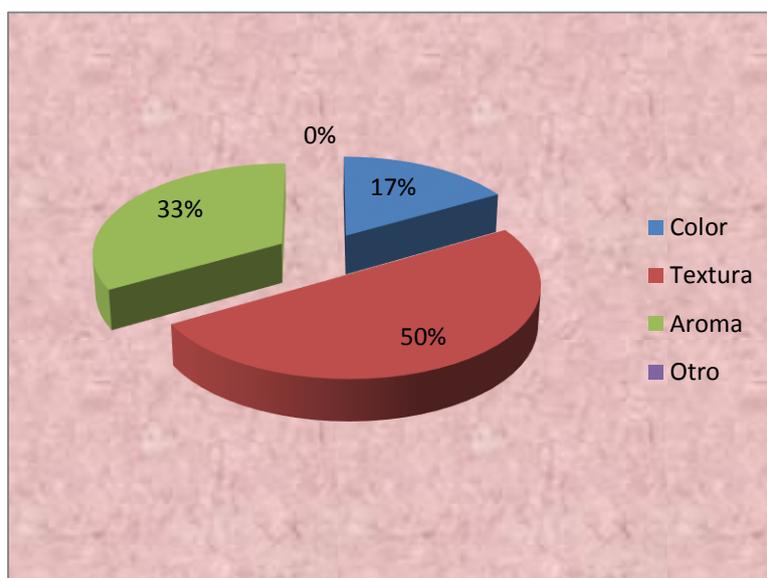
Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

El té de cebada debe tener como características principales el color y aroma para satisfacer el requerimiento de los clientes.

Tabla No 63**Características que deben prevalecer en el arroz de cebada**

Arroz de Cebada		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Color	2	17
Textura	6	50
Aroma	4	33
Otro	0	0
Total	12	100

Gráfico N° 48**Características que deben prevalecer en el arroz de cebada**

Fuente: Administradores Supermercados Ibarra
Elaborado por: las Autoras

Análisis:

Los detalles que se deben de tomar en cuenta al momento de producir el arroz de cebada para satisfacer las necesidades de los clientes son la textura y el aroma.

3.8. Identificación del producto

3.8.1. Harina de cebada

Gráfico N° 49

Harina de cebada



<http://www.ricopinoldesalcedo.com/beneficios.html>

La machica es el producto de la cebada tostada y molida también conocida como harina de cebada, proporciona importantes beneficios nutricionales, entre los que se destacan:

- La Machica es un carbohidrato complejo que ayuda a ganar masa muscular libre de tejido graso.
- Efecto protector de la células de órganos internos y de la piel, lo que previene el envejecimiento celular, por su contenido en enzimas, vitaminas, minerales y proteínas.
- Permite mantener un correcto equilibrio del agua corporal, previniendo la deshidratación y la retención de líquidos, debido a su contenido en minerales.
- Colabora con el mantenimiento de un buen peso corporal por su aportación en carbohidratos complejos.
- Brinda protección para la mujer, por su contenido en isoflavonas, que son componentes que tienen la capacidad de funcionar como los estrógenos.

- Favorece el crecimiento y mejora el sistema de defensa, por tener zinc. El zinc en el físico culturista ayuda a estimular el crecimiento muscular.
- Protege la salud del corazón, por su baja cantidad de grasa y su contenido en ácidos grasos

3.8.2. Té de cebada

Gráfico N° 50

Té de cebada



http://www.livestrong.com/es/beneficios-salud-del-lista_7988/

El té de cebada se encuentra disponible en granos sueltos o bolsitas de té de cebada tostada y semi molida. Tradicionalmente se usa para desintoxicar, para mejorar la digestión y para las infecciones del tracto urinario, entre otras aplicaciones. Mientras que estos usos no han sido probados por investigaciones científicas, el té de cebada tiene otras propiedades benéficas para la salud como son:

➤ **Antibacterial**

El té de cebada tostada interfiere con la absorción de estreptococos orales, según la edición de diciembre del 2006 del Diario de Agricultura y Química de los Alimentos. Además investigadores italianos expusieron cuentas de cerámica pre-tratadas simulando el esmalte dental a las bacterias del té en varias combinaciones, descubriendo que el té inhibía la adhesión

y la colonización bacteriana. Los investigadores notaron que un químico conocido por sus propiedades anti-adhesivas estaba ausente en el té cuya cebada no había sido tostada.

➤ **Antioxidante**

El té de cebada tiene propiedades antioxidantes, indica la edición de diciembre del 2004 de Biociencia, Biotecnología y Bioquímica. Un equipo de investigadores japoneses de la Universidad de Shizuoka analizó los componentes químicos del té de cebada y sus efectos en el peroxinitrito. Este oxidante inestable puede conducir a la muerte de las células y complicaciones de salud incluyendo enfermedades cardiovasculares, inflamatorias y neurodegenerativas, explica el sitio web nature.com. El equipo de investigación determinó la presencia de 10 químicos en el té de cebada que son capaces de destruir y barrer con el peroxinitrito.

➤ **Propiedades anticoagulantes**

El té de cebada mejora la fluidez de la sangre, de acuerdo con la edición de abril del 2002 del Diario de Ciencia Nutricional y Vitaminología. El alto nivel de viscosidad puede conducir al empeoramiento de la circulación sanguínea y los trastornos de salud relacionados con este. Unos investigadores japoneses trabajando para la Compañía Kagome encontraron que la fluidez de la sangre aumenta en proporción directa con la presencia de alquilpirazina, una sustancia que le da sabor al té.

3.8.3. Arroz de cebada

Gráfico N° 51

Arroz de cebada



<http://cielodeltao.blogspot.com/2012/05/las-mejores-hierbas-para-la-calma.html>

El arroz de cebada es un alimento elaborado a base de la cebada tostada y molida en pequeños granos para su fácil consumo y tiene propiedades como las siguientes:

- Es uno de los cereales altamente digeribles y con un elevado poder nutricional. Previene la descalcificación de los huesos gracias al contenido de calcio y fósforo en una relación equilibrada, puede ser una ayuda válida en la prevención de las enfermedades del corazón debido a su contenido de ácidos grasos esenciales, minerales y su poder alcalinizante.
- Tiene una acción desintoxicante, cura los malestares y las inflamaciones del aparato digestivo y de las vías urinarias, ya que las enzimas que contiene colaboran en la digestión de los alimentos favoreciendo su asimilación en el organismo.
- Gracias a su contenido de proteínas, enzimas, vitaminas y minerales se recomienda para prevenir la aparición de arrugas prematuramente y alteraciones de la piel. El contenido de sodio y potasio mantienen el equilibrio del líquido corporal evitando la retención excesiva de agua y las deshidrataciones. Por su contenido de ácidos grasos esenciales ayuda al metabolismo de los lípidos y por tanto facilita el control de peso. Previene las alteraciones

hormonales en la mujer ya que contiene compuestos que confieren capacidad estrogénica, además durante el embarazo es sabido la garantía de salud para el feto y es de gran apoyo durante la lactancia por su contenido en vitaminas y minerales.

- Al mismo tiempo su riqueza en calcio y magnesio la hacen interesante para los problemas de osteoporosis.
- Por su contenido de zinc, el consumo de cebada ayuda a potenciar la energía sexual y del fluido seminal.
- La rigidez muscular sobre todo de hombros y espalda, se debe a un acumulo de ácido láctico principalmente causado por el estrés, el efecto alcalizante y remineralizante de la cebada es fundamental para disminuir este problema.
- En procesos reumáticos (artrosis, artritis, gota) en donde existe una gran tendencia acidosis en el organismo, la cebada tiene un gran campo de acción por su poder alcalizante sus vitaminas y minerales.
- El consumo de cebada y sus derivados es recomendable para los deportistas ya que además de ser ideal para responder la gran cantidad minerales que se han perdido por el sudor.
- Por su poder alcalinizante, contrarrestan los efectos de la acidosis producidos en los periodos de máximo esfuerzo muscular. En niños por su riqueza en vitaminas (B1, B2, B6, A C ácido fólico y pantoténico, colina y biotina) y minerales (calcio magnesio, zing, sodio, potasio), la cebada es muy útil en periodos de crecimiento, en la falta de apetito, desarrollo muscular y mental, y en caso de infecciones repetitivas.

3.9. Mercado meta

3.9.1. Segmento de mercado

El mercado meta al cual se dirige el presente proyecto son los principales supermercados de la ciudad de Ibarra debido a que en éstos compra la mayor parte de la población consumidora, además en los supermercados adquieren los productos los propietarios de pequeños negocios, así los productos a base de cebada llegarán por medio de los supermercados a pequeños negocios y una gran cantidad de consumidores finales.

3.10. Análisis de la demanda

3.10.1. Identificación de la demanda actual

Tabla No 64

Identificación de la demanda actual

Demanda actual de productos a base de cebada	
PRODUCTO	DEMANDA
Harina de Cebada 500 Gr.	16800
Harina de Cebada 1000 Gr.	8.400
Harina de Cebada 1 quintal.	576
Té de Cebada 10 sobres	5100
Té de Cebada 20 sobres	3720
Té de Cebada 25 sobres	5400
Arroz de Cebada 500 Gr.	27360
Arroz de Cebada 1000 Gr.	24360
Arroz de Cebada quintal	192

Elaborado por: las Autoras

3.10.2. Proyección de la demanda

Tabla No 65

Proyección de la demanda

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA					
PRODUCTO	2015	2016	2017	2018	2019
Harina de Cebada 500 Gr.					
Demanda	16800	17472	18171	18898	19654
Harina de Cebada 1000 Gr.					
Demanda	8.400	8.736	9.085	9.449	9.827
Harina de Cebada 1 quintal.					
Demanda	576	599	623	648	674
Té de Cebada 10 sobres					
Demanda	5100	5304	5516	5737	5966
Té de Cebada 20 sobres					
Demanda	3720	3869	4024	4184	4352
Té de Cebada 25 sobres					
Demanda	5400	5616	5841	6074	6317
Arroz de Cebada 500 Gr.					
Demanda	27360	28454	29593	30776	32007
Arroz de Cebada 1000 Gr.					
Demanda	24360	25334	26348	27402	28498
Arroz de Cebada quintal					
Demanda	192	200	208	216	225

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

La proyección de la demanda se la realiza en base a la tasa de crecimiento económico del país que es del 4%, tomando en cuenta que la capacidad adquisitiva de los clientes aumenta mientras que mejore la economía.

3.11. Análisis de la oferta

3.11.1. Identificación de la oferta actual

Tabla No 66

Identificación de la oferta actual

PRODUCTO	OFERTA
Harina de Cebada 500 Gr.	5400
Harina de Cebada 1000 Gr.	-
Harina de Cebada 1 quintal.	-
Té de Cebada 10 sobres	-
Té de Cebada 20 sobres	-
Té de Cebada 25 sobres	-
Arroz de Cebada 500 Gr.	18600
Arroz de Cebada 1000 Gr.	-
Arroz de Cebada quintal	144

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

3.11.2. Proyección de la oferta

Tabla No 67

Proyección de la oferta

Proyección de la oferta					
PRODUCTO	2015	2016	2017	2018	2019
Harina de Cebada 500 Gr.					
(-) Oferta	5400	5616	5841	6074	6317
Harina de Cebada 1000 Gr.					
(-) Oferta	0	0	0	0	0
Harina de Cebada 1 quintal.					
(-) Oferta	0	0	0	0	0
Té de Cebada 10 sobres					
(-) Oferta	0	0	0	0	0
Té de Cebada 20 sobres					
(-) Oferta	0	0	0	0	0
Té de Cebada 25 sobres					
(-) Oferta	0	0	0	0	0
Arroz de Cebada 500 Gr.					
(-) Oferta	18600	19344	20118	20922	21759
Arroz de Cebada 1000 Gr.					
(-) Oferta	0	0	0	0	0
Arroz de Cebada quintal					
(-) Oferta	144	150	156	162	168

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

Al igual que la demanda la oferta se la proyecta con la tasa de crecimiento económico que es del 4

3.12. Demanda potencial a satisfacer

Tabla No 68

Demanda potencial a satisfacer

Balance Oferta-Demanda					
PRODUCTO	2015	2016	2017	2018	2019
Harina de Cebada 500 Gr.					
Demanda	16800	17472	18171	18898	19654
(-) Oferta	5400	5616	5841	6074	6317
(=)Demanda Insatisfecha	11400	11856	12330	12823	13336
Harina de Cebada 1000 Gr.					
Demanda	8.400	8.736	9.085	9.449	9.827
(-) Oferta	0	0	0	0	0
(=)Demanda Insatisfecha	8.400	8.736	9.085	9.449	9.827
Harina de Cebada 1 quintal.					
Demanda	576	599	623	648	674
(-) Oferta	0	0	0	0	0
(=)Demanda Insatisfecha	576	599	623	648	674
Té de Cebada 10 sobres					
Demanda	5100	5304	5516	5737	5966
(-) Oferta	0	0	0	0	0
(=)Demanda Insatisfecha	5100	5304	5516	5737	5966
Té de Cebada 20 sobres					
Demanda	3720	3869	4024	4184	4352
(-) Oferta	0	0	0	0	0
(=)Demanda Insatisfecha	3720	3869	4024	4184	4352
Té de Cebada 25 sobres					
Demanda	5400	5616	5841	6074	6317
(-) Oferta	0	0	0	0	0
(=)Demanda Insatisfecha	5400	5616	5841	6074	6317
Arroz de Cebada 500 Gr.					
Demanda	27360	28454	29593	30776	32007
(-) Oferta	18600	19344	20118	20922	21759
(=)Demanda Insatisfecha	8760	9110	9475	9854	10248
Arroz de Cebada 1000 Gr.					
Demanda	24360	25334	26348	27402	28498
(-) Oferta	0	0	0	0	0
(=)Demanda Insatisfecha	24360	25334	26348	27402	28498
Arroz de Cebada quintal					
Demanda	192	200	208	216	225
(-) Oferta	144	150	156	162	168
(=)Demanda Insatisfecha	48	50	52	54	56

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

3.13. Demanda a captar por el proyecto

Tabla No 69

Demanda a captar por el proyecto

Demanda a captar por el proyecto					
PRODUCTO	2015	2016	2017	2018	2019
Harina de cebada					
Harina cebada 500 Gramos	6840	7114	7398	7694	8002
Harina cebada 1000 Gramos	5040	5242	5451	5669	5896
Harina cebada 1 Quintales	346	359	374	389	404
Té de cebada					
Té de cebada 10 sobres	3060	3182	3310	3442	3580
Té de cebada 20 sobres	2232	2321	2414	2511	2611
Té de cebada 25 sobres	3240	3370	3504	3645	3790
Arroz de cebada					
Arroz de cebada 500 Gramos	5256	5466	5685	5912	6149
Arroz de cebada 1000 Gramos	14616	15201	15809	16441	17099
Arroz de cebada 1 Quintales	29	30	31	32	34

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

La empresa de producción de harina, arroz y té de cebada va a cubrir el 60 % de la demanda insatisfecha.

