



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MISTELA DE UVILLA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA.**

AUTORA: Arroyo T. Nancy G.

DIRECTOR: Ing. Marcelo Vallejos

Ibarra, junio del 2013

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad el cultivo de uvillas, ha tomado importancia como producto de exportación y de alta rentabilidad, por la óptima demanda del mercado internacional. En la provincia de Imbabura, se localizan alrededor de 30.82 hectáreas de esta fruta, de las cuales en el cantón Ibarra se tiene 9.34 hectáreas (MAGAP – Ibarra 2012). Del diagnóstico técnico situacional se determina que el problema de mayor importancia de los 18 pequeños agricultores que cultivan la uvilla, es que no tienen un mercado estable, ya que actualmente comercializan su producto a intermediarios, lo que no les garantiza un precio rentable que coadyuve al incremento del área de este cultivo y mejoramiento de la cadena productiva en el cantón Ibarra y, como consecuencia en la provincia de Imbabura. Del estudio de mercado se establece que la oferta de mistelas en general a nivel nacional se comercializa mistelas de frutas y cereales. Según ADILE Y COMEX la oferta de mistelas para el año 2012 fue de 2'500.000 botellas de mistela, se determina también que no existe en el mercado la comercialización de mistela de uvilla, generándose una oportunidad para el proyecto. Del análisis de la demanda a nivel nacional se determina que la demanda proyectada de mistelas en general a nivel nacional para el año 2013 es de 2'894.400 botellas de mistela, la demanda insatisfecha es 649.800 botellas de mistela, el proyecto pretende captar el 10.77% de esta demanda. Del estudio técnico e ingeniería del proyecto, se establece que la empresa aplicará procesos de producción para elaborar mistela de uvilla. Las instalaciones físicas reúnen los requerimientos técnicos necesarios para la operatividad de la misma. Del Estudio Económico – Financiero se determina que el VAN es de \$42.660, la TIR de 22%. El PRI es de 4 años, 4 meses y 8 días, el B/C de \$1.27. Del análisis de impactos se establece que la empresa generará impactos positivos con un nivel de impacto “medio” e impactos negativos de magnitud muy bajos.

SUMMARY

Today uvillas cultivation has become important as an export and high yield optimal international market demand. In the province are located around 30.82 hectares of this crop of these in Canton Ibarra has 9.34 hectares (MAGAP - Ibarra 2012). The situational analysis determined that the most important problem of the 18 small farmers growing uvilla not have a stable market as currently marketed their product to middlemen, which does not guarantee a profitable price that contributes to the increase of the area of this cultivation and improvement of the production chain in the Canton Ibarra and consequently in the province of Imbabura. Market research states that the overall supply of mistelas nationally marketed mistelas fruit and cereals. According ADILE And mistelas COMEX supply for 2012 was 2'500.000 bottles of sweet wine, is also determined to not exist in the market uvilla mistela marketing, generating an opportunity for the project. An analysis of national demand is determined that the projected demand in general mistelas nationally for 2013 is 2'894.400 mistela bottles, unmet demand is 649.800 bottles of sweet wine, the project aims to capture 10.77% of this demand. Technical and engineering study of the Bill provides that the company applied to develop production processes uvilla mistela. The physical facilities meet the technical requirements for the operation of the company. Economic Survey - Financial determine the NPV is \$ 42.660, the IRR of 22%. The PRI is 4 years, 4 months and 8 days, the B/C of \$ 1.27. Impacts analysis states that the company will generate positive impacts with impact level "medium" and negative impacts of very low magnitude.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, ARROYO TERÁN NANCY GABRIELA, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100277408-9 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MISTELA DE UVILLA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han presentado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Arroyo Terán Nancy Gabriela

C.I. 100277408-9

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la estudiante Arroyo Terán Nancy Gabriela, para obtener el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría – CPA, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MISTELA DE UVILLA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”, considero que el trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 12 días del mes de junio del 2013.



DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

Ing. Marcelo Vallejos

C.I. 100181382-1



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

Yo, ARROYO TERÁN NANCY GABRIELA, portadora de la cédula de ciudadanía N° 1002774089, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte, los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MISTELA DE UVILLA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”** que ha sido desarrollado para optar por el título de: **Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A.** en la Universidad Técnica del Norte quedando la misma, 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 entregue el trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Arroyo Terán Nancy Gabriela

CC: 100277408-9

Ibarra, a los 12 días del mes de junio del 2013



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

| DATOS DE CONTACTO | |
|----------------------------|--------------------------------|
| CEDULA DE IDENTIDAD | 100277408-9 |
| APELLIDOS Y NOMBRES | ARROYO TERÁN NANCY GABRIELA |
| DIRECCIÓN | LOS CEIBOS |
| EMAIL | gabriela_arroyo05@hotmail.com |
| TELÉFONO MÓVIL | 0998-314-806 |

| DATOS DE LA OBRA | |
|------------------------------------|--|
| TÍTULO | ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MISTELA DE UVILLA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA. |
| AUTORA | ARROYO TERÁN NANCY GABRIELA |
| FECHA | 20 DE MAYO DEL 2013 |
| SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO | |

| | | |
|-------------------------------|--|-----------------------------------|
| PROGRAMA | <input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO | <input type="checkbox"/> POSGRADO |
| TÍTULO POR EL QUE OPTA | INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA. | |
| ASESOR/ DIRECTOR: | ING. MARCELO VALLEJOS | |

1. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, ARROYO TERÁN NANCY GABRIELA, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100277408-9, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad 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.

2. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 20 días del mes de mayo del 2013

LA AUTORA:

(Firma) _____

Nombre: Arroyo T. Nancy G.

CC: 100277408-9

ACEPTACIÓN:

(Firma) _____

Nombre: Ingeniera Betty Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario:

DEDICATORIA

A Dios mi redentor, por guiarme por el camino correcto y darme valor espiritual para seguir creciendo como ser humano.

A mi Querida Familia; por su sabiduría, consejos y apoyo incondicional que siempre me brindaron para seguir adelante.

A mi Esposo quién con su apoyo, amor y comprensión ha influido en mí, para que culmine con éxito mis estudios universitarios.

Gabriela Arroyo T.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por guiarme siempre en el camino de la sabiduría y por bendecirme con una hermosa familia.

A la gloriosa Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, a todos los docentes; expreso un profundo agradecimiento, por inculcarme los valores necesarios para convertirme en una excelente profesional.

A todos quienes colaboraron con la realización de este proyecto en especial al Ing. Marcelo Vallejos por su profesionalismo y acertado asesoramiento para la culminación de este último peldaño en mi etapa de formación.

Gabriela Arroyo T.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|------|
| PORTADA..... | i |
| RESUMEN EJECUTIVO..... | ii |
| SUMMARY..... | iii |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA | iv |
| CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO..... | v |
| CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO..... | vi |
| AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN..... | vii |
| IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA..... | vii |
| DEDICATORIA | x |
| AGRADECIMIENTO | xi |
| ÍNDICE GENERAL..... | xii |
| ÍNDICE DE CUADROS..... | xx |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS | xxiv |
| ÍNDICE DE IMÁGENES..... | xxvi |
| PRESENTACIÓN..... | 27 |
| OBJETIVOS..... | 29 |
| GENERAL..... | 29 |
| ESPECÍFICOS..... | 29 |
| CAPÍTULO I..... | 30 |
| 1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL | 30 |
| 1.1 ANTECEDENTES | 30 |
| 1.2 OBJETIVOS | 31 |
| 1.2.1 General..... | 31 |

| | | |
|-------------------|---|----|
| 1.2.2 | Específicos | 32 |
| 1.3 | MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA | 33 |
| 1.4 | MECÁNICA OPERATIVA..... | 36 |
| 1.4.1 | Identificación de la Población | 36 |
| 1.4.2 | Identificación de la Muestra..... | 36 |
| 1.4.3 | Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información | 36 |
| 1.5 | TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN | 37 |
| 1.5.1 | Encuesta Aplicada a Agricultores de la Planta Uvilla en el Cantón Ibarra..... | 37 |
| 1.5.2 | Entrevistas Aplicada a Expertos..... | 47 |
| 1.6 | ANÁLISIS DE FACTORES COMPARATIVOS DEL PROYECTO . | 49 |
| 1.6.1 | Matriz AOOD | 49 |
| 1.7 | DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO | 50 |
| CAPÍTULO II | | 51 |
| 2 | BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS | 51 |
| 2.1 | PROYECTO | 51 |
| 2.1.1 | Concepto | 51 |
| 2.1.2 | Clasificación de los Proyectos..... | 51 |
| 2.1.3 | Etapas de un Proyecto | 52 |
| 2.1.4 | Estudio de Factibilidad del Proyecto y sus Componentes..... | 52 |
| 2.2 | LA EMPRESA | 63 |
| 2.2.1 | Razón Social | 63 |
| 2.2.2 | Proceso Administrativo..... | 64 |
| 2.2.3 | Filosofía Empresarial..... | 65 |
| 2.3 | PRODUCTO UVILLA | 67 |
| 2.3.1 | Características Generales de la Uvilla | 67 |

| | | |
|-------------------|---|-----|
| 2.3.2 | Descripción Botánica..... | 68 |
| 2.3.3 | Valor Nutricional..... | 69 |
| 2.3.4 | Propiedades Medicinales..... | 70 |
| 2.3.5 | Formas de Consumo..... | 70 |
| 2.3.6 | Mistelas..... | 71 |
| CAPÍTULO III..... | | 72 |
| 3 | ESTUDIO DE MERCADO..... | 72 |
| 3.1 | IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO..... | 72 |
| 3.1.1 | Características del Producto..... | 73 |
| 3.1.2 | Clasificación por Uso y Efecto..... | 73 |
| 3.2 | EL MERCADO..... | 74 |
| 3.3 | OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO..... | 80 |
| 3.3.1 | Objetivo General..... | 80 |
| 3.3.2 | Objetivos Específicos..... | 81 |
| 3.4 | MATRIZ DE VARIABLES DE MERCADO..... | 82 |
| 3.5 | IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN..... | 85 |
| 3.5.1 | Identificación de la Muestra..... | 86 |
| 3.6 | TABULACIONES Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN..... | 86 |
| 3.6.1 | Encuesta Aplicada a los Propietarios de las Licorerías y Supermercados de la Ciudad de Ibarra..... | 86 |
| 3.7 | ANÁLISIS DE LA OFERTA..... | 103 |
| 3.7.1 | Oferta Histórica (Volumen que Comercializa)..... | 104 |
| 3.7.2 | Proyección de la Oferta..... | 105 |
| 3.8 | ANÁLISIS DE LA DEMANDA..... | 106 |
| 3.8.1 | Naturaleza del Consumidor..... | 106 |
| 3.8.2 | Demanda Histórica..... | 107 |

| | | |
|--------|--|-----|
| 3.8.3 | Proyección de la Demanda | 108 |
| 3.9 | BALANCE OFERTA - DEMANDA | 110 |
| 3.10 | PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO | 110 |
| 3.11 | PRECIO..... | 111 |
| 3.11.1 | Fijación de Precios | 111 |
| 3.12 | ESTRUCTURA Y SEGMENTACIÓN DE MERCADO | 112 |
| 3.12.1 | Segmentación del Mercado..... | 112 |
| 3.13 | MERCADO META | 114 |
| 3.14 | ESTRATEGIAS DE MERCADO | 114 |
| 3.14.1 | Estrategias de Precio | 114 |
| 3.14.2 | Estrategias de Promoción | 114 |
| 3.14.3 | Estrategia de Producto | 115 |
| 3.14.4 | Estrategia Empresarial | 115 |
| 3.14.5 | Estrategia de Liderazgo en Costos. | 115 |
| 3.14.6 | Estrategia de Diferenciación..... | 116 |
| 3.14.7 | Estrategia de Enfoque..... | 116 |
| 3.15 | CANALES DE DISTRIBUCIÓN | 116 |
| 3.16 | CONCLUSIONES DEL ESTUDIO | 117 |
| | CAPÍTULO IV..... | 118 |
| 4 | ESTUDIO TÉCNICO | 118 |
| 4.1 | TAMAÑO DEL PROYECTO | 118 |
| 4.1.1 | Tamaño del Proyecto en Relación a la Demanda | 118 |
| 4.1.2 | Tamaño del Proyecto y Disponibilidad de Materia Prima o Insumos | 119 |
| 4.1.3 | Tamaño del Proyecto en Relación a la Tecnología | 120 |
| 4.1.4 | Tamaño del Proyecto y Financiamiento | 121 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 4.1.5 | Tamaño del Proyecto y la Organización..... | 121 |
| 4.1.6 | Capacidad Instalada..... | 122 |
| 4.1.7 | Capacidad Operativa..... | 122 |
| 4.2 | LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO | 122 |
| 4.2.1 | Macro localización del Proyecto | 122 |
| 4.2.2 | Análisis de los Factores de Localización..... | 123 |
| 4.2.3 | Micro localización | 125 |
| 4.3 | INGENIERÍA DEL PROYECTO..... | 127 |
| 4.3.1 | Características del Producto | 128 |
| 4.3.2 | Detalle Técnico de Maquinaria y Equipos de Producción | 130 |
| 4.3.3 | Equipo y Maquinaria de Producción..... | 131 |
| 4.3.4 | Infraestructura Física y Obras Civiles..... | 134 |
| 4.4 | PRESUPUESTO TÉCNICO | 135 |
| 4.4.1 | Inversiones Fijas | 135 |
| 4.4.2 | Inversiones Diferidas..... | 136 |
| 4.4.3 | Capital de Trabajo Inicial..... | 137 |
| 4.4.4 | Inversiones Totales del Proyecto | 138 |
| 4.4.5 | Financiamiento | 138 |
| 4.4.6 | Talento Humano..... | 139 |
| 4.5 | OPERACIÓN DEL PROYECTO..... | 140 |
| 4.5.1 | Procesos de Producción..... | 140 |
| | CAPITULO V..... | 146 |
| 5 | EVALUACIÓN ECONÓMICA | 146 |
| 5.1 | ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL..... | 146 |
| 5.2 | DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS PROYECTADOS | 147 |
| 5.3 | DETERMINACIÓN DE EGRESOS PROYECTADOS | 147 |