3.14. Análisis de precios

3.14.1. Precios referenciales

Actualmente en el mercado se oferta harina de cebada y arroz de cebada, pero únicamente en presentación de 500 gramos y escasamente de quintal, por lo cual los precios se establecieron tomando en cuenta diferentes factores como:

Precio de mercado

Costos

Utilidad

Competencia

3.14.2. Determinación del precio

Tabla No 70

Determinación del precio

MATERIA PRIMA (CEBADA)					
PRODUCTO	2015	2016	2017	2018	2019
Harina					
Harina cebada 500 Gramos	3.705.308,77573	3.853.521,12676	4.007.661,97183	4.167.968,45070	4.334.687,18873
Valor unitario de la cebada	0,00035	0,00037	0,00038	0,00039	0,00041
Valor total	1.307,01604	1.410,40623	1.521,97501	1.642,36932	1.772,28730
Harina cebada 1000 Gramos	5.460.455,03792	5.678.873,23944	5.906.028,16901	6.142.269,29577	6.387.960,06761
Valor unitario de la cebada	0,00035	0,00037	0,00038	0,00039	0,00041
Valor total	1.926,12890	2.078,49340	2.242,91054	2.420,33373	2.611,79181
Harina cebada 1 Quintales	16.983.824,91874	17.663.177,91549	18.369.705,03211	19.104.493,23340	19.868.672,96273
Valor unitario de la cebada	0,00035	0,00037	0,00038	0,00039	0,00041
Valor total	5.990,89924	6.464,80334	6.976,19514	7.528,04008	8.123,53816
Té de cebada					
Té de cebada 10 sobres	324.000,00000	336.960,00000	350.438,40000	364.455,93600	379.034,17344
Valor unitario de la cebada	0,00035	0,00037	0,00038	0,00039	0,00041

Valor total	114,28823	123,32889	133,08470	143,61223	154,97253
Té de cebada 20 sobres	472.658,82353	491.565,17647	511.227,78353	531.676,89487	552.943,97067
Valor unitario de la cebada	0,00035	0,00037	0,00038	0,00039	0,00041
Valor total	166,72636	179,91509	194,14709	209,50490	226,07758
Té de cebada 25 sobres	857.647,05882	891.952,94118	927.631,05882	964.736,30118	1.003.325,75322
Valor unitario de la cebada	0,00035	0,00037	0,00038	0,00039	0,00041
Valor total	302,52768	326,45883	352,28303	380,15002	410,22141
Arroz					
Arroz de cebada 500 Gramos	2.920.000,00000	3.036.800,00000	3.158.272,00000	3.284.602,88000	3.415.986,99520
Valor unitario de la cebada	0,00035	0,00037	0,00038	0,00039	0,00041
Valor total	1.030,00507	1.111,48259	1.199,40531	1.294,28307	1.396,66604
Arroz de cebada 1000 Gramos	16.240.000,00000	16.889.600,00000	17.565.184,00000	18.267.791,36000	18.998.503,01440
Valor unitario de la cebada	0,00035	0,00037	0,00038	0,00039	0,00041
Valor total	5.728,52135	6.181,67030	6.670,66515	7.198,34145	7.767,75905
Arroz de cebada 1 Quintales	1.451.488,00000	1.509.547,52000	1.569.929,42080	1.632.726,59763	1.698.035,66154
Valor unitario de la cebada	0,00035	0,00037	0,00038	0,00039	0,00041
Valor total	512,00000	552,50125	596,20631	643,36861	694,26164
VALOR TOTAL PRODUCTOS	17.078,11287	18.429,05991	19.886,87227	21.460,00341	23.157,57552

Tabla No 71**Costos diferentes a la materia prima**

COSTOS DIFERENTES A LA MATERIA PRIMA					
DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
Mano de Obra Directa	17.635,46	20.279,95	21.942,90	23.742,22	25.689,08
Costos Indirectos Fabricación	3.244,35	3.039,55	3.300,16	3.252,46	3.371,36
TOTAL	20.879,81	23.319,50	25.243,07	26.994,68	29.060,45

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 72**Gastos**

GASTOS					
DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
Gastos Administrativos	18.658,43	19.341,68	20.730,23	22.232,29	23.857,15
Gastos de Ventas	7.957,20	9.015,21	9.726,21	10.494,30	11.324,12
Gastos Financieros	2.043,15	1.675,74	1.265,80	808,41	298,10
TOTAL	28.658,78	30.032,64	31.722,23	33.535,00	35.479,37

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 73**Porcentajes de producción en relación a la materia prima total**

PRODUCTO	% DE PRODUCCIÓN
Harina cebada 500 Gramos	7,83%
Harina cebada 1000 Gramos	11,54%
Harina cebada 1 Quintales	35,90%
Té de cebada 10 sobres	0,23%
Té de cebada 20 sobres	0,33%
Té de cebada 25 sobres	0,60%
Arroz de cebada 500 Gramos	6,17%
Arroz de cebada 1000 Gramos	34,33%
Arroz de cebada 1 Quintales	3,07%
	1,000

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

Los costos a excepción de la materia prima y los gastos se los distribuyó acorde al porcentaje que representa la cantidad de materia prima en cada uno de los productos en relación a la materia prima total.

Tabla No 74

Establecimiento y proyección de precios unitarios

ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS UNITARIOS					
PRODUCTO	2015,00	2016,00	2017,00	2018,00	2019,00
Harina de cebada					
Harina cebada 500 Gramos					
Costos	2941,91	3236,32	3498,51	3756,05	4047,72
Gastos	2243,98	2351,56	2483,85	2625,79	2778,04
Total	5185,89	5587,88	5982,36	6381,84	6825,76
Valor Unitario	0,76	0,79	0,81	0,83	0,85
Utilidad	0,10	0,10	0,11	0,11	0,11
Precio de venta	0,86	0,89	0,91	0,94	0,96
Harina cebada 1000 Gramos					
Costos	4335,66	4769,56	5155,96	5535,52	5965,37
Gastos	3307,22	3465,77	3660,75	3869,94	4094,32
Total	7642,88	8235,33	8816,71	9405,46	10059,69
Valor Unitario	1,52	1,57	1,62	1,66	1,71
Utilidad	0,20	0,20	0,21	0,22	0,22
Precio de venta	1,71	1,78	1,83	1,87	1,93
Harina cebada 1 Quintal.					
Costos	13486,75	14836,50	16038,46	17219,13	18556,24
Gastos	10288,50	10781,72	11388,28	12039,07	12737,10
Total	23775,26	25618,22	27426,74	29258,20	31293,33
Valor Unitario	68,79	71,28	73,37	75,26	77,40
Utilidad	8,94	9,27	9,54	9,78	10,06
Precio de venta	77,74	80,54	82,91	85,05	87,46

Té de cebada					
Té de cebada 10 sobres					
Costos	1623,12	1769,64	1911,44	2057,00	2218,12
Gastos	659,15	690,75	729,61	771,31	816,03
Total	2282,27	2460,39	2641,05	2828,31	3034,14
Valor Unitario	0,75	0,77	0,80	0,82	0,85
Utilidad	0,10	0,10	0,10	0,11	0,11
Precio de venta	0,84	0,87	0,90	0,93	0,96
Té de cebada 20 sobres					
Costos	1544,79	1719,00	1860,19	1991,15	2144,07
Gastos	1891,48	1982,15	2093,67	2213,31	2341,64
Total	3436,27	3701,16	3953,86	4204,46	4485,71
Valor Unitario	1,54	1,59	1,64	1,67	1,72
Utilidad	0,20	0,21	0,21	0,22	0,22
Precio de venta	1,74	1,80	1,85	1,89	1,94
Té de cebada 25 sobres					
Costos	3434,50	3824,38	4138,74	4429,35	4769,29
Gastos	4298,82	4504,90	4758,33	5030,25	5321,91
Total	7733,32	8329,28	8897,08	9459,60	10091,19
Valor Unitario	2,39	2,47	2,54	2,60	2,66
Utilidad	0,31	0,32	0,33	0,34	0,35
Precio de venta	2,70	2,79	2,87	2,93	3,01
Arroz de cebada					
Arroz de cebada 500 Gramos					
Costos	2318,29	2550,30	2756,90	2959,86	3189,70
Gastos	1768,25	1853,01	1957,26	2069,11	2189,08
Total	4086,54	4403,31	4714,16	5028,96	5378,77
Valor Unitario	0,78	0,81	0,83	0,85	0,87
Utilidad	0,10	0,10	0,11	0,11	0,11
Precio de venta	0,88	0,91	0,94	0,96	0,99
Arroz de cebada 1000 Gr,					
Costos	12896,56	14187,25	15336,61	16465,62	17744,21

Gastos	9838,56	10310,20	10890,24	11512,57	12180,07
Total	22735,12	24497,46	26226,85	27978,18	29924,28
Valor Unitario	1,56	1,61	1,66	1,70	1,75
Utilidad	0,20	0,21	0,22	0,22	0,23
Precio de venta	1,76	1,82	1,87	1,92	1,98
Arroz de cebada Quintal					
Costos	1153,01	1268,41	1371,17	1472,11	1586,42
Gastos	879,82	922,00	973,87	1029,52	1089,22
Total	2032,83	2190,41	2345,04	2501,63	2675,63
Valor Unitario	70,58	73,13	75,28	77,22	79,41
Utilidad	9,18	9,51	9,79	10,04	10,32
Precio de venta	79,76	82,64	85,07	87,26	89,74

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

La proyección del precio se la realizó en base a la tasa de inflación con la cual se concluyó el año 2014 que es de 3.76.

3.15. Estrategias comerciales

3.15.1. Estrategias de producto

- Se diseñará un logotipo y eslogan que nos distinga e identifique como empresa; y a la actividad que se dedica.
- Los productos estarán controlados y monitoreados después de la venta por un coordinador de adquisiciones y de ventas, para ofertar los productos en óptimas condiciones.
- Los productos mantendrán o mejorarán la calidad constantemente.

3.15.2. Estrategias de precio

- El precio que se aplicará en los productos estará de acuerdo con el comportamiento del mercado y la competencia considerando siempre los parámetros contractuales establecidos.

- Se tomarán ciertas consideraciones, para aplicar incentivos especiales que permitan premiar la fidelidad del cliente; en cuanto se haya logrado conseguir el posicionamiento del producto.
- Realizar un continuo monitoreo al mercado, para identificar cambios que ayuden a la toma de decisiones oportunas.

3.15.3. Estrategias de publicidad

- Se realizará la publicidad a través de trípticos, banners de auspicio.
- Además, se contratará medios de comunicación para hacer conocer el producto; esto se lo realizará a través de radio y prensa escrita.

3.15.4. Estrategias de promoción

- Se realizarán promociones y descuentos especiales, dependiendo del volumen de adquisición del producto que el cliente adquiera
- Se realizará un plan de incentivos para lograr la fidelización de clientes fijos.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

En éste capítulo del estudio de factibilidad se determinan varios aspectos técnicos como son: macro y micro localización, tamaño de la empresa propuesta, todos los procesos necesarios, presupuesto de inversión fija. Capital de trabajo y mano de obra para por medio de ello fijar bases y continuar en el siguiente paso con el estudio financiero.

4.1. Localización del proyecto

Para establecer la localización adecuada del proyecto se efectuó el estudio de macro y micro localización, con la finalidad de determinar la opción más conveniente para producir éste tipo de productos.

4.1.1. Macrolocalización

Para la operatividad del proyecto se considera que el sitio el cual brinda los recursos e instrumentos necesarios para el buen funcionamiento y ejecución del proyecto es la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura

Gráfico N° 52

Provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra



FUENTE: https://www.google.com.ec/search?q=ecuador+imbabura&espv=2&biw=1440&bih=756&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=z7uNVPyEJNXdsASog4HIAg&ved=0CAYQ_AUoAQ#facr=_&imgdii=_&imgrc=sIIHfvvi_uGxLM%253A%3B_8wEfWommpEKBM%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.onlyforyoung.com%252Fsites%252Fimages%252Fstories%252F1omejor%252Fhospedaje%252FHNatabuela%252Fmap.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Fonlyforyoung.blogspot.com%252F2013%252F07%252Fhospedaje-de-lujo-ibarra-ecuador.html%3B461%3B309

Las bondades de ubicar la planta de elaboración de productos a base de cebada en la ciudad de Ibarra son diversas como se detalla a continuación:

- Cercanía de Materia Prima
- Disponibilidad de Recursos Humanos
- Crecimiento Poblacional
- Crecimiento Comercial
- Cercanía con Clientes Potenciales

4.1.2. Microlocalización

Una vez realizado el análisis de las fuerzas locacionales que ayudan a determinar el lugar adecuado para el proyecto se ha determinado que la localización óptima de la planta de elaboración de productos a base de cebada es en la parroquia de Caranqui como se muestra en la imagen:

Gráfico N° 53**Parroquias de Imbabura**

FUENTE:<http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Imagen:11imbaburapcaranqui.gif>

4.1.3. Determinación de la ubicación óptima

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

- La Esperanza
- Caranqui
- El Sagrario

Tabla No 75

Matriz de fuerzas locacionales

No	FUERZAS LOCACIONAL ES	%	ALTERNATIVAS					
			LA ESPERANZA		CARANQUI		EL SAGRARIO	
			PUNT	POND	PUNT	POND	PUNT	POND
1	Energía eléctrica	0,10	7,00	0,07	10,00	0,10	10,00	0,10
2	Alcantarillado	0,10	5,00	0,05	9,00	0,09	10,00	0,10
3	Agua potable	0,10	8,00	0,08	10,00	0,10	10,00	0,10
4	Teléfono	0,04	4,00	0,02	10,00	0,04	10,00	0,04
5	Internet	0,02	6,00	0,01	10,00	0,02	9,00	0,02
6	Vías de acceso	0,12	7,00	0,08	10,00	0,12	10,00	0,12
7	Costo de arriendo	0,15	8,00	0,12	8,00	0,12	6,00	0,09
8	Infraestructura	0,10	5,00	0,05	10,00	0,10	9,00	0,09
9	Cercanía a supermercados	0,07	5,00	0,04	9,00	0,06	8,00	0,06
10	Accesibilidad a materia prima	0,10	9,00	0,09	9,00	0,09	7,00	0,07
11	Eliminación de desechos	0,10	8,00	0,08	9,00	0,09	8,00	0,08
TOTAL		1,00		0,69		0,93		0,86

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

Luego de haber efectuado el análisis correspondiente a estos tres lugares se ha determinado que la micro localización del proyecto será en el sector de Caranqui ya que existe aspectos que benefician la creación en este lugar.

1. ASPECTOS PARA LA DETERMINACIÓN DE LA UBICACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

➤ Energía eléctrica

La energía eléctrica es un servicio público que en la actualidad está cubierto en gran porcentaje especialmente en el sector urbano, está controlado por EMELNORTE y es indispensable para el desarrollo o ejecución del presente proyecto ya que constituye uno de los recursos primordiales.

➤ Alcantarillado

Ibarra cuenta con alcantarillado cubierto en un alto porcentaje, el servicio es prestado por la EMPRESA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE IBARRA EMAPA-I y como todos los demás servicios básicos está disponible especialmente en el área urbana, permitiendo que la ejecución del proyecto sea factible principalmente en Caranqui.

➤ Agua potable

El agua potable un recurso básico para todo proceso y momento que afortunadamente está disponible en la ciudad y todos sus sectores por la EMPRESA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE IBARRA EMAPA-I.

➤ Teléfono

La comunicación en los negocios es un pilar básico que permite informar todo tipo de situaciones a los proveedores, clientes y talento humano, el teléfono está disponible en la ciudad y todos los sectores aledaños. El servicio es prestado por LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES Y LA EMPRESA CLARO.

➤ **Internet**

El medio de comunicación más moderno que de una u otra forma se convierte ya en una necesidad ya que genera todo tipo de relaciones interpersonales y permite obtener información, servicio prestado en la ciudad por diferentes proveedores como son: SAITEL, CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT, CINE CABLE, PUNTO NET, CLARO, MOVISTAR, y otros con menor cobertura.

➤ **Vías de acceso**

En todo intercambio comercial la vías de acceso para el transporte es uno de los factores claves para que el negocio progrese, basados en esta premisa se considera que esto va a crear una relación óptima entre proveedor – cliente, obteniendo una excelente distribución de los productos ya que en la ciudad de Ibarra existe una red vial de primer orden..

➤ **Costo de arriendo**

En el caso de la ejecución del presente proyecto cabe la posibilidad de alquilar las instalaciones para implementar la planta procesadora, por lo cual el costo del arriendo es un factor de análisis, que afortunadamente en la ciudad de Ibarra es accesible y sobre todo en el sector de Caranqui, donde se pueden encontrar construcciones amplias y que se adecuan a las necesidades de la nueva planta.

➤ **Infraestructura**

La infraestructura es importante que se adecue a las necesidades de la planta, y afortunadamente existen instalaciones apropiadas para el propósito especialmente en la parroquia urbana de Caranqui.

➤ **Cercanía a supermercados**

La cercanía con los principales supermercados de la ciudad como el TIA, AKI, GRAN AKI, SUPERMAXI, MI TÍO, COMERCAIL PASQUEL, SANTA LUCILA, COMERCIAL IBARRA Y OTROS serán los sitios en los que se distribuirán los productos derivados del choclo que por lo general están ubicados en la parroquia Mira cabeceras cantonal del Cantón.

➤ **Accesibilidad a la materia prima**

La cebada que es la que constituye la materia prima del presente proyecto es fácil adquisición en ciertas temporadas, pero otros mese hay poca comercialización, las opciones son dos. Embodega miento de materia prima o firma de convenio con productores de cebada, por lo cual la opción más adecuada es la firma de un convenio con una asociación de productores agropecuarios y plantas medicinales ubicada en Angochagua, lugar cercano a l Caranqui, donde se instalará la planta procesadora.

➤ **Eliminación de desechos**

Los desperdicios que se producen en cantidades más altas son los afrechos y harinas, para eliminar éstos desechos la opción más válida es la venta de éstos para el consumo y crianza de animales en almacenes veterinarios, cercanos a la zona.

4.2. Ingeniería del proyecto

4.2.1. Capacidad del proyecto

Tabla No 76

Distribución de la planta

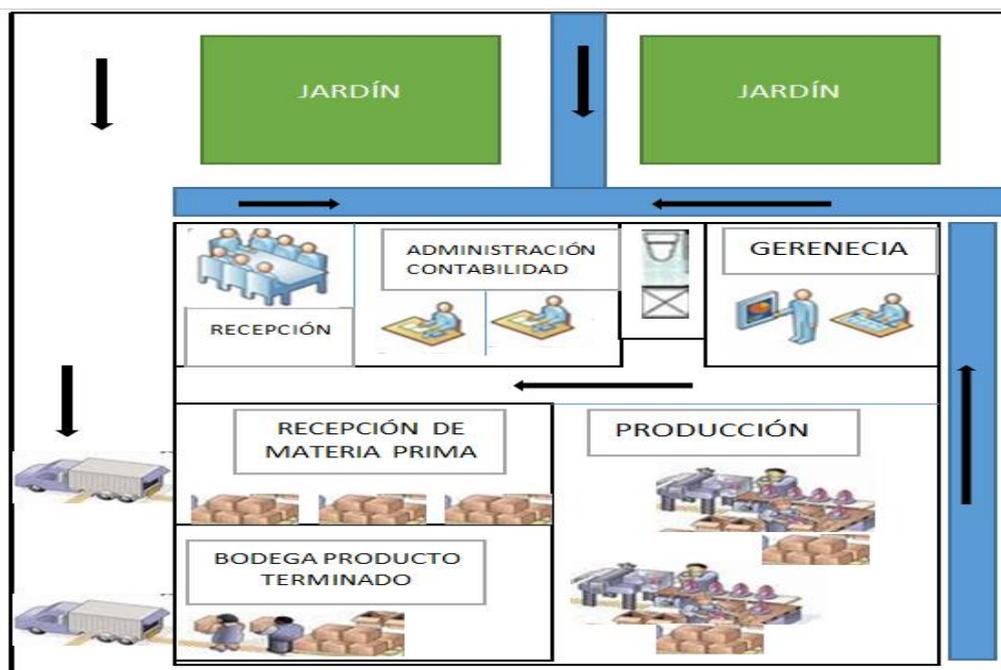
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	
Producción	25 metros 2
Bodega productos terminados	12,5 metros 2
Recepción de materia prima	12,5 metros 2
Gerencia	10 metros 2
Administración y contabilidad	15 metros 2
Recepción	10 metros 2
Sanitario	5 metros 2
Jardines	30 metros 2
TOTAL	120 metros 2

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico N° 54

Distribución de la planta



Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

1. CAPACIDAD DE LA PLANTA

La empresa de producción de harina, te y arroz de cebada empieza el año 2015 cubriendo el 60 % de la demanda insatisfecha debido a que es una empresa nueva que buscará en el primer año su posicionamiento en el mercado y poco a poco ocupa su capacidad instalada acorde al siguiente cuadro:

Tabla No 77

Capacidad de la planta

AÑO	VENTAS	PORCENTAJE
2.015	90.081,20	74,08%
2.016	96.959,00	79,74%
2.017	104.558,11	85,99%
2.018	112.755,51	92,73%
2.019	121.598,42	100,00%

Fuente: investigación propia
Elaborado por: Las Autoras

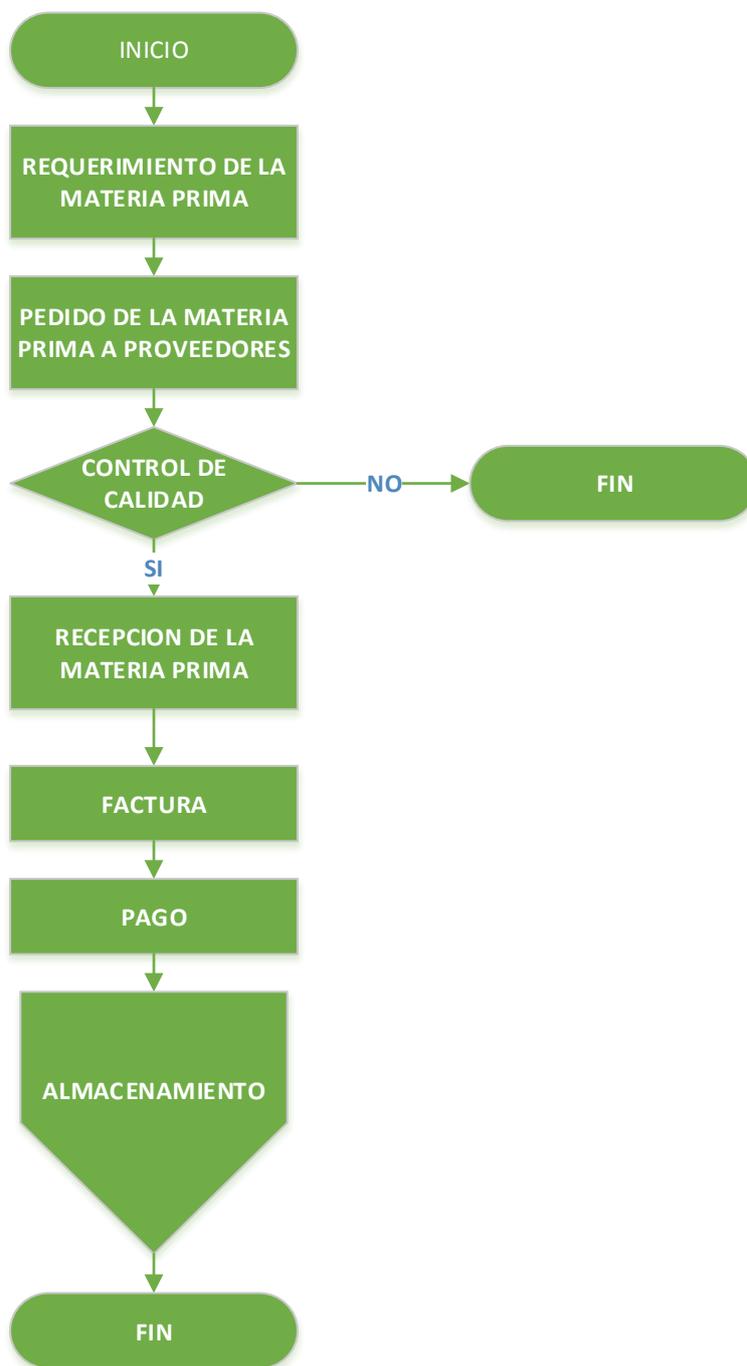
4.2.2. Proceso productivo

1. FLUJOGRAMA DE PROCESO

- COMPRA DE MATERIA PRIMA

Gráfico N° 55

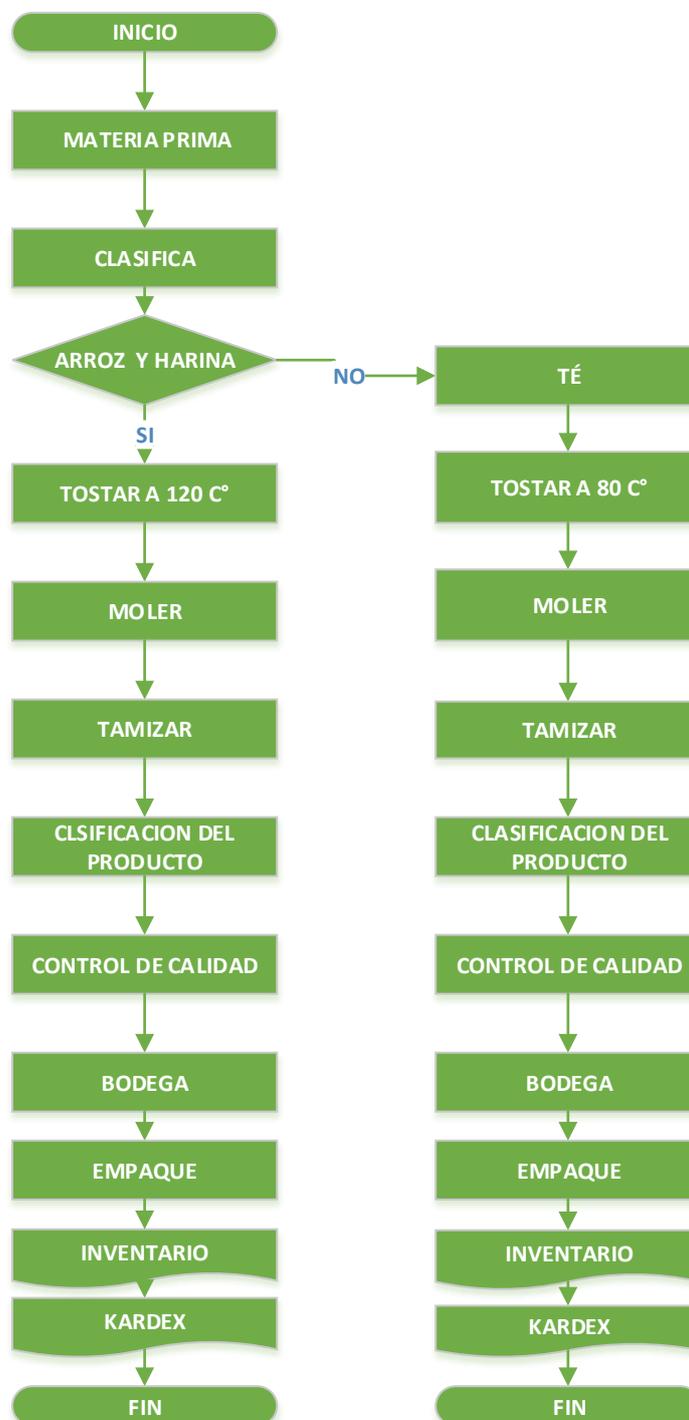
Compra de materia prima



Elaborado por: Las Autoras

➤ PRODUCCIÓN DE HARINA DE CEBADA

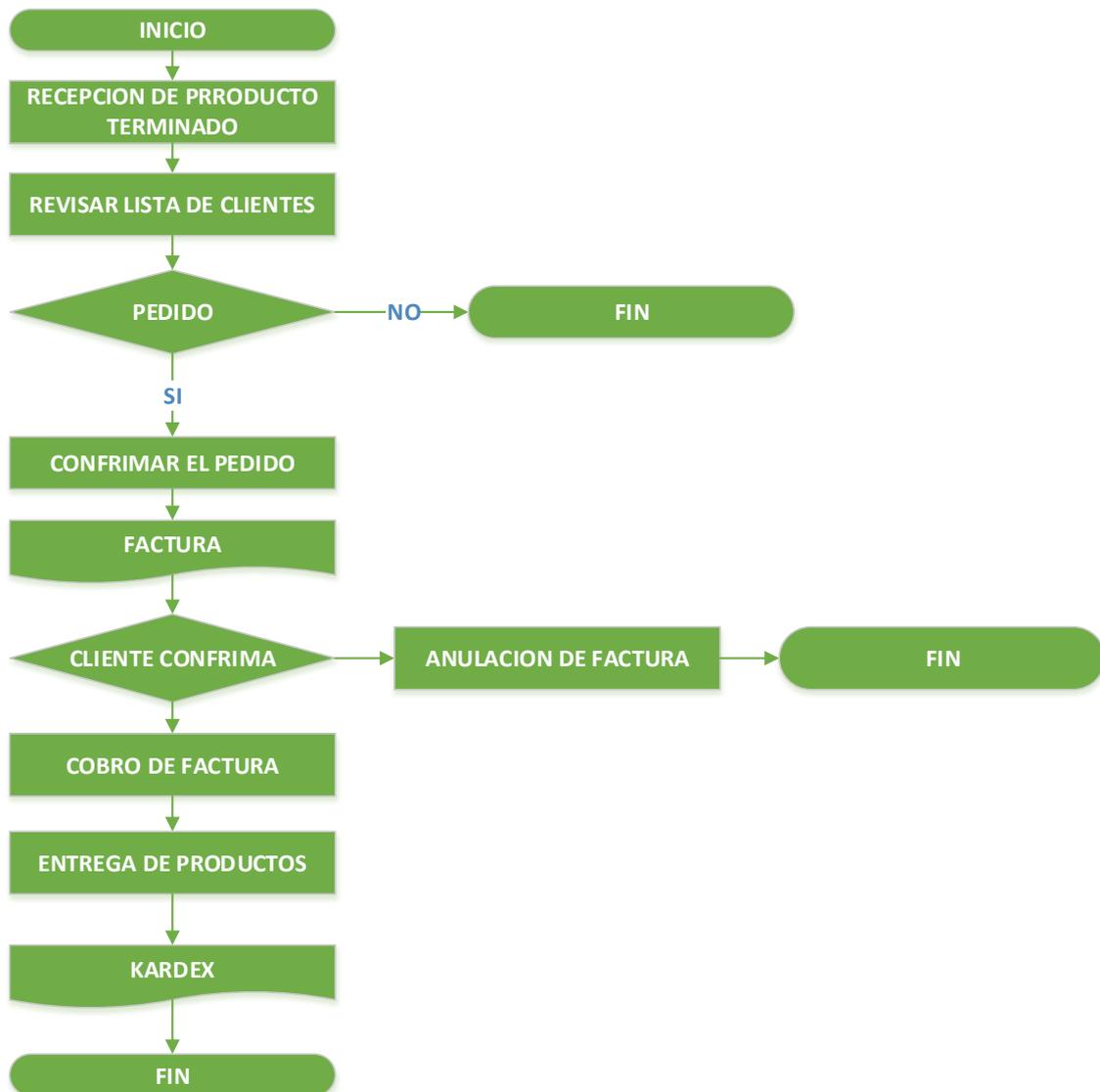
Gráfico N° 56

Producción de harina de cebada

Elaborado por: Las Autoras

➤ VENTA DE PRODUCTOS

Gráfico N° 57

Venta de productos

Elaborado por: Las Autoras

4.3. Determinación del presupuesto técnico

4.3.1. Inversión fija

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

1. Área administrativa

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

Tabla No 78

Área administrativa edificio

DETALLE	EDIFICIO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	EDIFICIO 90 METROS 2	22.500,00	22.500,00
TOTAL			22.500,00

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 79

Área administrativa terreno

DETALLE	TERRENO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	TERRENO 120 METROS 2	9.600,00	9.600,00
TOTAL			9.600,00

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 80**Área administrativa muebles de oficina**

CANTIDAD	MUEBLES DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
3	MODULARES DE TRABAJO	175,00	525,00
3	SILLONES GIRATORIOS	55,00	165,00
6	SILLA	25,00	150,00
1	ARCHIVADOR GRANDE	150,00	150,00
3	ARCHIVADORES AÉREOS	98,00	294,00
4	PERCHEROS	114,00	456,00
TOTAL			1.740,00

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 81**Área administrativa equipos de oficina**

CANTIDAD	EQUIPOS DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	CENTRAL TELEFÓNICA CON 3 EXTENSIONES	300	300
3	CALCULADORAS	12	36
1	CAJA FUERTE	140	140
TOTAL			476