| | | |
|--------|---|-----|
| 5.3.1 | Costos de Producción | 147 |
| 5.3.2 | Gastos Administrativos..... | 153 |
| 5.3.3 | Gastos Generales Ventas | 155 |
| 5.4 | GASTOS FINANCIEROS..... | 157 |
| 5.5 | DEPRECIACIÓN – AMORTIZACIÓN..... | 158 |
| 5.6 | GASTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIACIÓN | 160 |
| 5.7 | CAPITAL DE TRABAJO – SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA | 161 |
| 5.8 | CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO | 162 |
| 5.9 | ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS..... | 163 |
| 5.10 | FLUJO NETO DE EFECTIVO | 164 |
| 5.11 | FLUJO DE CAJA..... | 165 |
| 5.12 | BALANCE PROFORMA | 167 |
| 5.13 | EVALUACIÓN FINANCIERA..... | 169 |
| 5.13.1 | Cálculo del Costo de Oportunidad de la Inversión (CK)..... | 169 |
| 5.13.2 | Valor Actual Neto (VAN)..... | 169 |
| 5.13.3 | Tasa Interna de Retorno (TIR) | 170 |
| 5.13.4 | Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) | 171 |
| 5.13.5 | Relación Beneficio / Costo | 172 |
| 5.14 | PUNTO DE EQUILIBRIO | 173 |
| | CAPÍTULO VI..... | 174 |
| 6 | ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL..... | 174 |
| 6.1 | LA EMPRESA | 174 |
| 6.1.1 | Aspectos Legales de la Microempresa..... | 174 |
| 6.2 | ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA..... | 176 |
| 6.2.1 | Tipo de Empresa | 176 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 6.2.2 | Nombre o Razón Social de la Empresa..... | 176 |
| 6.2.3 | Misión..... | 177 |
| 6.2.4 | Visión..... | 177 |
| 6.2.5 | Políticas..... | 177 |
| 6.2.6 | Objetivos Organizacionales..... | 178 |
| 6.2.7 | Valores Corporativos..... | 179 |
| 6.3 | ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL..... | 180 |
| 6.3.1 | Descripción de Áreas Funcionales..... | 181 |
| 6.4 | IMAGEN CORPORATIVA DE LA MICROEMPRESA..... | 186 |
| 6.4.1 | Producto..... | 186 |
| 6.4.2 | Uniforme..... | 187 |
| 6.4.3 | Tarjeta de Presentación..... | 188 |
| 6.4.4 | Fachada..... | 188 |
| 6.4.5 | Hojas Membretadas..... | 189 |
| | CAPÍTULO VII..... | 190 |
| 7 | IMPACTOS O EFECTOS DEL PROYECTO..... | 190 |
| 7.1 | IMPACTOS..... | 190 |
| 7.1.1 | Impactos Positivos..... | 191 |
| 7.1.2 | Impactos Negativos..... | 197 |
| | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 201 |
| 8 | CONCLUSIONES..... | 201 |
| 9 | RECOMENDACIONES..... | 203 |
| | FUENTES BIBLIOGRÁFICAS..... | 205 |
| | LINCONGRAFÍA..... | 207 |
| | ANEXO 1..... | 209 |
| | ANEXO 2..... | 211 |

| | |
|---------------|--------------------------------------|
| ANEXO 3 | 213 |
| ANEXO 4 | 215 |
| ANEXO 5 | ¡Error! Marcador no definido. |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|----------------------|-----|
| Cuadro N° 1.1 | 33 |
| Cuadro N° 1.2 | 38 |
| Cuadro N° 1.3 | 39 |
| Cuadro N° 1.4 | 40 |
| Cuadro N° 1.5 | 41 |
| Cuadro N° 1.6 | 42 |
| Cuadro N° 1.7 | 43 |
| Cuadro N° 1.8 | 44 |
| Cuadro N° 1.9 | 45 |
| Cuadro N° 1.10 | 46 |
| Cuadro N° 1.11 | 47 |
| Cuadro N° 1.12 | 48 |
| Cuadro N° 1.13 | 49 |
| Cuadro N° 2.1 | 63 |
| Cuadro N° 2.2 | 69 |
| Cuadro N° 3.1 | 82 |
| Cuadro N° 3.2 | 85 |
| Cuadro N° 3.3 | 88 |
| Cuadro N° 3.4 | 89 |
| Cuadro N° 3.5 | 90 |
| Cuadro N° 3.6 | 91 |
| Cuadro N° 3.7 | 92 |
| Cuadro N° 3.8 | 93 |
| Cuadro N° 3.9 | 94 |
| Cuadro N° 3.10 | 95 |
| Cuadro N° 3.11 | 96 |
| Cuadro N° 3.12 | 97 |
| Cuadro N° 3.13 | 98 |
| Cuadro N° 3.14 | 99 |
| Cuadro N° 3.15 | 100 |

| | |
|----------------------|-----|
| Cuadro N° 3.16 | 101 |
| Cuadro N° 3.17 | 102 |
| Cuadro N° 3.18 | 103 |
| Cuadro N° 3.19 | 104 |
| Cuadro N° 3.20 | 105 |
| Cuadro N° 3.21 | 106 |
| Cuadro N° 3.22 | 108 |
| Cuadro N° 3.23 | 109 |
| Cuadro N° 3.24 | 109 |
| Cuadro N° 3.25 | 110 |
| Cuadro N° 3.26 | 111 |
| Cuadro N° 4.1 | 122 |
| Cuadro N° 4.2 | 124 |
| Cuadro N° 4.3 | 126 |
| Cuadro N° 4.4 | 128 |
| Cuadro N° 4.5 | 129 |
| Cuadro N° 4.6 | 131 |
| Cuadro N° 4.7 | 132 |
| Cuadro N° 4.8 | 132 |
| Cuadro N° 4.9 | 132 |
| Cuadro N° 4.10 | 133 |
| Cuadro N° 4.11 | 133 |
| Cuadro N° 4.12 | 133 |
| Cuadro N° 4.13 | 133 |
| Cuadro N° 4.14 | 134 |
| Cuadro N° 4.15 | 135 |
| Cuadro N° 4.16 | 136 |
| Cuadro N° 4.17 | 137 |
| Cuadro N° 4.18 | 137 |
| Cuadro N° 4.19 | 138 |
| Cuadro N° 4.20 | 139 |
| Cuadro N° 4.21 | 140 |

| | |
|----------------------|-----|
| Cuadro N° 4.22 | 141 |
| Cuadro N° 5.1 | 146 |
| Cuadro N° 5.2 | 147 |
| Cuadro N° 5.3 | 148 |
| Cuadro N° 5.4 | 148 |
| Cuadro N° 5.5 | 149 |
| Cuadro N° 5.6 | 149 |
| Cuadro N° 5.7 | 150 |
| Cuadro N° 5.8 | 151 |
| Cuadro N° 5.9 | 151 |
| Cuadro N° 5.10 | 151 |
| Cuadro N° 5.11 | 152 |
| Cuadro N° 5.12 | 152 |
| Cuadro N° 5.13 | 153 |
| Cuadro N° 5.14 | 154 |
| Cuadro N° 5.15 | 154 |
| Cuadro N° 5.16 | 155 |
| Cuadro N° 5.17 | 155 |
| Cuadro N° 5.18 | 156 |
| Cuadro N° 5.19 | 156 |
| Cuadro N° 5.20 | 157 |
| Cuadro N° 5.21 | 158 |
| Cuadro N° 5.22 | 158 |
| Cuadro N° 5.23 | 159 |
| Cuadro N° 5.24 | 160 |
| Cuadro N° 5.25 | 161 |
| Cuadro N° 5.26 | 162 |
| Cuadro N° 5.27 | 163 |
| Cuadro N° 5.28 | 164 |
| Cuadro N° 5.29 | 165 |
| Cuadro N° 5.30 | 167 |
| Cuadro N° 5.31 | 169 |

| | |
|----------------------|-----|
| Cuadro N° 5.32 | 171 |
| Cuadro N° 5.33 | 172 |
| Cuadro N° 5.34 | 173 |
| Cuadro N° 6.1 | 184 |
| Cuadro N° 7.1 | 190 |
| Cuadro N° 7.2 | 191 |
| Cuadro N° 7.3 | 192 |
| Cuadro N° 7.4 | 193 |
| Cuadro N° 7.5 | 194 |
| Cuadro N° 7.6 | 195 |
| Cuadro N° 7.7 | 196 |
| Cuadro N° 7.8 | 198 |
| Cuadro N° 7.9 | 199 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|-----------------------|-----|
| Gráfico N° 1.1 | 38 |
| Gráfico N° 1.2 | 39 |
| Gráfico N° 1.3 | 40 |
| Gráfico N° 1.4 | 41 |
| Gráfico N° 1.5 | 42 |
| Gráfico N° 1.6 | 43 |
| Gráfico N° 1.7 | 44 |
| Gráfico N° 1.8 | 45 |
| Gráfico N° 1.9 | 46 |
| Gráfico N° 3.1 | 72 |
| Gráfico N° 3.2 | 76 |
| Gráfico N° 3.3 | 78 |
| Gráfico N° 3.4 | 79 |
| Gráfico N° 3.5 | 79 |
| Gráfico N° 3.6 | 80 |
| Gráfico N° 3.7 | 87 |
| Gráfico N° 3.8 | 88 |
| Gráfico N° 3.9 | 89 |
| Gráfico N° 3.10 | 90 |
| Gráfico N° 3.11 | 91 |
| Gráfico N° 3.12 | 92 |
| Gráfico N° 3.13 | 93 |
| Gráfico N° 3.14 | 94 |
| Gráfico N° 3.15 | 95 |
| Gráfico N° 3.16 | 96 |
| Gráfico N° 3.17 | 97 |
| Gráfico N° 3.18 | 98 |
| Gráfico N° 3.19 | 99 |
| Gráfico N° 3.20 | 100 |
| Gráfico N° 3.21 | 101 |

| | |
|-----------------------|-----|
| Gráfico N° 3.22 | 102 |
| Gráfico N° 3.23 | 112 |
| Gráfico N° 3.24 | 113 |
| Gráfico N° 3.25 | 113 |
| Gráfico N° 3.26 | 116 |
| Gráfico N° 4.1 | 119 |
| Gráfico N° 6.1 | 181 |

ÍNDICE DE IMÁGENES

| | |
|--------------------|-----|
| Figura N° 2.1..... | 51 |
| Figura N° 2.2..... | 52 |
| Figura N° 2.3..... | 67 |
| Figura N° 2.4..... | 68 |
| Figura N° 2.5..... | 70 |
| Figura N° 2.6..... | 71 |
| Figura N° 4.1..... | 142 |

PRESENTACIÓN

El presente proyecto tiene como finalidad el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla en el barrio Los Ceibos, parroquia San Francisco, ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. El presente proyecto está estructurado de 7 capítulos que son los siguientes:

En el capítulo I Diagnóstico Situacional se realizó el análisis de la situación actual de los agricultores del cultivo de uvilla del cantón Ibarra, con la finalidad de determinar la disponibilidad de materia prima (uvilla) para la creación de una microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla. Se concluye este capítulo con la elaboración de la matriz AOOR.

En el Capítulo II se realizó el Marco Teórico, con la finalidad de fundamentar en forma técnica y científica la revisión de literatura y la utilización de conceptos referentes a los componentes del proyecto.

En el Capítulo III, se elaboró el Estudio de Mercado con el objetivo de establecer la oferta y la demanda en función de las variables e indicadores de este componente, se estructuró la demanda potencial, la segmentación del mercado, el mercado meta del proyecto y estrategias de mercadeo.

En el Capítulo IV se realizó el Estudio Técnico y la Ingeniería del proyecto con la finalidad de sustentar la macro y micro localización de la empresa. Se estableció el proceso necesario para la elaboración de mistela de uvilla, la infraestructura física, la maquinaria y equipos, el talento humano e inversiones del proyecto.

En el Capítulo V, se realizó la Evaluación Económica y Financiera teniendo en cuenta las inversiones iniciales y operativas que se requiere

para el funcionamiento de la empresa, determinándose indicadores financieros que sustenten la factibilidad del proyecto.