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 82**Área administrativa equipos de computación y software**

CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
3	COMPUTADORA	750,00	2.250,00
3	LICENCIA DE MICROSOFT	100,00	300,00
1	IMPRESORA LASER	370,00	370,00
TOTAL			2920

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

2. ÁREA DE VENTAS

Tabla No 83

Área de ventas muebles de oficina

CANTIDAD	MUEBLES DE OFICINA	COSTO UNITARIO	CTO TOTAL
1	MODULARES DE TRABAJO	175,00	175,00
1	SILLÓN GIRATORIO	55,00	55,00
2	SILLA	25,00	50,00
1	ARCHIVADOR AÉREO	98,00	98,00
TOTAL			378,00

Fuente: investigación propia
Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 84

Área de ventas equipos de oficina

CANTIDAD	EQUIPOS DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	CALCULADORAS	12,00	12,00
TOTAL			12,00

Fuente: investigación propia
Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 85

Área de ventas equipos de computación y software

CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	COMPUTADORA	400,00	400,00
1	LICENCIA DE MICROSOFT	100,00	100,00
1	IMPRESORA LASER	370,00	370,00
TOTAL			870,00

Fuente: investigación propia
Elaborado por: Las Autoras

3. ÁREA DE PRODUCCIÓN

Tabla No 86

Área de producción muebles de oficina

CANTIDAD	MUEBLES DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	MODULARES DE TRABAJO	180,00	180,00
1	SILLÓN GIRATORIO	45,00	45,00
4	SILLA	25,00	100,00
1	ARCHIVADORES AÉREOS	98,00	98,00
6	MESAS DE TRABAJO	50,00	300,00
2	ESTANTERÍAS	114,00	228,00
TOTAL			951,00

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 87

Área de producción equipos de oficina

CANTIDAD	EQUIPOS DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	SUMADORA	12,00	12,00
TOTAL			12,00

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 88

Área de producción equipos de computación y software

CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	COMPUTADOR PORTÁTIL	400	400
1	IMPRESORA MULTIFUNCIÓN	280	280
TOTAL			680,00

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 89**Área de producción maquinaria y equipo**

CANTIDAD	MAQUINARIA Y EQUIPO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	SECADORA GRANOS TIPO BANDEJA	5132,82	5132,82
1	MOLINO DE MARTILLO	4240	4240
1	TAMIZADORA PARA HARINA	3260	3260
2	BALANZA GRAMERA DIGITAL	185	370
1	TERMÓMETRO	15	15
2	BALANZA DE PLATO	25	50
1	SELLADORA	25	25
		TOTAL	13092,82

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 90**Área de producción equipos de seguridad**

CANTIDAD	EQUIPOS DE SEGURIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Extintor	120,00	120,00
1	Alarma	80,00	80,00
5	Señalética	25,00	125,00
		TOTAL	325,00

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

4. RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA

Tabla No 91

Área de producción resumen de inversiones fijas

RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS		
NRO.	DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
	INVERSIONES ÁREA ADMINISTRATIVA	
1	TERRENO	9.600,00
2	EDIFICIO	22.500,00
3	MUEBLES DE OFICINA	1.740,00
4	EQUIPOS DE OFICINA	476,00
5	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	2.920,00
	SUBTOTAL	37.236,00
	INVERSIÓN ÁREA VENTAS	
1	MUEBLES DE OFICINA	378,00
2	EQUIPOS DE OFICINA	12,00
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	870,00
	SUBTOTAL	1.260,00
	INVERSIONES OPERATIVAS	
1	MUEBLES DE OFICINA	951,00
2	EQUIPOS DE OFICINA	12,00
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	680,00
4	MAQUINARIA Y EQUIPO	13.092,82
5	EQUIPOS DE SEGURIDAD	325,00
	SUBTOTAL	15.060,82
	TOTAL INVERSIONES	53.556,82

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

4.4. Capital de trabajo

4.4.1. Inversión variable

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

a. Mano de obra directa

Comprende los cinco trabajadores encargados de realizar el proceso productivo de bocaditos de choclo.

b. Materia prima directa

En éste caso la materia prima como tal es considerada únicamente la cebada.

c. Costos indirectos de fabricación

Estos costos indirectos comprenden los insumos, materiales y servicios que se necesitan para transformar la materia prima en productos.

El capital de trabajo está calculado para un mes y están considerados todos los costos y gastos incurridos en este tiempo.

Tabla No 92

Proyección costos producción

Proyección Costos producción					
DESCRIPCIÓN	2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
MATERIA PRIMA	17.078,11	18.429,06	19.886,87	21.460,00	23.157,58
MANO DE OBRA DIRECTA	17.635,46	20.279,95	21.942,90	23.742,22	25.689,08
COSTOS INDIRECTOS OPERATIVOS	1.579,60	1.374,80	1.635,41	1.587,71	1.706,62
TOTAL	36.293,18	40.083,81	43.465,19	46.789,94	50.553,28

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 93**Resumen de capital de trabajo**

Resumen de Capital de Trabajo	
DESCRIPCIÓN	MENSUAL
Proyección Costos producción	3.024,43
Proyección Gastos Administrativos	1.361,54
Proyección Gastos Ventas	663,10
Proyección Gastos Financieros	170,26
TOTAL	5.219,34

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

4.4.2. Inversión total

La inversión total que se requiere para la puesta en marcha de la nueva empresa es la siguiente:

Tabla No 94**Cuadro de inversiones**

CUADRO DE INVERSIONES		
	DESCRIPCIÓN	
1	Inversión Variable	5.219,34
2	Inversión Fija	53.556,82
	TOTAL	58.776,16

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

4.5. Financiamiento

A continuación se presenta la estructura del financiamiento:

Tabla No 95**Detalle del capital**

DETALLE DEL CAPITAL		
DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	38.776,16	65,97
Préstamo	20.000,00	34,03
TOTAL	58.776,16	100,00

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

4.6. Determinación de mano de obra

La nueva empresa requiere de mano de obra experimentada y adiestrada en el área de producción. El personal necesario para realizar las distintas actividades es el siguiente:

Tabla No 96**Determinación de mano de obra**

CANTIDAD	PERSONAL
	Área Administrativa
1	Gerente
1	Contador
	Área de Producción
1	Supervisor
2	Operarios
	Área de Ventas
1	Vendedor

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio Económico financiero es la sistematización contable, financiera y económica de las investigaciones efectuadas en los estudios de mercado y técnico, para posteriormente realizar el estudio Administrativo que facilitan la verificación de los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez para cumplir con sus obligaciones operacionales y financieras; finalmente, la organización Administrativa.

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

5.1. Presupuesto de ingresos y egresos

5.1.1. Presupuesto de ingresos por ventas

Para la determinación del ingreso por ventas de los diferentes productos a base de cebada se estableció el volumen de ventas y el precio de venta obtenido del estudio de mercado en concordancia con los costos y gastos detallados en el estudio técnico y validado en el estudio financiero, cuyos valores son:

Tabla No 97
Presupuesto de ingresos por ventas

VENTAS					
PRODUCTO	2015	2016	2017	2018	2019
Harina de cebada					
Harina cebada 500 Gramos	6840	7114	7398	7694	8002
Valor unitario	0,86	0,89	0,92	0,96	0,99
Valor Total	5860,05	6323,61	6823,83	7363,62	7946,11
Harina cebada 1000 Gramos	5040	5242	5451	5669	5896
Valor unitario	1,52	1,57	1,63	1,69	1,76
Valor Total	7642,88	8247,47	8899,87	9603,89	10363,59
Harina cebada 1 Quintales.	346	359	374	389	404
Valor unitario	77,74	80,66	83,69	86,84	90,11
Valor Total	26866,04	28991,25	31284,57	33759,31	36429,80
Té de cebada					
Té de cebada 10 sobres	3060	3182	3310	3442	3580
Valor unitario	0,84	0,87	0,91	0,94	0,98
Valor Total	2578,97	2782,97	3003,12	3240,67	3497,02
Té de cebada 20 sobres	2232	2321	2414	2511	2611
Valor unitario	1,74	1,81	1,87	1,94	2,02
Valor Total	3882,99	4190,15	4521,61	4879,28	5265,25
Té de cebada 25 sobres	3240	3370	3504	3645	3790
Valor unitario	2,70	2,80	2,90	3,01	3,13
Valor Total	8738,65	9429,91	10175,85	10980,80	11849,43
Arroz de cebada					
Arroz de cebada 500 Gramos	5256	5466	5685	5912	6149
Valor unitario	0,88	0,91	0,95	0,98	1,02
Valor Total	4617,79	4983,07	5377,25	5802,61	6261,62
Arroz de cebada 1000 Gramos	14616	15201	15809	16441	17099
Valor unitario	1,76	1,82	1,89	1,96	2,04
Valor Total	25690,69	27722,92	29915,92	32282,39	34836,05
Arroz de cebada 1 Quintales.	29	30	31	32	34
Valor unitario	79,76	82,76	85,87	89,10	92,45
Valor Total	2297,10	2478,81	2674,90	2886,49	3114,83
Total Productos					
Afrecho	1512985	1573504	1636444	1701902	1769978
Valor unitario	0,0004	0,0003	0,0003	0,0003	0,0003
Valor Total	667,1155	520,3501	541,1641	562,8106	585,3231
Harina de tercera	2809828,4596	2922221,5980	3039110,4619	3160674,8804	3287101,8756
Valor unitario	0,0004	0,0004	0,0004	0,0004	0,0004
Valor Total	1238,9288	1288,4859	1340,0253	1393,6263	1449,3714
	1906,0442	1808,8360	1881,1894	1956,4370	2034,6945
TOTAL INGRESOS	90081,20	96959,00	104558,11	112755,51	121598,42

Fuente: investigación propia
Elaborado por: Las Autoras

La proyección de ventas se la realiza tomando en cuenta el crecimiento económico del país que es del 4%, la cobertura del proyecto inicia tomando el 60 %de la demanda insatisfecha.

La proyección de precios se la realiza acorde a la inflación del año terminado.

5.1.2. Presupuesto de egresos

1. Materia prima

El precio de la cebada varía de acuerdo a la temporada, razón por la cual se estableció un precio promedio de compra.

Tabla No 98

Materia prima (cebadas)

MATERIA PRIMA (CEBADAS)					
PRODUCTO	2015	2016	2017	2018	2019
Harina de cebada					
Harina cebada 500 Gramos	3.705.308,77573	3.853.521,12676	4.007.661,97183	4.167.968,45070	4.334.687,18873
Valor unitario de la cebada	0,00035	0,00037	0,00038	0,00039	0,00041
Valor total	1.307,01604	1.410,40623	1.521,97501	1.642,36932	1.772,28730
Harina cebada 1000 Gramos	5.460.455,03792	5.678.873,23944	5.906.028,16901	6.142.269,29577	6.387.960,06761
Valor unitario de la cebada	0,00035	0,00037	0,00038	0,00039	0,00041
Valor total	1.926,12890	2.078,49340	2.242,91054	2.420,33373	2.611,79181
Harina cebada 1 Quintales	16.983.824,91874	17.663.177,91549	18.369.705,03211	19.104.493,23340	19.868.672,96273
Valor unitario de la cebada	0,00035	0,00037	0,00038	0,00039	0,00041
Valor total	5.990,89924	6.464,80334	6.976,19514	7.528,04008	8.123,53816
Té de cebada					
Té de cebada 10 sobres	324.000,00000	336.960,00000	350.438,40000	364.455,93600	379.034,17344
Valor unitario de la cebada	0,00035	0,00037	0,00038	0,00039	0,00041
Valor total	114,28823	123,32889	133,08470	143,61223	154,97253
Té de cebada 20 sobres	472.658,82353	491.565,17647	511.227,78353	531.676,89487	552.943,97067
Valor unitario de la cebada	0,00035	0,00037	0,00038	0,00039	0,00041

Valor total	166,72636	179,91509	194,14709	209,50490	226,07758
Té de cebada 25 sobres	857.647,05882	891.952,94118	927.631,05882	964.736,30118	1.003.325,75322
Valor unitario de la cebada	0,00035	0,00037	0,00038	0,00039	0,00041
Valor total	302,52768	326,45883	352,28303	380,15002	410,22141
Arroz de cebada					
Arroz de cebada 500 Gramos	2.920.000,00000	3.036.800,00000	3.158.272,00000	3.284.602,88000	3.415.986,99520
Valor unitario de la cebada	0,00035	0,00037	0,00038	0,00039	0,00041
Valor total	1.030,00507	1.111,48259	1.199,40531	1.294,28307	1.396,66604
Arroz de cebada 1000 Gramos	16.240.000,00000	16.889.600,00000	17.565.184,00000	18.267.791,36000	18.998.503,01440
Valor unitario de la cebada	0,00035	0,00037	0,00038	0,00039	0,00041
Valor total	5.728,52135	6.181,67030	6.670,66515	7.198,34145	7.767,75905
Arroz de cebada 1 Quintales	1.451.488,00000	1.509.547,52000	1.569.929,42080	1.632.726,59763	1.698.035,66154
Valor unitario de la cebada	0,00035	0,00037	0,00038	0,00039	0,00041
Valor total	512,00000	552,50125	596,20631	643,36861	694,26164
VALOR TOTAL PRODUCTOS	17.078,11287	18.429,05991	19.886,87227	21.460,00341	23.157,57552

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

2. Mano de obra directa

La pequeña empresa de producción de harina, té y arroz de cebada requiere de personal para cumplir sus actividades, personal que va a recibir una remuneración mensual, que comprende en algunos casos Salario Mensual y los componentes salariales como: Aporte Patronal, Fondo de reserva, Décimo Tercer Sueldo, Décimo Cuarto Sueldo, Vacaciones

Para el cálculo de los salarios básicos unificados generales se utilizó la Tasa de Crecimiento observada en periodo según se demuestra en el siguiente cálculo:

Tabla No 99

Mano de obra directa

AÑO	CRECIMIENTO HISTÓRICO DE LOS SALARIOS	$i = \frac{Q_n}{Q_o} - 1$
2010	240	
2011	264	0,10
2012	292	0,11
2013	318	0,09
2014	340	0,07
2015	354	0,04
SUBTOTAL		0,41
TOTAL		$\sum i = 0,082$

Fuente: investigación propia
Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 100
Sueldos operativos

SUELDOS OPERATIVOS					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	2015	2016	2017	2018	2019
Supervisor	400,00	432,80	468,29	506,69	548,24
Operario 1	354,00	383,03	414,44	448,42	485,19
Operario 2	354,00	383,03	414,44	448,42	485,19
MENSUAL	1.108,00	1.198,86	1.297,16	1.403,53	1.518,62
ANUAL	13.296,00	14.386,27	15.565,95	16.842,35	18.223,43
COMPONENTES SALARIALES					
DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
Salario Básico Unificado	13.296,00	14.386,27	15.565,95	16.842,35	18.223,43
Vacaciones	554,00	599,43	648,58	701,76	759,31
Aporte Patronal	1.615,46	1.747,93	1.891,26	2.046,35	2.214,15
Fondos de Reserva	-	1.198,38	1.296,64	1.402,97	1.518,01
Décimo Tercero	1.108,00	1.198,86	1.297,16	1.403,53	1.518,62
Décimo Cuarto	1.062,00	1.149,08	1.243,31	1.345,26	1.455,57
total	17.635,46	20.279,95	21.942,90	23.742,22	25.689,08

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

3. Costos indirectos de fabricación

Para la producción de harina, té y arroz de cebada se consideran como costos indirectos los servicios básicos como: energía eléctrica, agua potable, internet, servicio telefónico. Además.

Para determinar los costos indirectos de fabricación en los años futuros, se consideró una tasa de crecimiento del 4 %, de acuerdo al crecimiento económico del país.

Tabla No 101

Servicios básicos operativos

Servicios Básicos Operativos					
AÑOS RUBROS	2015	2016	2017	2018	2019
Agua Potable					
Cantidad (m cúbicos)	10,00	10,40	10,82	11,25	11,70
Precio	0,51	0,53	0,55	0,57	0,59
Valor mensual	5,10	5,50	5,94	6,41	6,92
ANUAL	61,20	66,04	71,27	76,90	82,99
Energía Eléctrica					
Cantidad (KW)	200	208,00	216,32	224,97	233,97
Precio	0,119	0,12	0,13	0,13	0,14
Valor mensual	23,70	25,57	27,60	29,78	32,14
ANUAL	284,40	306,90	331,17	357,37	385,64
Teléfono					
Cantidad (minutos)	200	208,00	216,32	224,97	233,97
Precio	0,06	0,06	0,06	0,07	0,07
Valor mensual	12,00	12,95	13,97	15,08	16,27
ANUAL	144,00	155,39	167,68	180,95	195,26
Internet					
Valor (plan) mensual	10,00	10,38	10,77	11,17	11,59
ANUAL	120,00	124,51	129,19	134,05	139,09
TOTAL	609,60	652,84	699,32	749,27	802,98

Fuente: investigación propia
Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 102

Materiales e insumos

MATERIALES E INSUMOS					
	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
Fundas Plásticas					
Unidad: Ciento 500 gramos	100	104,00	108,16	112,49	116,99
Valor unitario	1,50	1,56	1,61	1,68	1,74
Valor anual	150,00	161,87	174,67	188,49	203,40
Fundas Plásticas					
Unidad: Ciento 1000 gramos	50	52,00	54,08	56,24	58,49
Valor unitario	3,00	3,11	3,23	3,35	3,48
Valor anual	150,00	161,87	174,67	188,49	203,40
Saco: de quintal					
Unidad	50	52,00	54,08	56,24	58,49
Valor unitario	0,20	0,21	0,22	0,22	0,23
Valor anual	10,00	10,79	11,64	12,57	13,56
papel filtro					
Unidad Rollos	24	25	26	27	28
Valor unitario	12	12	13	13	14
Valor Anual	288,00	310,78	335,37	361,89	390,52
etiqueta de papel					
Unidad: cientos	50	52	54	56	58
Valor unitario	1	1	1	1	1
Valor anual	40,00	43,16	46,58	50,26	54,24
Hilos de cáñamo					
Unidad: Rollos	12	12	13	13	14
Valor Unitario	1	1	1	1	1
Valor anual	12,00	12,95	13,97	15,08	16,27
TOTAL	650,00	701,42	756,90	816,78	881,39

Fuente: investigación propia
Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 103

Materiales de protección

Materiales de protección					
AÑOS	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
RUBROS					
Uniformes	4		2		
Precio	75,00		79,05		
Total	300,00		158,10		
Mandiles					
Cantidad	2	2	2	2	2
Precio	10,00	10,27	10,55	10,83	11,12
Total	20,00	20,54	21,09	21,66	22,25
TOTAL	320,00	20,54	179,19	21,66	22,25

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 104

Resumen de costos indirectos de operativos

Resumen de Costos Indirectos de Operativos					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
Servicios Básicos Operativos	609,60	652,84	699,32	749,27	802,98
Materiales de protección	320,00	20,54	179,19	21,66	22,25
MATERIALES E INSUMOS	650,00	701,42	756,90	816,78	881,39
Total	1.579,60	1.374,80	1.635,41	1.587,71	1.706,62

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

4. Gastos administrativos

Los gastos administrativos contendrán los sueldos y salarios del personal, con un aumento del 8.20 % por cada año, y, los suministros y servicios básicos con un incremento por inflación del 3.76 % para cada año.

Tabla No 105
Sueldo mensual

SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	2015	2016	2017	2018	2019
ADMINISTRADOR GERENCIAL	500,00	541,00	585,36	633,36	685,30
CONTADOR	400,00	432,80	468,29	506,69	548,24
MENSUAL	900,00	973,80	1.053,65	1.140,05	1.233,54
ANUAL	10.800,00	11.685,60	12.643,82	13.680,61	14.802,42
COMPONENTES SALARIALES					
DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
Salario Básico Unificado	10.800,00	11.685,60	12.643,82	13.680,61	14.802,42
Vacaciones	450,00	486,90	526,83	570,03	616,77
Aporte Patronal	1.312,20	1.419,80	1.536,22	1.662,19	1.798,49
Fondos de Reserva	-	973,41	1.053,23	1.139,60	1.233,04
Décimo Tercero	900,00	973,80	1.053,65	1.140,05	1.233,54
Decimo Cuarto	708,00	766,06	828,87	896,84	970,38
Total	14.170,20	16.305,57	17.642,62	19.089,32	20.654,64
Fuente : MRL 2013					

Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 106
Servicios básicos

Servicios Básicos					
AÑOS RUBROS	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
Agua Potable					
Cantidad (m3)	5,00	5,20	5,41	5,62	5,85
Precio	0,51	0,53	0,55	0,57	0,59
Valor mensual	2,55	2,75	2,97	3,20	3,46
ANUAL	30,60	33,02	35,63	38,45	41,49
Energía Eléctrica					
Cantidad (KW)	100	104,00	108,16	112,49	116,99
Precio	0,119	0,12	0,13	0,13	0,14
Valor mensual	11,85	12,79	13,80	14,89	16,07
ANUAL	142,20	153,45	165,59	178,69	192,82
Teléfono					
Cantidad (minutos)	150	156,00	162,24	168,73	175,48
Precio	0,06	0,06	0,06	0,07	0,07
Valor mensual	9,00	9,71	10,48	11,31	12,20
ANUAL	108,00	116,54	125,76	135,71	146,45
Internet					
Valor (plan) mensual	10,00	10,38	10,77	11,17	11,59
ANUAL	120,00	124,51	129,19	134,05	139,09
TOTAL	400,80	427,52	456,18	486,90	519,85

Fuente: investigación propia
Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 107

Materiales de oficina

Materiales de oficina					
AÑOS RUBROS	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
Carpetas archivadoras					
Cantidad	24	24,96	25,96	27,00	28,08
Precio	1,50	1,56	1,61	1,68	1,74
Valor	36,00	38,85	41,92	45,24	48,82
Bolígrafos					
Cantidad	24	24,96	25,96	27,00	28,08
Precio	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29
Valor	6,00	6,47	6,99	7,54	8,14
Papel Bond					
Cantidad (resmas)	12	12,48	12,98	13,50	14,04
Precio	4,25	4,41	4,58	4,75	4,93
Valor	51,00	55,03	59,39	64,09	69,15
Grapadora					
Cantidad	5	5,20	5,41	5,62	5,85
Precio	1,25	1,30	1,35	1,40	1,45
Valor	6,25	6,74	7,28	7,85	8,47
Perforadora					
Cantidad	5	5,20	5,41	5,62	5,85
Precio	1,25	1,30	1,35	1,40	1,45
Valor	6,25	6,74	7,28	7,85	8,47
Agendas					
Cantidad	6	6,24	6,49	6,75	7,02
Precio	5,00	5,19	5,38	5,59	5,80
Valor	30,00	32,37	34,93	37,70	40,68
TOTAL	135,50	146,22	157,79	170,27	183,74

Fuente: investigación propia
Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 108

Materiales de aseo

Materiales de aseo					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
Escobas					
Cantidad	12	12,48	12,98	13,50	14,04
Valor Unitario	3,00	3,11	3,23	3,35	3,48
Valor anual	36,00	38,85	41,92	45,24	48,82
Trapeador					
Cantidad	12	12,48	12,98	13,50	14,04
Valor Unitario	4,00	4,15	4,31	4,47	4,64
Valor anual	48,00	51,80	55,89	60,32	65,09
Desinfectante					
Cantidad	4	4,16	4,33	4,50	4,68
Valor Unitario	4,00	4,15	4,31	4,47	4,64
Valor anual	16,00	17,27	18,63	20,11	21,70
Recogedor					
Cantidad	4	4,16	4,33	4,50	4,68
Valor Unitario	5,00	5,19	5,38	5,59	5,80
Valor anual	20,00	21,58	23,29	25,13	27,12
Franelas					
Cantidad	12,00	12,48	12,98	13,50	14,04
Valor Unitario	1,00	1,04	1,08	1,12	1,16
Valor anual	12,00	12,95	13,97	15,08	16,27
TOTAL	132,00	142,44	153,71	165,87	178,99

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 109**Proyección gastos personales**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Gastos de constitución	100	100
1	Estudios y diseños de la UP.	300	300
1	Publicaciones	150	150
1	Capacitación	850	850
1	Patente	100	100
TOTAL			1.500,00

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 110**Proyección gastos administrativos**

Proyección Gastos Administrativos					
DESCRIPCIÓN	2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
Servicios Básicos	400,80	427,52	456,18	486,90	519,85
Materiales de aseo	132,00	142,44	153,71	165,87	178,99
Materiales de oficina	135,50	146,22	157,79	170,27	183,74
Gastos Constitución	1.500,00				
Sueldos Administrativos	14.170,20	16.305,57	17.642,62	19.089,32	20.654,64
TOTAL	16.338,50	17.021,75	18.410,29	19.912,35	21.537,22

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

5. Gastos de ventas

Los gastos de ventas están relacionados con los egresos por publicidad y propaganda, además con los pagos que se le realiza al vendedor.

Tabla No 111

Gastos personal ventas

GASTOS PERSONAL VENTAS					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	2015	2016	2017	2018	2019
Vendedor	400,00	432,80	468,29	506,69	548,24
MENSUAL	400,00	432,80	468,29	506,69	548,24
ANUAL	4.800,00	5.193,60	5.619,48	6.080,27	6.578,85
COMPONENTES SALARIALES					
DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
Salario Básico Unificado	4.800,00	5.193,60	5.619,48	6.080,27	6.578,85
Vacaciones	200,00	216,40	234,14	253,34	274,12
Aporte Patronal	583,20	631,02	682,77	738,75	799,33
Fondos de Reserva	-	432,63	468,10	506,49	548,02
Décimo Tercero	400,00	432,80	468,29	506,69	548,24
Décimo Cuarto	354,00	383,03	414,44	448,42	485,19
Total	6.337,20	7.289,48	7.887,21	8.533,97	9.233,75

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 112

Gastos de publicidad

Gastos de Publicidad					
AÑOS	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
RUBROS					
Radio	720	748,80	778,75	809,90	842,30
Cantidad(2 cuñas diarias)	1,50	1,56	1,61	1,68	1,74
Total	1.080,00	1.165,43	1.257,62	1.357,11	1.464,46
DIARIO					
Cantidad(1 Publicación al mes)	12	12,45	12,92	13,41	13,91
Precio	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00
Total	540,00	560,30	581,37	603,23	625,91
Total	1.620,00	1.725,74	1.838,99	1.960,34	2.090,37

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 113**Proyección gastos ventas**

Proyección Gastos Ventas					
DESCRIPCIÓN	2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
Gastos de Publicidad	1.620,00	1.725,74	1.838,99	1.960,34	2.090,37
Sueldos Ventas	6.337,20	7.289,48	7.887,21	8.533,97	9.233,75
TOTAL	7.957,20	9.015,21	9.726,21	10.494,30	11.324,12

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

6. Depreciaciones

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

Tabla No 114**Porcentajes de depreciaciones**

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

Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 115

Resumen gasto depreciación

RESUMEN GASTO DEPRECIACIÓN												
Nº	DESCRIPCIÓN	VALOR	AÑOS DEPRECIACIÓN	%	CUOTA DEPRECIACIÓN	2015	2016	2017	2018	2019	DEPRE ACUM.	SALDO LIBROS
ÁREA ADMINISTRATIVA												
	TERRENO	9.600,00										
	EDIFICIO	22.500,00	20,00	5%	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	5.625,00	16.875,00
	MUEBLES DE OFICINA	1.740,00	10,00	10%	174,00	174,00	174,00	174,00	174,00	174,00	870,00	870,00
	EQUIPOS DE OFICINA	476,00	10,00	10%	47,60	47,60	47,60	47,60	47,60	47,60	238,00	238,00
	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	2.920,00	3,00	33%	973,33	973,33	973,33	973,33	-	-	2.920,00	-
	REINVERSIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN	2.920,00	3,00	33%	973,33				973,33	973,33	1.946,67	973,33
	SUBTOTAL					2.319,93	2.319,93	2.319,93	2.319,93	2.319,93	11.599,67	18.956,33
ÁREA DE VENTAS												
	MUEBLES DE OFICINA	378,00	10,00	10%	37,80	37,80	37,80	37,80	37,80	37,80	189,00	189,00
	EQUIPOS DE OFICINA	12,00	10,00	10%	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	6,00	6,00
	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	870,00	3,00	33%	290,00	290,00	290,00	290,00	-	-	870,00	-
	REINVERSIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN	870,00	3,00	33%	290,00				290,00	290,00	580,00	290,00
	SUBTOTAL					329,00	329,00	329,00	329,00	329,00	1.645,00	485,00
ÁREA DE PRODUCCIÓN												
	MUEBLES DE OFICINA	951,00	10,00	10%	95,10	95,10	95,10	95,10	95,10	95,10	475,50	475,50
	EQUIPOS DE OFICINA	12,00	10,00	10%	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	6,00	6,00
	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	680,00	3,00	3%	226,67	226,67	226,67	226,67			680,00	-
	MAQUINARIA Y EQUIPO	13.092,82	10,00	10%	1.309,28	1.309,28	1.309,28	1.309,28	1.309,28	1.309,28	6.546,41	6.546,41
	EQUIPOS DE SEGURIDAD	325,00	10,00	10%	32,50	32,50	32,50	32,50	32,50	32,50	162,50	162,50
	REINVERSIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN	680,00	3,00	33%	226,67				226,67	226,67	453,33	226,67
	SUBTOTAL					1.664,75	1.664,75	1.664,75	1.664,75	1.664,75	8.323,74	7.417,08
	TOTAL USD					4.313,68	4.313,68	4.313,68	4.313,68	4.313,68	21.568,41	26.858,41

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

7. Gastos financieros

La inversión total para poner en marcha el proyecto corresponde a **58.776.16 de los cuales** 38.776,16 son aportes de los socios y se financiarán 20.000 USD mediante un préstamo bancario hipotecario, del Banco Nacional de Fomento a cinco años plazo a un interés anual del 11 %.

A continuación se indica los requisitos generales que exige el Banco Nacional de Fomento (2014) para créditos:

- Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.
- Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.
- Carta de pago de los impuestos.
- Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.
- Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.
- Proformas de la maquinaria a adquirir.
- Proformas de materia prima e insumos a adquirir.

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

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

Simbología y datos:

Valor cuota: $V_C = ?$

Valor del préstamo: $V_p = 20.000 \text{ USD}$

Tasa interés mensual: $i = 0,00916999$

Períodos: $n = 60$ meses (5 años)

$$V_c = \frac{(20\ 000) (0,00916666) (1 + 0,00916666)^{60}}{[(1 + 0,00916666)^{60} - 1]}$$

$$V_c = 434.85 \text{ USD}$$

En la fórmula de cálculo para sacar el valor de cuota mensual, la tasa de interés mensual, se obtiene a partir del interés anual del 11 %, el cual, se lo divide para 12 meses dando el valor de 0,9166 % mensual, es decir una tasa de interés mensual de 0,00916666. Los 60 meses corresponden a los cinco años de duración del proyecto.