En el Capítulo VI, se estableció la Estructura Organizacional, de la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla al igual que la estrategia filosófica: misión, visión, objetivos, políticas y valores que articulen el funcionamiento de la organización en términos administrativos.

En el Capítulo VII, se procedió a medir los impactos que originan la etapa pre-operativa y operativa de la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla.

OBJETIVOS

GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

ESPECÍFICOS

- a.** Realizar un Diagnóstico Situacional para establecer aliados, oponentes, oportunidades y riesgos e identificar la mejor opción de Inversión.
- b.** Elaborar el Marco Teórico que sustente el proyecto.
- c.** Realizar un Estudio de Mercado con relación a la oferta, demanda, precio, y comercialización de las mistelas elaboradas de frutas, en especial de la uvilla.
- d.** Realizar un estudio Económico-Financiero que determine las necesidades de administrar y minimizar el impacto del riesgo en la microempresa.
- e.** Evaluar la situación económica financiera del proyecto para identificar su sustentabilidad.
- f.** Establecer la estructura administrativa para que tenga el proyecto una correcta gestión empresarial.
- g.** Conocer la influencia de los principales impactos que generará el presente proyecto para mitigar o potencializar su impacto.

CAPÍTULO I

1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

La uvilla (*Physalis peruviana* L.) es una fruta no tradicional de importancia económica y alimenticia. La importancia porque es una fruta que se lo utiliza para la alimentación humana ya sea en fresco o en varios derivados agroindustriales como jaleas, mermeladas, almíbar, snacks, deshidratadas, conservas y bebidas alcohólicas como vinos y mistelas. Esta fruta es apetecida por su alto contenido de vitamina A, y C, además de calcio, hierro y fósforo. Por ser un producto no tradicional y beneficioso, su precio en el mercado internacional es muy bajo.

En la actualidad el cultivo de uvillas ha tomado mayor importancia como producto de exportación y de alta rentabilidad, debido a la óptima demanda en el mercado internacional. Por las condiciones climáticas existentes en la provincia de Imbabura, la producción de uvilla se genera durante todo el año, ofreciendo ventaja para los cultivadores, en la provincia se localizan alrededor de 30.82 hectáreas de este cultivo de éstas en el cantón Ibarra se tiene 9.34 hectáreas (MAGAP – Ibarra 2012). La constante demanda de nuevos productos a base de la uvilla en el mercado local y extranjero, ha impulsado a la diversificación de la producción, en especial en la serranía del país, constituyéndose en una de las alternativas para la inserción de las economías campesinas de los productores.

Además, como muchos de los productos no tradicionales, la uvilla presenta una evolución irregular en su producción y comercialización afectando a los agricultores del cantón Ibarra, de manera particular del sector de Cochapamba de la comunidad la Florida; por lo que, es necesario considerar implementar proyectos que ofrezcan valor agregado

a través de nuevos productos derivados que mejoren la cadena productiva de esta fruta.

La forma principal de comercializar la uvilla, es en fresco, con o sin capuchón, teniendo como unidad de medida la libra y el kilogramo. En la actualidad ésta es empleada en el mercado de las bebidas alcohólicas combinadas como los vinos, mistelas y otros; adicionalmente se están introduciendo otras frutas como materias primas principales entre las cuales tenemos: duraznos, pera, manzana, uvas, mango, ovos, y otros de mayor producción y comercialización en el país.

Bajo estos antecedentes y enfoques, se plantea realizar el diagnóstico técnico situacional de los cultivadores de la uvilla en el cantón Ibarra, esto con la finalidad de realizar un análisis del entorno donde se cultiva a esta fruta; con el fin de sustentar la factibilidad de crear una microempresa de producción y comercialización de mistelas de uvilla en la ciudad de Ibarra.

Éste análisis se hace necesario realizar para sustentar especialmente la disponibilidad de materia prima para el proyecto; y a la vez establecer los posibles aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que sustenten la creación de la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 General

Elaborar un diagnóstico técnico situacional para determinar la factibilidad de crear una microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

1.2.2 Específicos

1.2.2.1 Identificar las áreas de producción de uvilla y su rendimiento en el cantón Ibarra.

1.2.2.2 Establecer la factibilidad que los productores de uvilla del cantón Ibarra sean proveedores de materia prima de la microempresa motivo de este trabajo.

1.2.2.3 Determinar los actuales sistemas de comercialización que tienen los agricultores de uvilla.

1.2.2.4 Identificar los procesos de producción para la elaboración de mistelas, al igual que las características de la materia prima, requerimiento de talento humano, maquinaria y equipo y características técnicas de la mistela.

1.2.2.5 Establecer los aspectos técnicos relacionados a la construcción de la obra civil, determinación de áreas, espacios físicos y características técnicas de la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla

1.2.2.6 Identificar el número de agricultores, extensión y rendimiento promedio de la uvilla del cantón Ibarra.

1.2.2.7 Determinar los impactos que pudiera ocasionar la creación de la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla.

1.3 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Cuadro N° 1.1

MATRIZ DE VARIABLES DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

| OBJETIVO | VARIABLE | INDICADORES | FUENTE DE INFORMACIÓN | TÉCNICA | POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO |
|---|------------------|-------------------------------|-----------------------|----------|---|
| Identificar las áreas de producción de uvilla y su rendimiento en el cantón Ibarra. | Producción | Extensión de terreno | Primaria | Encuesta | Agricultores del cultivo de uvilla del cantón Ibarra. |
| | | Rendimiento promedio | Primaria | Encuesta | Agricultores del cultivo de uvilla del cantón Ibarra. |
| Determinar los actuales sistemas de comercialización que tienen los agricultores de uvilla del cantón Ibarra. | Comercialización | Precio de comercialización | Primaria | Encuesta | Agricultores del cultivo de uvilla del cantón Ibarra. |
| | | Destino inmediato | Primaria | Encuesta | Agricultores del cultivo de uvilla del cantón Ibarra. |
| Establecer la factibilidad que los agricultores de uvilla | Proveedores | Factibilidad de ser proveedor | Primaria | Encuesta | Agricultores del cultivo de uvilla del cantón Ibarra. |

| | | | | | |
|---|----------|-------------------------------------|----------|------------|---|
| del cantón Ibarra sean proveedores de materia prima (uvilla) de la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla. | | Porcentaje de producción | Primaria | Encuesta | Agricultores del cultivo de uvilla del cantón Ibarra. |
| | | Forma de pago | Primaria | Encuesta | Agricultores del cultivo de uvilla del cantón Ibarra. |
| | | Oportunidad para los agricultores | Primaria | Encuesta | Agricultores del cultivo de uvilla del cantón Ibarra. |
| Identificar los procesos de producción para la elaboración de mistelas, al igual que las características de la materia prima, requerimiento de talento humano, maquinaria y equipo y características técnicas de la mistela | Procesos | Elaboración de mistelas | Primaria | Entrevista | Ing. Agroindustrial Germán Sigüencia |
| | | Características de la materia prima | Primaria | Entrevista | Ing. Agroindustrial Germán Sigüencia |
| | | Talento humano | Primaria | Entrevista | Ing. Agroindustrial Germán Sigüencia |
| | | Tipo de maquinaria | Primaria | Entrevista | Ing. Agroindustrial Germán Sigüencia |
| | | Característica técnica | Primaria | Entrevista | Ing. Agroindustrial Germán Sigüencia |

| | | | | | |
|---|------------------------------|---|------------|------------|--------------------|
| Establecer los aspectos técnicos relacionados a la construcción civil, determinación de áreas, espacios físicos y características técnicas de la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla | Aspectos técnicos | Construcción civil | Primaria | Entrevista | Arq. Mario Guamaní |
| | | Área de producción | Primaria | Entrevista | Arq. Mario Guamaní |
| | | Características técnicas | Primaria | Entrevista | Arq. Mario Guamaní |
| | | Ambientes físicos | Primaria | Entrevista | Arq. Mario Guamaní |
| | | Emplazamiento | Primaria | Entrevista | Arq. Mario Guamaní |
| Identificar el número de agricultores, extensión y rendimiento promedio de la uvilla del cantón Ibarra. | Características de la uvilla | Número de agricultores | Secundaria | Documental | MAGAP - Ibarra |
| | | Extensión de cultivo en el cantón Ibarra. | Secundaria | Documental | MAGAP - Ibarra |
| | | Rendimiento promedio por hectárea | Secundaria | Documental | MAGAP - Ibarra |

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

1.4 MECÁNICA OPERATIVA

1.4.1 Identificación de la Población

La población objeto a diagnóstico, son los 18 agricultores de uvilla del cantón Ibarra, localizados en el sector de Cochapamba de la comunidad la Florida, que según el MAGAP de Ibarra son registrados en esta institución.

1.4.2 Identificación de la Muestra

No se aplicó el cálculo de la muestra debido a que técnicamente la población (agricultores) es menor de 30, por lo que se procedió a hacer la encuesta a todos los 18 agricultores del cultivo de uvilla del cantón Ibarra.

1.4.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información

1.4.3.1 Técnicas

Las técnicas que se utilizaron para la realización del presente diagnóstico situacional son las siguientes:

- Encuesta
- Entrevista
- Observación

1.4.3.2 Instrumentos

Para la aplicación de las técnicas de la encuesta y entrevista se estructuró dos instrumentos de recolección de información (cuestionario), basándose en las variables e indicadores de la matriz diagnóstica.

1.4.3.3 Información Primaria

- **Encuestas.** Esta técnica se aplicó a 18 agricultores del cultivo de uvilla de los sectores de Cochapamba de la comunidad la Florida del cantón Ibarra. Esta técnica permitió recolectar información referente a la producción y comercialización actual de la uvilla, así

como determinar la factibilidad de que estos agricultores sean proveedores de esta materia prima para el proyecto.

- **Entrevista.** Se aplicó la técnica de la entrevista al Ing. Agroindustrial Germán Sigüencia consultor privado de la ciudad de Ibarra, experto en procesos de industrialización de productos, con la finalidad de obtener información sobre los procesos de producción en lo referente a la elaboración de mistelas, los requerimientos de producción, talento humano, tecnológico necesario para la operatividad de la empresa. Se entrevistó además al Arq. Mario Guamaní consultor, experto en construcciones agroindustriales de la ciudad de Ibarra en relación al diseño de ambientes físicos, detalles constructivos y distribución que debe tener una empresa de producción y comercialización de mistela. Esta información permitió fundamentar de manera sistemática los componentes del proyecto en la fase de ingeniería.

1.4.3.4 Información Secundaria

La información secundaria se sustentó en datos obtenidos de instituciones como el Ministerio de Agricultura, Acuacultura y Pesca (MAGAP) de Ibarra; en lo referente al número de agricultores dedicados al cultivo de uvilla en el cantón Ibarra. La información de aspectos técnicos, legales y ambientales se obtuvo en el Ilustre Municipio de Ibarra, Servicio de Rentas Internas (SRI), Ministerio del Ambiente, Dirección Provincial de Salud que deberá cumplir la empresa para su funcionamiento, de igual forma se utilizó información bibliográfica de diferentes textos y páginas de internet que aportaron al desarrollo del proyecto.

1.5 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

1.5.1 Encuesta Aplicada a Agricultores de la Planta Uvilla en el Cantón Ibarra.

Mediante la aplicación de las encuestas a los 18 agricultores de la uvilla del cantón Ibarra, utilizando el formato (anexo 1) en la que se establecen 9 preguntas, con las variables e indicadores pertinentes.

1. ¿Qué cantidad de terreno dedica al cultivo de uvilla?

Cuadro N° 1.2
CULTIVO DE UVILLA

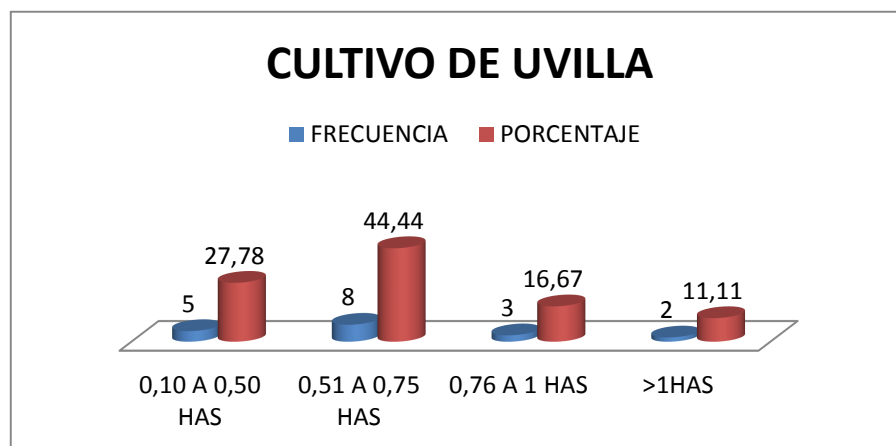
| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------|------------|------------|
| 0,10 A 0,50 HAS | 5 | 27,78 |
| 0,51 A 0,75 HAS | 8 | 44,44 |
| 0,76 A 1 HAS | 3 | 16,67 |
| >1HAS | 2 | 11,11 |
| TOTAL | 18 | 100 |

Fuente: Encuestas (18 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Gráfico N° 1.1



Fuente: Encuestas (18 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

ANÁLISIS:

De los datos obtenidos se observa que la mayoría de los agricultores (44,44%) destinan entre 0,51 a 0,75 has para el cultivo de uvilla, lo que demuestra que en general los agricultores no utilizan mucho terreno para el cultivo de esta fruta.