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

Tabla No 116

Gastos financieros

NRO.	CUOTA FIJA	INTERÉS	SALDO SOLUTO	SALDO INSOLUTO
1	434,85	183,33	251,52	19.748,48
2	434,85	181,03	253,82	19.494,66
3	434,85	178,71	256,14	19.238,52
4	434,85	176,36	258,49	18.980,03
5	434,85	173,99	260,86	18.719,18
6	434,85	171,60	263,25	18.455,93
7	434,85	169,19	265,66	18.190,26
8	434,85	166,75	268,10	17.922,16
9	434,85	164,29	270,56	17.651,61
10	434,85	161,81	273,04	17.378,57

11	434,85	159,31	275,54	17.103,03
12	434,85	156,78	278,06	16.824,97
13	434,85	154,23	280,61	16.544,35
14	434,85	151,66	283,19	16.261,17
15	434,85	149,07	285,78	15.975,39
16	434,85	146,45	288,40	15.686,98
17	434,85	143,80	291,05	15.395,94
18	434,85	141,13	293,71	15.102,22
19	434,85	138,44	296,41	14.805,82
20	434,85	135,72	299,12	14.506,69
21	434,85	132,98	301,87	14.204,83
22	434,85	130,22	304,63	13.900,20
23	434,85	127,42	307,43	13.592,77
24	434,85	124,60	310,24	13.282,53
25	434,85	121,76	313,09	12.969,44
26	434,85	118,89	315,96	12.653,48
27	434,85	115,99	318,85	12.334,63
28	434,85	113,07	321,78	12.012,85
29	434,85	110,12	324,73	11.688,12
30	434,85	107,15	327,70	11.360,42
31	434,85	104,14	330,71	11.029,71
32	434,85	101,11	333,74	10.695,97
33	434,85	98,05	336,80	10.359,18
34	434,85	94,96	339,89	10.019,29
35	434,85	91,85	343,00	9.676,29
36	434,85	88,70	346,15	9.330,14

37	434,85	85,53	349,32	8.980,82
38	434,85	82,33	352,52	8.628,30
39	434,85	79,10	355,75	8.272,55
40	434,85	75,83	359,01	7.913,54
41	434,85	72,54	362,31	7.551,23
42	434,85	69,22	365,63	7.185,60
43	434,85	65,87	368,98	6.816,63
44	434,85	62,49	372,36	6.444,27
45	434,85	59,07	375,77	6.068,49
46	434,85	55,63	379,22	5.689,27
47	434,85	52,15	382,69	5.306,58
48	434,85	48,65	386,20	4.920,37
49	434,85	45,11	389,74	4.530,63
50	434,85	41,53	393,32	4.137,32
51	434,85	37,93	396,92	3.740,39
52	434,85	34,29	400,56	3.339,83
53	434,85	30,62	404,23	2.935,60
54	434,85	26,91	407,94	2.527,66
55	434,85	23,17	411,68	2.115,99
56	434,85	19,40	415,45	1.700,53
57	434,85	15,59	419,26	1.281,28
58	434,85	11,75	423,10	858,17
59	434,85	7,87	426,98	431,19
60	435,14	3,95	431,19	0,00
TOTALES	26.091,20	6.091,20	20.000,00	

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

5.2. Estados financieros proyectados

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

5.2.1. Estado de situación inicial

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

Tabla No 117

Estado de situación inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL PROFORMA BALANCE DE ARRANQUE AÑO 0					
ACTIVOS			PASIVOS		
Propiedad del Proyecto					
Activos de Libre Disponibilidad		5.219,34	Obligaciones con Instituciones Financieras		
Capital Trabajo	5.219,34				
			Obligación Largo Plazo	20.000,00	
			TOTAL PASIVO		20.000,00
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		53.556,82			
ÁREA ADMINISTRATIVA					
TERRENO 120 METROS 2		9.600,00			
EDIFICIO		22.500,00			
MUEBLES DE OFICINA		1.740,00			
EQUIPOS DE OFICINA		476,00			
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE		2.920,00			
		37.236,00			
INVERSIÓN ÁREA VENTAS			PATRIMONIO		38.776,16
MUEBLES DE OFICINA		378,00	Inversión Propia	38.776,16	
EQUIPOS DE OFICINA		12,00			
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE		870,00	TOTAL PATRIMONIO		58.776,16
		1.260,00			
INVERSIONES OPERATIVAS					
MUEBLES DE OFICINA		951,00			
EQUIPOS DE OFICINA		12,00			
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE		680,00			
MAQUINARIA Y EQUIPO		13.092,82			
EQUIPOS DE SEGURIDAD		325,00			
		15.060,82			
TOTAL ACTIVOS		58.776,16			

Elaborado por: Las Autoras

5.2.2. Estado de resultados

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

Tabla No 118

Estado de resultados

Proyección Costos Operativos					
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019
Mano de Obra Operativa	17.635,46	20.279,95	21.942,90	23.742,22	25.689,08
Materia prima	17.078,11	18.429,06	19.886,87	21.460,00	23.157,58
Costos Indirectos Operativos	3.244,35	3.039,55	3.300,16	3.252,46	3.371,36
TOTAL	37.957,93	41.748,56	45.129,94	48.454,69	52.218,02
BALANCE DE PERDIDAS O GANANCIA PROYECTADO					
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019
VENTAS PROYECTADAS	90.081,20	96.959,00	104.558,11	112.755,51	121.598,42
VENTAS NETAS	90.081,20	96.959,00	104.558,11	112.755,51	121.598,42
(-) Costos de Operativos	37.957,93	41.748,56	45.129,94	48.454,69	52.218,02
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	52.123,27	55.210,44	59.428,17	64.300,82	69.380,40
GASTOS ADMINISTRACIÓN	18.658,43	19.341,68	20.730,23	22.232,29	23.857,15
Servicios Básicos	400,80	427,52	456,18	486,90	519,85
Materiales de aseo	132,00	142,44	153,71	165,87	178,99
Materiales de oficina	135,50	146,22	157,79	170,27	183,74
Gastos Constitución	1.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sueldos Administrativos	14.170,20	16.305,57	17.642,62	19.089,32	20.654,64
Gastos depreciación	2.319,93	2.319,93	2.319,93	2.319,93	2.319,93
GASTOS VENTAS	7.957,20	9.015,21	9.726,21	10.494,30	11.324,12
Gastos Personal	6.337,20	7.289,48	7.887,21	8.533,97	9.233,75
Gastos Publicidad	1.620,00	1.725,74	1.838,99	1.960,34	2.090,37
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	25.507,64	26.853,54	28.971,74	31.574,24	34.199,12
GASTOS FINANCIEROS	2.043,15	1.675,74	1.265,80	808,41	298,10
Intereses Pagados	2.043,15	1.675,74	1.265,80	808,41	298,10
UTILIDAD O PERDIDA EJERCICIO	23.464,49	25.177,80	27.705,94	30.765,82	33.901,02
Participación trabajadores 15 %	3.519,67	3.776,67	4.155,89	4.614,87	5.085,15
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS	19.944,82	21.401,13	23.550,05	26.150,95	28.815,87
Impuesto a la Renta	821,18	1.014,67	1.337,01	1.727,14	2.126,88

Elaborado por: Las Autoras

5.2.3. Estado de flujo de caja proyectado

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

Tabla No 119

Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	AÑO 0	2015	2016	2017	2018	2019
Capital propio	38.776,16					
Capital Financiado	20.000,00					
INVERSIÓN TOTAL	58.776,16					
Utilidad del Ejercicio		19.123,64	20.386,46	22.213,04	24.423,81	26.688,99
(+) Depreciaciones		4.313,68	4.313,68	4.313,68	4.313,68	4.313,68
TOTAL DE INGRESOS		23.437,32	24.700,15	26.526,72	28.737,49	31.002,67
Egresos						
Pago de deuda		3.175,03	3.542,44	3.952,38	4.409,77	4.920,37
Reinversión					-	
(-) Total de egresos		3.175,03	3.542,44	3.952,38	4.409,77	4.920,37
(+) Recuperación efectivo						5.219,34
(+) Recuperación Activos Fijos (saldo en libros)						26.858,41
FLUJO NETO	58.776,16	20.262,29	21.157,70	22.574,34	24.327,72	58.160,05

Elaborado por: Las Autoras

El flujo de Caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto; debido a que, con los resultados se procederá a efectuar la evaluación financiera del proyecto y poder establecer la factibilidad del mismo.

5.3. Evaluación financiera

5.3.1. Costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio

La tasa de rendimiento medio sirve para calcular el costo beneficio tanto de ingresos como para los egresos, los flujos de caja y la recuperación de la inversión. Constituye una referencia de cálculo para medir la factibilidad del proyecto. Costo de capital (del inversionista y del crédito).

Para la determinación del costo de capital, se estableció la aplicación del financiamiento propio y prestado, aplicándose una tasa del 11 %, del capital propio.

Para el capital prestado se aplicó el 11 %, que es el porcentaje del préstamo que la pequeña empresa solicitará al Banco Nacional de Fomento por 20.000,00 USD, para fomentar la misma.

Cálculo para el costo de la tasa de rendimiento medio

Tabla No 120

Cálculo del costo oportunidad y tasa de rendimiento medio

CÁLCULO DEL COSTO OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO				
DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDE.	V. PROMEDIO
INV. PROPIA	38.776,16	65,97	11,00	725,70
INV. FINANCIERA	20.000,00	34,03	11,00	374,30
TOTAL	58.776,16	100,00 %		1.100,00
TRM =	$(1+IF)(1+CK)-1$			
TRM=	$(1+0,0378)(1+0.1100)-1$		0,152	15,20

CK = COSTO DE OPORTUNIDAD IF = TASA DE INFLACIÓN

Elaborado por: Las Autoras

5.3.2. Valor actual neto (VAN)

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

FC.- Flujo de Caja

i.- Tasa de descuento

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

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

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

Tasa superior: 33%

Tasa Inferior: 32%

Las tasas anteriores permitieron obtener dos VAN uno positivo y otro negativo, siendo:

Tabla No 123

Flujos netos actualizados

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
AÑOS	FLUJOS NETOS.	VAN POSITIVO 32 %	VAN NEGATIVO 33 %
0	-58.776,16	-58.776,16	-58.776,16
1	20.262,29	15.350,22	15.234,80
2	21.157,70	12.142,85	11.960,94
3	22.574,34	9.815,07	9.595,33
4	24.327,72	8.013,19	7.774,90
5	58.160,05	14.512,93	13.975,47
	87.705,94	1.058,10	- 234,70

Elaborado por: Las Autoras

$$VAN_{32} = -58.776,16 \text{ USD} + \left[\frac{20262,29}{(1+0,32)} + \frac{21157,70}{(1+0,32)^2} + \frac{22574,34}{(1+0,32)^3} + \frac{24327,72}{(1+0,32)^4} + \frac{58160,05}{(1+0,132)^5} \right] \text{ USD}$$

$$Van_{32} = 1058,10 \text{ usd}$$

$$VAN_{33} = -58.776.16 \text{ USD} + \left[\frac{20262.29}{(1+0,33)} + \frac{21157.70}{(1+0,33)^2} + \frac{22574.34}{(1+0,33)^3} + \frac{24327.72}{(1+0,33)^4} + \frac{58160.05}{(1+0,133)^5} \right] \text{USD}$$

$$Van33 = -234.70 \text{ usd}$$

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

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

Simbología y datos:

TABLA NO. 123

Tasa inferior: T.I.= 32 %

Tasa superior : T.S.= 33 %

VAN tasa inferior: VAN (T.I.)= 1058.10 USD

VAN tasa superior: VAN (T.S.)= -234.70 USD

$$TIR = 32 + 1 * (1058.10 / (1058.10 + 234.70))$$

Elaborado por: Las Autoras

TIR= 33,81 %

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

5.3.4. Periodo de recuperación de la inversión

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

Tabla No 124

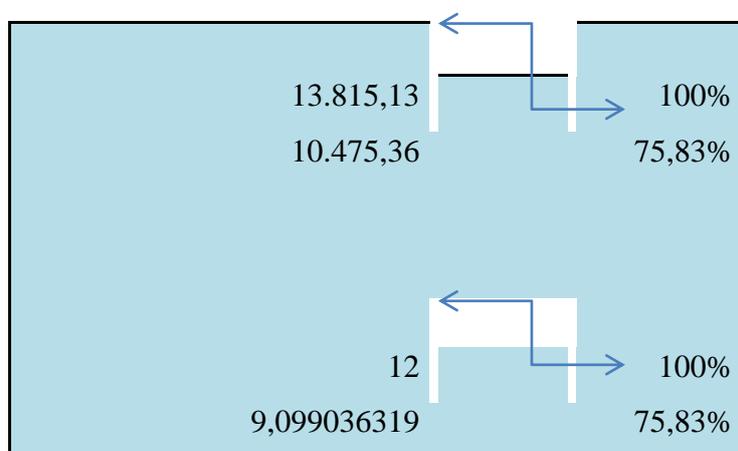
Flujos netos actualizados

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS				
AÑOS	FLUJOS NETOS.	FCA	CANTIDAD	RECUPERACIÓN
1	20.262,29	17.589,43	17.589,43	17.589,43
2	21.157,70	15.943,92	15.943,92	33.533,36
3	22.574,34	14.767,44	14.767,44	48.300,79
4	24.327,72	13.815,13	10.475,36	58.776,16
5	58.160,05	28.670,91	0,00	0.00
	146.482,10	90.786,83	58.776,16	

Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 125

zzzzzz



Elaborado por: Las Autoras

El período de recuperación para el presente proyecto, es de 3 años 9 meses, en donde recupera toda la inversión inicial, quedándole, 1 año 3 meses de ingresos líquidos, que podrán ser reinvertidos en el mismo proyecto, o a su vez la repartición de las utilidades.

5.3.5. Costo beneficio

La relación Beneficio / costo está representada por la relación entre los Ingresos deflactados sobre los Egresos deflactados.

En el caso del presente proyecto es aconsejable implementarlo ya que la relación beneficio / costo se encuentra en **1.27**, que significa que por cada dólar que la empresa invierte, tiene un beneficio de **0,27** centavos.

Tabla No 126

Costo beneficio

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	90.081,20	71.286,56	78.198,34	61.882,95
2	96.959,00	76.901,53	84.168,87	66.757,24
3	104.558,11	82.674,07	90.765,56	71.768,30
4	112.755,51	88.660,71	97.881,62	76.965,22
5	121.598,42	95.238,43	105.558,03	82.675,26
TOTAL	525.952,24	414.761,30	456.572,41	360.048,98

Elaborado por: Las Autoras

Tabla No 127

ZZZZZZZZ

BENEFICIO	Σ	Ingresos	456.572,4	1,27	COSTO
		Deflactados	1		BENEFICIO
COSTO	=	<hr/>		=	
	Σ	Egresos	360.048,9		
		Deflactados	8		

Elaborado por: Las Autoras

POR CADA DÓLAR INVERTIDO RECUPERA 1,27 ES DECIR GANA 0,27

5.3.6. Punto de equilibrio

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

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

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

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

Simbología y datos:

Costos fijos: CF= **48288** USD

Costos variables: CV= 18657.71USD

Ingresos por ventas: IV= **90081.20** USD

Punto de equilibrio: PEq= ?

48288

$$PEq = \frac{48288}{1 - (18657.71 / 90081.20)} = \mathbf{60.902,10 \text{ USD}}$$

$$1 - (18657.71 / 90081.20)$$

Tabla No 128

Proyección para el punto de equilibrio

PROYECCIÓN PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO					
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019
INGRESOS					
VENTAS	90.081,20	96.959,00	104.558,11	112.755,51	121.598,42
COSTOS FIJOS					
SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVO	14.170,20	16.305,57	17.642,62	19.089,32	20.654,64
GASTO PERSONAL VENTAS	6.337,20	7.289,48	7.887,21	8.533,97	9.233,75
SUELDOS OPERATIVOS	17.635,46	20.279,95	21.942,90	23.742,22	25.689,08
GASTOS VENTAS	1.620,00	1.725,74	1.838,99	1.960,34	2.090,37
GASTOS ADMINISTRATIVOS	2.168,30	716,18	767,67	823,03	882,58
GASTOS FINANCIEROS	2.043,15	1.675,74	1.265,80	808,41	298,10
DEPRECIACIÓN	4.313,68	4.313,68	4.313,68	4.313,68	4.313,68
TOTAL COSTO FIJO	48.288,00	52.306,34	55.658,89	59.270,97	63.162,21
COSTOS VARIABLES					
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN	1.579,60	1.374,80	1.635,41	1.587,71	1.706,62
MATERIA PRIMA	17.078,11	18.429,06	19.886,87	21.460,00	23.157,58
TOTAL COSTO VARIABLE	18.657,71	19.803,86	21.522,29	23.047,72	24.864,19
PE DÓLARES	60.902,10	65.732,11	70.085,27	74.498,87	79.397,18

Elaborado por: Las Autoras

5.4. Resumen de la evaluación

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

Tabla No 129

Resumen de la evaluación

EVALUACIÓN FINANCIERA				
NRO	SIGLAS	RUBRO	RESULTADO	OBSERVACIONES
1	TRM	TASA RENDIMIENTO MEDIO	15,20	
2	TIR	TASA INTERNA DE RETORNO	32,82	ES SUPERIOR A LA TRM
3	VAN	VALOR ACTUAL NETO	32010,68	
4	RC	RECUPERACIÓN INVERSIÓN	3 años 9 meses	PROYECTO
5	CB	COSTO BENEFICIO	1,27	POR CADA DÓLAR GANA 0,27
6	PE	PUNTO DE EQUILIBRIO	60902,10	PARA NO GANAR NI PERDER

Elaborado por: Las Autoras

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

En el presente capítulo se detallan los aspectos relacionados a la estructura organizacional de la empresa de elaboración de productos a base de cebada.