2. ¿Qué rendimiento promedio obtiene por hectárea de cultivo de uvilla?

Cuadro N° 1.3
RENDIMIENTO

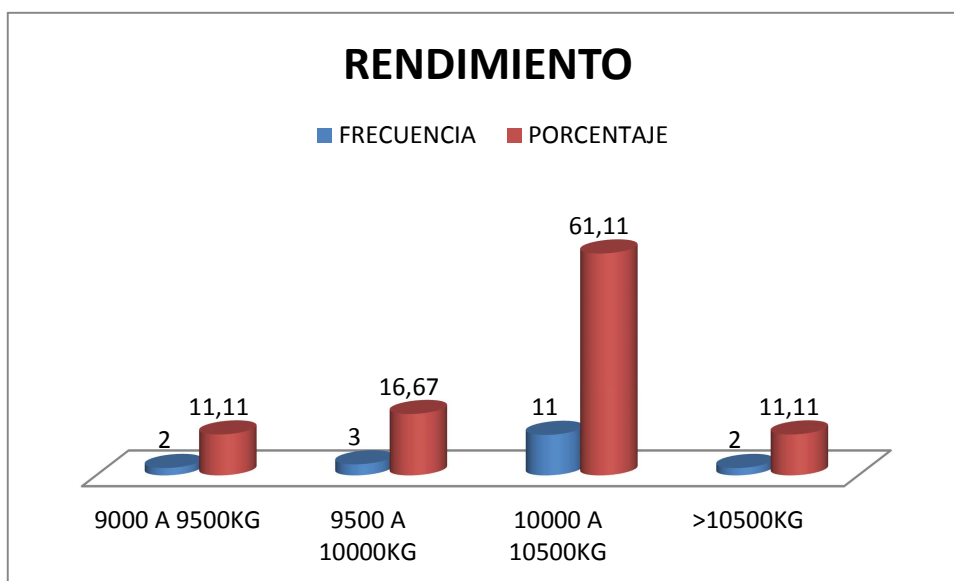
| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------|------------|------------|
| 9.000 A 9.500KG | 2 | 11,11 |
| 9.500 A 10.000KG | 3 | 16,67 |
| 10.000 A 10.500KG | 11 | 61,11 |
| >10.500KG | 2 | 11,11 |
| TOTAL | 18 | 100 |

Fuente: Encuestas (18 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Gráfico N° 1.2



Fuente: Encuestas (18 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

ANÁLISIS:

Gran parte de los encuestados (61,11%) manifiestan que el rendimiento por hectárea es de 10.000 a 10.500 kg de uvilla, lo que demuestra que la producción de esta fruta es ventajosa.

3. El precio del kilo de uvilla es de:

Cuadro N° 1.4
PRECIO DEL KILO

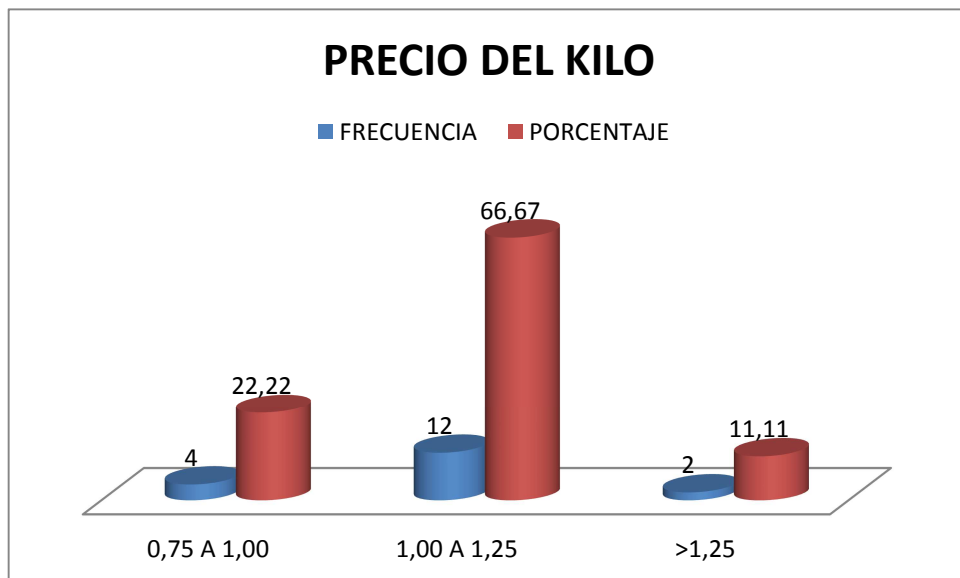
| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| 0,75 A 1,00 | 4 | 22,22 |
| 1,00 A 1,25 | 12 | 66,67 |
| >1,25 | 2 | 11,11 |
| TOTAL | 18 | 100 |

Fuente: Encuestas (18 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Gráfico N° 1.3



Fuente: Encuestas (18 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

ANÁLISIS:

La mayoría de los agricultores encuestados (66,67%) manifiestan que el precio del kilo de uvilla es de \$1,00 a \$1,25, lo que demuestra que el precio de comercialización de esta fruta es casi invariable.