6.1. Planificación estratégica¹¹

6.2. El Nombre de la empresa

“NUTRI-CEREAL”

6.3. Slogan

El sabor de la Energía.

6.4. Logotipo

Gráfico N° 58

Logotipo



6.5. Misión

“Somos una empresa, que elabora y oferta productos nutritivos derivados de la cebada de excelente calidad y a precios justos con un valor agregado al por mayor y menor, sosteniendo una relación permanente con el cliente para satisfacer sus requerimientos”.

6.6. Visión

Constituirse para el año 2019 en una organización líder en el mercado, a nivel provincial, en la comercialización y distribución de productos elaborados a base de la cebada; con miras de expansión a mediano plazo, manteniendo la excelencia y calidad en el servicio.

6.7. Objetivos

- Ejecutar una operación rentable que signifique ingresos crecientes para la entidad.
- Desarrollar mecanismos de producción de harina, té y arroz de cebada y su respectiva comercialización que permitan satisfacer eficientemente las necesidades del consumidor.
- Lograr un posicionamiento en el mercado que permita su sostenibilidad y permanencia.
- Fomentar la iniciativa y buen desempeño de los trabajadores para obtener la preferencia en el mercado a través de un recurso humano calificado y competitivo.

6.8. Políticas

- La Empresa ejecutará acciones que permitan cumplir con la misión y visión institucional.
- Los trabajadores observarán las normas y leyes vigentes para el normal funcionamiento de la pequeña empresa.
- Todos los involucrados en la pequeña empresa llevarán a cabo lo establecido en los organigramas y manual de funciones.

- El nivel directivo y el de apoyo practicarán un control financiero en los procesos internos de la empresa.
- El vendedor deberá entregar los productos el mismo día de la recepción del pedido, a domicilio y el pago será de contado..
- Todo el personal debe estar correctamente uniformado y limpio.
- Cada área debe establecer metas y objetivos, el cumplimiento de éstos será evaluado de forma semestral por el jefe inmediato.
- La empresa debe capacitar a todos sus colaboradores para orientarse a un mejor servicio y atención al cliente que brinden el mejoramiento del desempeño en sus actividades.

6.9. Principios

El crecimiento y éxito de la pequeña empresa se fundamenta en la calidad, puntualidad y competitividad del producto y su entrega satisfactoria.

- El compromiso y trabajo de la organización enfocado hacia la satisfacción total del cliente.
- La innovación tecnológica permanente en la organización.
- Fomento de la responsabilidad, puntualidad y respeto, sin mirar la dimensión del servicio requerido.
- Eficiencia, agilidad y atención esmerada en la venta de productos.
- Trabajo en equipo y coordinación en toda la empresa.

6.10. Valores

- **Respeto:** Valorar y reconocer las capacidades, habilidades y esfuerzos de las personas que colaboran en el desarrollo y crecimiento de la empresa permitiéndoles ir más allá del

cumplimiento de sus labores cotidianas a través de la comunicación y recepción de ideas que impliquen procesos de mejoramiento.

- **Eficiencia:** Hacer lo correcto oportunamente implica involucrar al cliente interno a trabajar por el cumplimiento de los requerimientos y especificaciones de los clientes externos logrando la eficiencia de los procesos y servicios.
- **Honestidad:** La organización regida por este valor, logrará que sus miembros interactúen de manera ética y profesional con todas las personas, clientes y proveedores, con lo cual contribuirán a desarrollar y alcanzar las metas trazadas.
- **Compromiso:** Lograr que el equipo de trabajo cumpla eficientemente las tareas asignadas, poniendo en práctica sus conocimientos y habilidades, permitiendo la entrega y disponibilidad total de su laboriosidad, para alcanzar con entusiasmo y dinamismo los objetivos propuestos.

6.11. Estructura organizacional

6.11.1. Organización estructural

La empresa cuenta con los siguientes niveles y está conformada por el siguiente equipo de trabajo:

Nivel Directivo

Junta General de Socios

Nivel Ejecutivo

Gerente

Contador/a

Nivel Operativo

Supervisor de producción

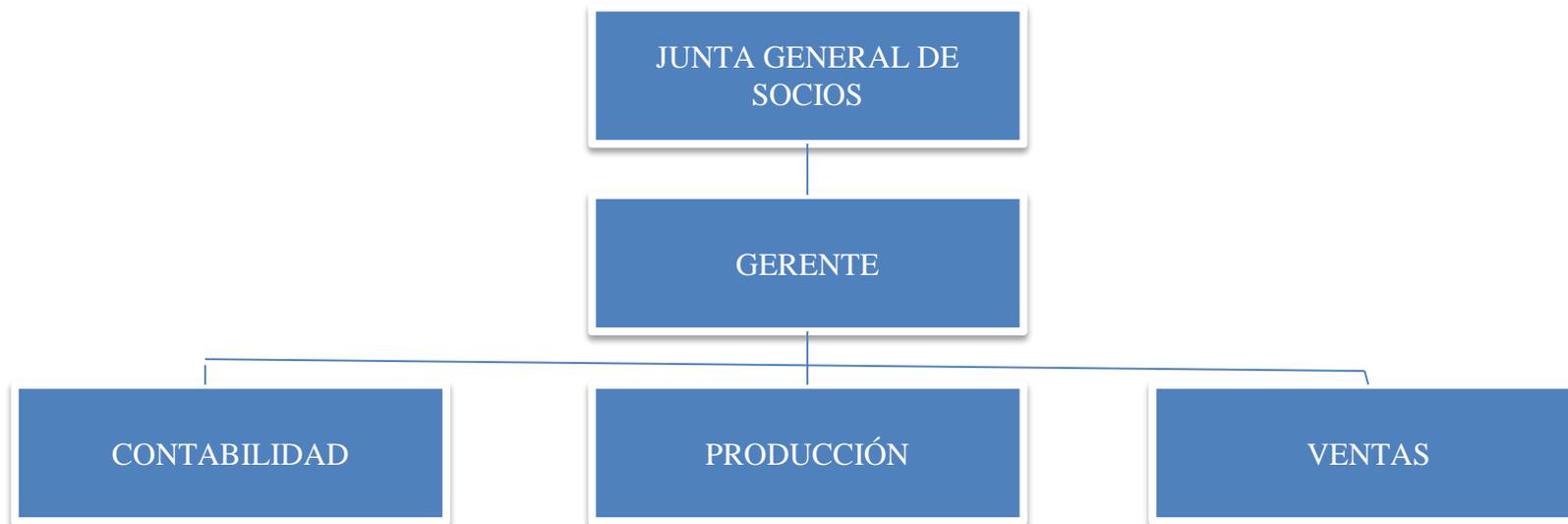
Vendedor

2 Operarios

6.11.2. Organigrama estructural

Gráfico N° 59

Organigrama estructural



Elaborado por: Las autoras

Referencias:			
Nivel autoridad	Elaborado por:	Aprobado por:	Fecha:
		Gerencia General	
Referencias:			

6.11.3. Organización estructural por niveles

1. Nivel ejecutivo

Representado por el gerente o administrador de la entidad, quien es responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar la ejecución de las políticas y las actividades de la empresa.

Las funciones incluirán analizar la situación económica y financiera de la empresa formulando estrategias, realizar los contactos pertinentes con entidades prestamistas o crediticias, organizar y optimizar los recursos, realizar y analizar proyecciones, diseñar, instaurar y controlar las estrategias.

2. Nivel de apoyo

Responsable de la planificación, organización y coordinación todo lo referente a la contabilidad, con el objetivo de obtener las consolidaciones y estados financieros requeridos por la pequeña empresa. Establece y coordina la ejecución de las políticas relacionadas con el área contable. En este nivel está el Contador que tiene a su cargo las Contabilidad y el Control Interno .

Además a este nivel esta la unidad de ventas encargado de la imagen institucional como la venta de los productos.

3. Nivel operativo

Lo integran las áreas de adquisiciones, producción; que será responsable de la ejecución de los procesos, políticas y planes para el cumplimiento de objetivos y normal desenvolvimiento de actividades en la empresa. En este nivel se elaboran los productos.

6.12. Matriz de competencias

<p>NIVEL: EJECUTIVO</p> <p>GERENCIA</p> <p>CARGO: ADMINISTRADOR GERENCIAL</p>
<p>NATURALEZA DEL PUESTO</p> <p>Planificar, organizar, dirigir y administrar las actividades de la microempresa con eficiencia y eficacia a través de la innovación y la productividad controlando los recursos físicos y financieros.</p>
<p>FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Representar legal y extrajudicialmente a la organización. - Realiza las funciones de administrador de la pequeña empresa y organiza al personal que está a su cargo. - Es el encargado de mantener y buscar vínculos comerciales nacionales e internacionales - Dar soluciones a problemas. - Evaluar constantemente al personal - Tomar decisiones en base a resultados - Analizar los procedimientos de selección, contratación, capacitación, motivación y políticas de pago de sueldos y horas extras al personal.
<p>REQUISITOS DEL CARGO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Título de tercer nivel en administración de empresas, contabilidad o carreras afines. - Tener experiencia mínima de 2 años - Altos deseos de superación

<p>NIVEL: AUXILIAR</p> <p>CONTABILIDAD</p> <p>CARGO: CONTADOR</p>
<p>NATURALEZA DEL PUESTO</p>
<p>Controlar todas las operaciones financieras realizadas en la microempresa. Generar información útil y oportuna para la toma de decisiones.</p>
<p>FUNCIONES</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Preparar los estados financieros y entregar al gerente. - Analizar la información financiera y emitir las recomendaciones a la gerencia con el propósito de incrementar los niveles de eficiencia. - Registro de operaciones contables de la pequeña empresa. - Mantener al día todos los libros contables de ley. - Generar información contable para la toma de decisiones. - Elaborar las nóminas de pago del personal. - Clasificar, guardar y resumir información numérica y financiera para recopilar y llevar los registros financieros. - Revisar las cifras y recopilar información financiera y contables de las anotaciones y documentos para un correcto asiento contable en los libros. - Llenar y enviar los formularios de compensación a trabajadores, formularios de contribución de pensión al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y al Servicio de Rentas Internas. - Preparación y pagos de impuestos a través del programa tributario SITAC. (El Asesor Contable)
<p>REQUISITOS DEL CARGO</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Título profesional de Contador Público Autorizado C.P.A. y registrado en el SENESCYT. - Sólidos conocimientos en contabilidad - Experiencia mínima de 2 años

6.13. Constitución legal de la empresa

6.13.1. Figura jurídica

Se constituirá la Empresa dedicada a la producción de té, harina y arroz a base de cebada como Compañía de Responsabilidad Limitada. Su domicilio será la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, ciudad de Ibarra, Parroquia Caranqui, Calles Princesa Cory Cory 5-78 y General Julio Andrade. El objeto de la organización será la producción de té, harina y arroz a base de cebada.

6.13.2. Apertura de cuenta

Se debe aperturar una cuenta corriente de Integración de Capital, en beneficio de la misma, misma que servirá también para la operatividad financiera de la microempresa.

6.13.3. Escritura pública

Luego de la apertura de la cuenta, el gerente de la empresa deberá acudir ante un notario y hacer una escritura pública de constitución.

6.13.4. 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 noticiero de mayor cobertura en el sector.

6.13.5. Inscripción

Con la autorización del juez civil, el futuro gerente debe inscribirla en el Registro Mercantil. Para comenzar debe tener el Registro Único de Contribuyente (RUC).

6.14. Requisitos legales de funcionamiento

6.14.1. Registro único de contribuyentes

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el punto de partida para el proceso de administración tributaria. El RUC constituye el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias, quienes tienen sus obligaciones iniciales con el Servicio de Rentas Internas:

- Obtener el Registro Único de Contribuyentes, documento único que le califica para poder efectuar transacciones comerciales en forma legal. Los contribuyentes deben inscribirse en el RUC dentro de los treinta días hábiles siguientes a su inicio de actividades.
- Actualizar el RUC por cualquier cambio producido en los datos originales contenidos en éste. El contribuyente deberá realizar esta actualización dentro de los treinta días hábiles siguiente de ocurrido el hecho que produjo el cambio.
- Todos los trámites relacionados con el Registro Único de Contribuyentes se realizan en las oficinas del Servicio de Rentas Internas.

6.14.2. Patente municipal

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

La patente anual se obtendrá dentro de los treinta días siguientes al final del mes en que se inician las actividades y durante enero de cada año. Por el ejercicio de las actividades se

pagará un impuesto mensual, cuya cuantía está determinada en proporción a la naturaleza, valores y ubicación del negocio.

6.14.3. Registro de funcionamiento

El registro de funcionamiento es otorgado por el Municipio del cantón Ibarra. Los requisitos y formalidades para el registro son las siguientes:

- Copia certificada de la escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil, tratándose de personas jurídicas.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Fotocopia de cédula de identidad, según sea la Persona Natural Ecuatoriana o extranjera.
- Fotocopia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar la razón social.
- Copia del Certificado de votación.
- Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local, registrado en un juzgado del Inquilinato

6.14.4. Número patronal

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

- Contratos de Trabajo inscritos en la Inspección de Trabajo.
- Cédula de Identidad del representante de la microempresa.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Una vez obtenido el número patronal se debe proceder a afiliarse a cada uno de los trabajadores.

6.14.5. Registro único de proveedores

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

- Acuerdo de responsabilidad impreso en el portal.
- Copia certificada de la escritura de constitución de la empresa.
- Copia de papeleta de votación.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes RUC. y estar al día en sus obligaciones con el SRI, lista blanca

6.14.6. Permiso sanitario

Es un documento emitido por la Dirección Provincial de Salud, en el que autoriza el funcionamiento de los establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario por la delegación del ministerio de salud (acuerdo ministerial No. 58 de abril del 2003). Los requisitos son:

- Solicitud (formulario) de permiso sanitario;
- Copia de cédula de ciudadanía;
- Copia de certificado de votación;
- Comprobante de pago de patente municipal;
- Comprobante de pago de tasa de permiso sanitario del año;
- Certificado (s) de salud (en áreas de alimentos, salas de belleza y peluquerías).
- Copia del RUC vigente.

6.15. Obligaciones legales de la microempresa

Tabla No 130

Obligaciones legales de la microempresa

Patente	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Rótulos y Publicidad Exterior	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	Anual	P. Naturales y Jurídicas

ELABORADO POR: LA AUTORA

Tabla No 131

Obligaciones tributarias

Obligaciones Tributarias			
Declaración Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Anexo Imp. Renta (Rel. Dependencia)	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Jurídicas
Anticipo Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Jul / Sep	P. Naturales y Jurídicas
Retenciones en la Fuente - Renta	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto al Valor Agregado - IVA	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Anexos Transaccionales (IVA /ICE /IR)	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Declaración Patrimonial	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Naturales

ELABORADO POR: LA AUTORA

Tabla No 132

Obligaciones patronales

Obligaciones patronales			
Décimo Cuarto Sueldo	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla de pago 14to. Sueldo	Ministerio Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Décimo Tercero Sueldo	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla de pago 13er. Sueldo	Ministerio Trabajo	Anual o mensual	P. Naturales y Jurídicas
Fondos de Reserva	IESS	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Pagar 15% utilidades a empleados	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla pago 15% utilidades	Ministerio Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Uniformes para el Personal	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Remuneraciones a empleados	Empleados	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Aportes Seguro Social Empleados y fondos reserva	IESS	Mensual	P. Naturales y Jurídicas

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Tabla No 133

Otras contribuciones y obligaciones

Otras contribuciones y obligaciones			
Impuesto Predial	Municipios	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Matriculación de Vehículos en caso de contar con vehículo	Jefaturas de Tránsito	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Revisión Técnica Vehicular	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Contratar SOAT para vehículos	Aseguradoras calificadas	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Teléfono	Empresa Telefónica	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Agua Potable	Empresa Agua Potable	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Energía Eléctrica	Empresa Eléctrica	Mensual	P. Naturales y Jurídicas

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

6.16. Estrategias empresariales

- Introducir al mercado el producto aprovechando que es considerado como producto básico para la mayoría de la población Imbabureña.
- Realizar una publicidad efectiva en el mercado a través de trípticos, cuñas radiales, artículos promocionales y visitas personalizadas a los administradores de los supermercados.
- El diseño de una página web que permita tener contacto con el cliente de una manera más ágil y eficiente, en la que inclusive el cliente pueda realizar sus pedidos y sugerencias online.

- Con la finalidad de abaratar costos, y tener durante todo el año la materia prima, firmaran convenios interpersonales con los agricultores de la zona con el objetivo de que entreguen la materia prima de calidad y directamente en la pequeña industria.
- Realizar el monitoreo al cliente posterior a la venta, para evaluar calidad de servicio de atención como del producto, a través de indicadores como tiempos de atención, número de quejas vs. clientes atendidos, entre otros.
- Realizar estudios del comportamiento del mercado de forma periódica de manera que la empresa está alineada conforme las expectativas y necesidades del cliente cuyo efecto multiplicador sería su fidelización.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

Para el proyecto se ha programado aplicar una tabla de valoración de los impactos, siendo:

Tabla No 134

Valoración de impactos

Significado	Negativo alto	Negativo medio	Negativo bajo	No hay impacto	Positivo bajo	Positivo medio	Positivo alto
Puntaje	-3	-2	-1	0	1	2	3

Elaborado por: Las Autoras

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

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

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}}$$

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

7.1. Impacto social

Tabla No 135

Valoración del impacto social

IMPACTO SOCIAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Compromiso con productores							X	3
Mejoramiento de calidad de vida						X		2
Protección integral de los productos							X	3
Responsabilidad social							X	3
TOTAL								11

Elaborado por: Las Autoras

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

CONCLUSIÓN

Es una ventaja para los proveedores de materia prima que son los agricultores de la asociación de productores agropecuarios y plantas medicinales Jambigihua en especial, ya que la pequeña empresa adquirirá su producción a precio justo y al contado.

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

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

7.2. Impacto económico

Tabla No 136

Impacto económico

IMPACTO ECONÓMICO								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Fuentes de trabajo							X	3
Precios accesibles						X		2
Facilidad de acceso a los productos							X	3
Rentabilidad							X	3
TOTAL								11

Elaborado por: Las Autoras

VALORACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO

$$\begin{array}{rcl}
 \text{Nivel de impacto} & \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} & \\
 = & \frac{11}{4} & = 2.75 \text{ Alto positivo}
 \end{array}$$

CONCLUSIÓN

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

Mejorará el nivel de vida de los involucrados directos e indirectos, debido al aumento de la producción tecnológica y de los ingresos económicos tanto para los empleados como para los clientes quienes serán beneficiados de productos nutritivos a precios razonables.

7.3. Impacto nutricional

Tabla No 137

Valoración del impacto nutricional

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

Elaborado por: Las Autoras

$$\begin{array}{rcl}
 \text{Nivel de impacto} & \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} & \\
 = & \frac{11}{4} & = 2.75 \text{ Alto positivo}
 \end{array}$$

CONCLUSIÓN

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

7.4. Impacto ambiental

Tabla No 138

Valoración del impacto ambiental

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

Elaborado por: Las Autoras

$$\begin{array}{rcl}
 & \text{Sumatoria total} & 11 \\
 \text{Nivel de impacto} & & \underline{\quad} \\
 = & \text{Número de indicadores} & = 4 = 2.75 \text{ Alto} \\
 & & \text{positivo}
 \end{array}$$

Conclusión

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

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

7.5 Impacto general

Tabla No 139

Valoración del impacto general

IMPACTO GENERAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
IMPACTO ECONÓMICO							X	2.75
IMPACTO SOCIAL							X	2.75
IMPACTO NUTRICIONAL							X	2.75
IMPACTO AMBIENTAL							X	2.75
TOTAL								11

Elaborado por: Las Autoras

$$\begin{array}{rcl}
 \text{Nivel de impacto} & \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} & \\
 = & \frac{11}{4} & = 2.75 \text{ Alto positivo}
 \end{array}$$

Análisis General

Esto implica que al ser un impacto positivo, la pequeña empresa de producción de Harina, té y arroz a base de cebada será beneficiosa tanto a nivel individual como colectivo, permitiendo generar una alternativa de progreso para la parroquia.

Existe un promedio positivo en todos los impactos, por lo tanto es aceptable el proyecto en lo referente a impactos.

CONCLUSIONES

- El diagnóstico situacional del entorno en la ciudad de Ibarra demuestra que existe una gran población de agricultores dedicados a la producción de cebada garantizando la existencia de materia prima permanente.
- En la ciudad de Ibarra existe un alto porcentaje de demanda insatisfecha de productos elaborados a base de cebada, ya que algunos de ellos se ofertan pero en cantidades bajas y no en distintas presentaciones.
- Existe en el mercado maquinaria y equipo especializado acompañado de la infraestructura y materia prima que le permitirá a la pequeña empresa cubrir la producción con la capacidad instalada en la producción de harina, te y arroz de cebada.
- En base a la evaluación financiera como al análisis de los criterios de evaluación del proyecto se ha concluido que este es viable y rentable ya que posee un VAN positivo de 32010.68 dólares, la TIR se ubica en 32.82% la cual es superior a la TRM que es 15.20%, esto garantiza que el proyecto está en capacidad de generar mayor rentabilidad que una inversión alternativa, con un tiempo de recuperación aproximadamente de 3 años 4 meses por lo que se cumple dentro de los objetivos, la relación beneficio costo es de 1.27 es decir que por cada dólar invertido se gana 27 centavos, lo que justifica la inversión.
- La decisión administrativa tendrá bien definido los procesos, para proveer de una buena atención al cliente, permitiendo así el fortalecimiento del negocio.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar convenios con las asociaciones agrícolas del sector que se dedican a la producción de cebada con la finalidad de tener materia prima en todos los meses del año.
- Reforzar en forma periódica el posicionamiento a través de campañas publicitarias, degustaciones, sondeos, lo que permitirá mayor participación en el mercado.
- Ser minucioso en el control de calidad de la materia prima como en el proceso de producción realizando innovaciones continuas, con el fin tener una producción eficiente y un producto de buena calidad.
- Implementar el proyecto considerando que: el VAN del proyecto es mayor a cero y la TIR del proyecto es superior a la tasa rendimiento aceptable (TMAR). El periodo de recuperación del proyecto es menor a la duración del proyecto y por tanto se puede recuperar la inversión que se ha realizado.
- Incentivando y capacitando al grupo humano que colabora en la propuesta, permitirá el manejo adecuado del negocio, bajo leyes y reglamentos que se encuentren en vigencia y sobre todo la buena atención al cliente con calidad y calidez.

BIBLIOGRAFÍA

- Anzola, Rojas, Servulo; (2010), *Administración de Pequeñas Empresas*, Tercera Edición, México.
- Araujo, Arévalo David; (2012), *Análisis, formulación y evaluación práctica*, Primera edición, México
- Baca, Urbina Gabriel; (2010) *Evaluación de Proyectos*, Sexta Edición. México
- Bilancio, Guillermo, *Marketing el conocimiento, las ideas y la acción*, primera edición, Pearson Education SA, México 2008
- Castro, Ortega Alfonso; (2010), *Proyectos de inversión*, Primera edición, México
- Cespedes, Sáenz Alberto; (2010), *Principios de mercadeo*, Quinta edición, Colombia
- Chiavenato, Idalberto; (2010) *Administración en los nuevos tiempos*. México
- Cordova, Padilla Marcial; (2011), *Formulación y Evaluación de Proyectos*, Tercera edición, Bogotá
- Cravens, David y PIERCY Niguel; (2008), *Marketing estratégico*, Novena edición, Madrid
- Daft, Richard L; MARCIC Dorothy, *Introducción A La Administración*, Cengage Learning Editores S.A. Sexta Edición 2011 México.
- Fincousky, Franklin; Enrique Benjamín (2009), *Organización de Empresa*, Tercera Edición, México
- Kotler, Philip y Armstrong, Gary; (2013); *Fundamentos del Marketing*, onceava edición.
- Meza Orozco, Jhonny de Jesús, *Evaluación financiera del proyecto*, segunda edición, Ecoe ediciones, Colombia 2010
- Ortega Castro, Alfonso, *Proyectos de inversión*, Grupo Patria Cultural SA, primera edición, México 2008

- Redondo, Tellis / Kotler, LaneWell / Moriarty, Burnett, Mezcla promicional, primera edición, Pearson Education SA, México 2011
- Sarmiento, Rubén; (2010), Contabilidad de Costos, Segunda edición, Quito-Ecuador.
- Varela, Villegas Rodrigo; (2010) Evaluación económica de proyectos de inversión, Séptima edición, Colombia

LINKOGRAFÍA

- [http://es.wikipedia.org/wiki/Ibarra_\(Ecuador\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Ibarra_(Ecuador))
- <https://www.google.com.ec/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=evolucion+de+la+ciudad+de+Ibarra>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_Ibarra
- http://www.livestrong.com/es/beneficios-salud-del-lista_7988/
- <http://www.organiclife.ec/2013/08/arroz-de-cebada-3/>
- <https://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20070515092421AAsTGIF>
- <http://es.scribd.com/doc/93820295/REQUISITOS-PARA-CREAR-UNA-COMPANIA-DE-RESPONSABILIDAD-LIMITADA-EN-EL-ECUADOR#scribd>
- <http://www.infoagro.com/herbaceos/forrajes/cebada2.htm>

A N E X O S

ANEXO 1 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS SOCIOS DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y PLANTAS MEDICINALES JAMBIGHUA



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

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS SOCIOS DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y PLANTAS MEDICINALES JAMBIGHUA

OBJETIVO: Conocer sobre los tipos de cultivos que se producen en un período de tiempo, las cantidades y la forma de comercialización de sus productos.

Cargo del encuestado

CUESTIONARIO:

1. ¿Cuánto tiempo lleva constituida legalmente y trabajando la organización?

.....
.....
.....

2. ¿Qué producen principalmente los socios de la organización?

3. ¿Entre sus productos esta la cebada?

SI
NO

4. De ser afirmativa su respuesta, ¿Qué cantidad promedio cosecha por cultivo?

5. ¿En qué meses se cosecha la cebada?

Enero

Mayo

Septiembre

Febrero

Junio

Octubre

Marzo

Julio

Noviembre

Abril

Agosto

Diciembre

6. ¿Cuál es la forma de comercialización de la cebada?

Al por mayor

Al por menor

En supermercados

En plantas procesadoras

Por lote

7. ¿Cuál es el precio promedio del quintal de cebada?

8. ¿Estarían ustedes dispuestos a vender su producción de cebada a una empresa distinta de las tradicionales?

9. ¿Existe la disponibilidad de firmar un convenio en el cual ustedes se comprometan a vender su cosecha de cebada y la empresa se comprometa a comprarla a un precio promedio establecido?

¡Gracias por su valiosa información!

**ANEXO 2 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ADMINISTRADORES DE LOS
SUPERMERCADOS UBICADOS EN LA CIUDAD DE IBARRA**



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

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ADMINISTRADORES DE LOS
SUPERMERCADOS UBICADOS EN LA CIUDAD DE IBARRA**

OBJETIVO:

Conocer la oferta actual sobre productos elaborados a base de cebada y la disponibilidad para distribuir éstos productos en una nueva marca.

INDICACIONES:

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

Marque con una X la alternativa de su elección

CUESTIONARIO

1. ¿En este supermercado distribuyen los siguientes productos?

Harina de cebada (máchica)

Arroz de cebada

Te de cebada

Todos los anteriores

2. ¿Si se ofertan estos productos, en que presentaciones la hay y cuál es su precio de venta?

PRODUCTO	PRESENTACIÓN	SELECCIÓN	PRECIO
HARINA DE CEBADA (MÁCHICA)	500 Gramos		
	1000 Gramos		
	Otros ¿Cuál? -----		
TÉ DE CEBADA	Sobre Individual		
	Caja de 10 sobres		
	Caja de 20 sobres		
	Caja de 25 sobres		
	Otros ¿Cuál? -----		
ARROZ DE CEBADA	500 Gramos		
	1000 Gramos		
	Otros ¿Cuál? -----		

3. ¿Cuál es la cantidad promedio mensual que usted adquiere de los siguientes productos?

PRODUCTO	PRESENTACIÓN	CANTIDAD
HARINA DE CEBADA (MÁCHICA)	500 Gramos	
	1000 Gramos	
	Otros ¿Cuál? -----	
TÉ DE CEBADA	Sobre Individual	
	Caja de 10 sobres	
	Caja de 20 sobres	
	Caja de 25 sobres	
	Otros ¿Cuál? -----	
ARROZ DE CEBADA	500 Gramos	
	1000 Gramos	
	Otros ¿Cuál? -----	

4. ¿Cuál es la cantidad promedio mensual que usted vende los siguientes productos?

PRODUCTO	PRESENTACIÓN	CANTIDAD
HARINA DE CEBADA (MÁCHICA)	500 Gramos	
	1000 Gramos	
	Otros ¿Cuál? -----	
TÉ DE CEBADA	Sobre Individual	
	Caja de 10 sobres	
	Caja de 20 sobres	
	Caja de 25 sobres	
	Otros ¿Cuál? -----	
ARROZ DE CEBADA	500 Gramos	
	1000 Gramos	
	Otros ¿Cuál? -----	

5.¿Estaría usted dispuesto a adquirir a una nueva empresa productos elaborados a base de cebada?

Si

No

6.¿Qué cantidad de cada producto compraría a la nueva empresa?

PRODUCTO	PRESENTACIÓN	CANTIDAD
HARINA DE CEBADA (MÁCHICA)	500 Gramos	
	1000 Gramos	
	Otros ¿Cuál? -----	
TÉ DE CEBADA	Sobre Individual	
	Caja de 10 sobres	
	Caja de 20 sobres	
	Caja de 25 sobres	
	Otros ¿Cuál? -----	
ARROZ DE CEBADA	500 Gramos	
	1000 Gramos	
	Otros ¿Cuál? -----	

7.¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por los productos a base de cebada?

PRODUCTO	PRESENTACIÓN	PRECIO
HARINA DE CEBADA (MÁCHICA)	500 Gramos	
	1000 Gramos	
	Otros ¿Cuál? -----	
TÉ DE CEBADA	Sobre Individual	
	Caja de 10 sobres	
	Caja de 20 sobres	
	Caja de 25 sobres	
	Otros ¿Cuál? -----	
ARROZ DE CEBADA	500 Gramos	
	1000 Gramos	
	Otros ¿Cuál? -----	

8.¿En qué presentación prefiere los productos elaborados a base de cebada?

PRODUCTO	500 GRAMOS	1000 GRAMOS	OTRO
Harina de Cebada (máchica)			
Té de cebada			
Té de cebada			

9.¿Qué características considera que deberían de prevalecer en los productos elaborados a base de cebada?

PRODUCTO	COLOR	TEXTURA	AROMA	OTRO ¿CUÁL?
Harina de Cebada (máchica)				
Té de cebada				
Arroz de cebada				

¡Gracias por su valiosa información!