4. El precio que actualmente recibe por la venta de la uvilla considera que es:

Cuadro N° 1.5
PRECIO DE COMERCIALIZACIÓN

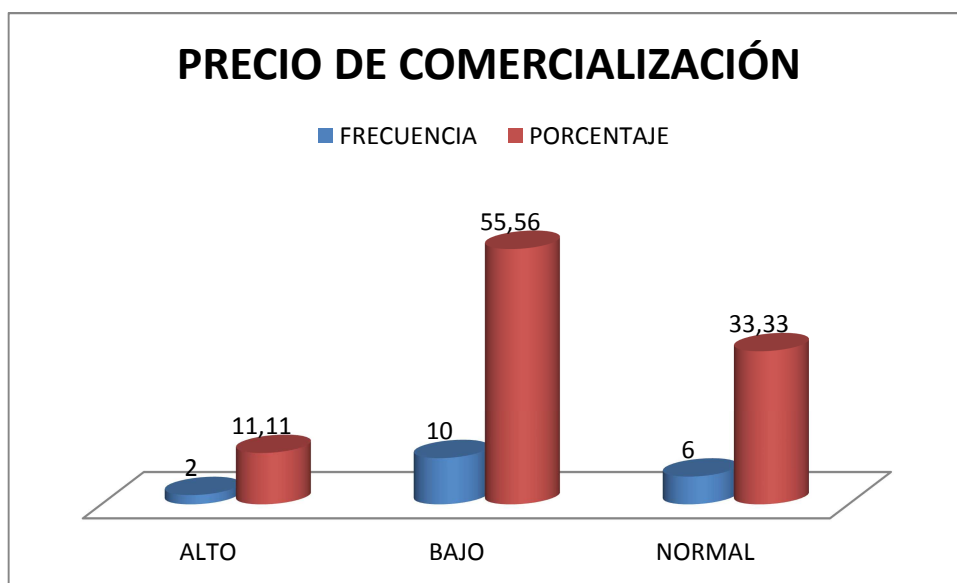
| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| ALTO | 2 | 11,11 |
| BAJO | 10 | 55,56 |
| NORMAL | 6 | 33,33 |
| TOTAL | 18 | 100 |

Fuente: Encuestas (18 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Gráfico N° 1.4



Fuente: Encuestas (18 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

ANÁLISIS:

Un gran porcentaje de los agricultores encuestados (55,56%) sostienen que el precio que recibe por la venta de uvilla es bajo, lo que demuestra la inconformidad de los mismos con el precio actual.

5. ¿Cuál es el destino inmediato de su producción?

Cuadro N° 1.6
DESTINO DE PRODUCCIÓN

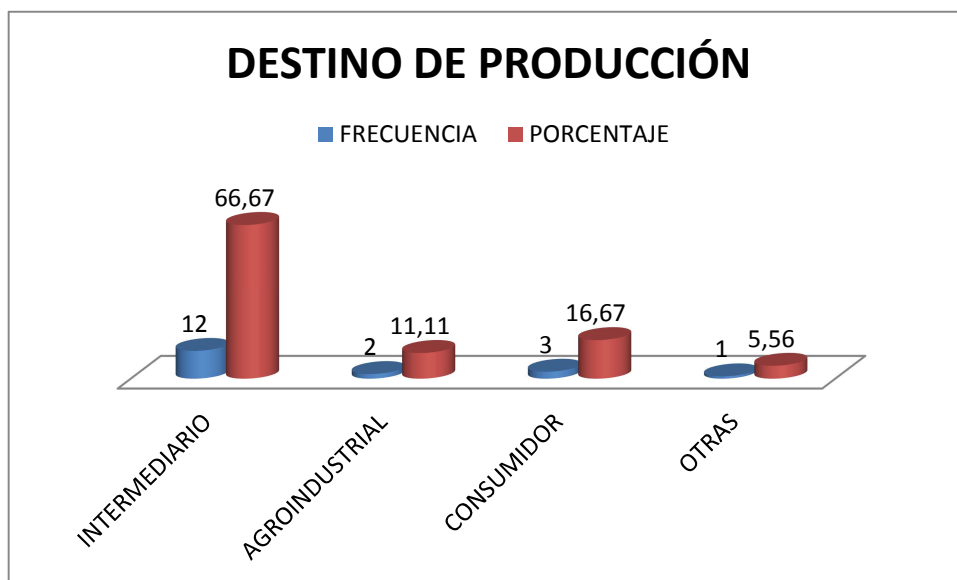
| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|----------------|------------|------------|
| INTERMEDIARIO | 12 | 66,67 |
| AGROINDUSTRIAL | 2 | 11,11 |
| CONSUMIDOR | 3 | 16,67 |
| OTRAS | 1 | 5,56 |
| TOTAL | 18 | 100 |

Fuente: Encuestas (18 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Gráfico N° 1.5



Fuente: Encuestas (18 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados (66,67%) afirman que entregan su producción a intermediarios, lo que permite concluir que la entrega de esta fruta podría estar orientada a la venta directa a una microempresa con un mejor beneficio para los productores.

6. ¿Cuál es la factibilidad de que usted sea proveedor de uvilla para el proyecto?

Cuadro N° 1.7
PROVEEDOR

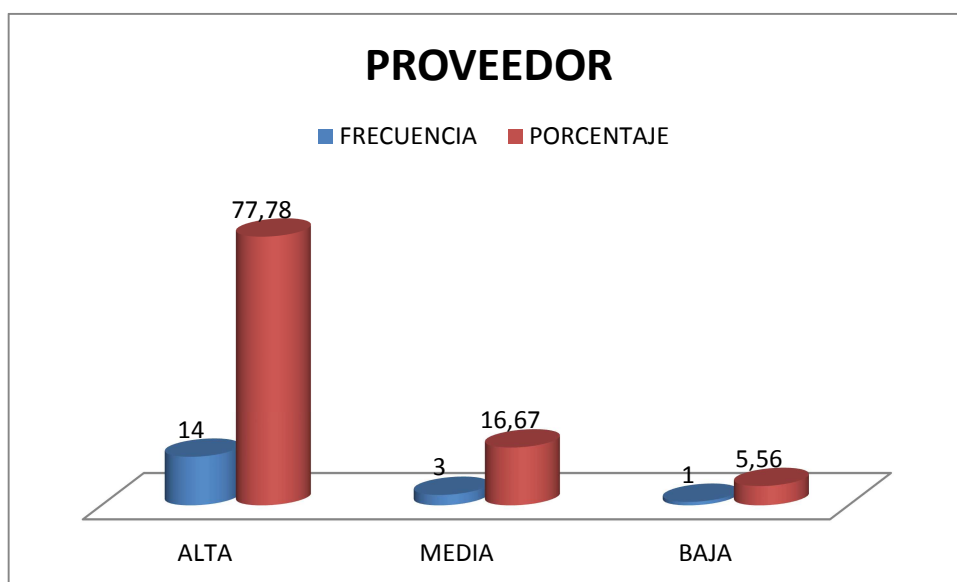
| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| ALTA | 14 | 77,78 |
| MEDIA | 3 | 16,67 |
| BAJA | 1 | 5,56 |
| TOTAL | 18 | 100 |

Fuente: Encuestas (18 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Gráfico N° 1.6



Fuente: Encuestas (18 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

ANÁLISIS:

Gran porcentaje de los encuestados (77,78%) sostiene que es alta la probabilidad que tienen de ser proveedores para la microempresa, lo que demuestra que se puede llegar a convenios con los productores para que nos entreguen la materia prima directamente, de esta manera la producción sería continua.

7. ¿Qué porcentaje de la producción estaría dispuesto a comercializar a la microempresa?

Cuadro N° 1.8
PORCENTAJE DE PRODUCCIÓN

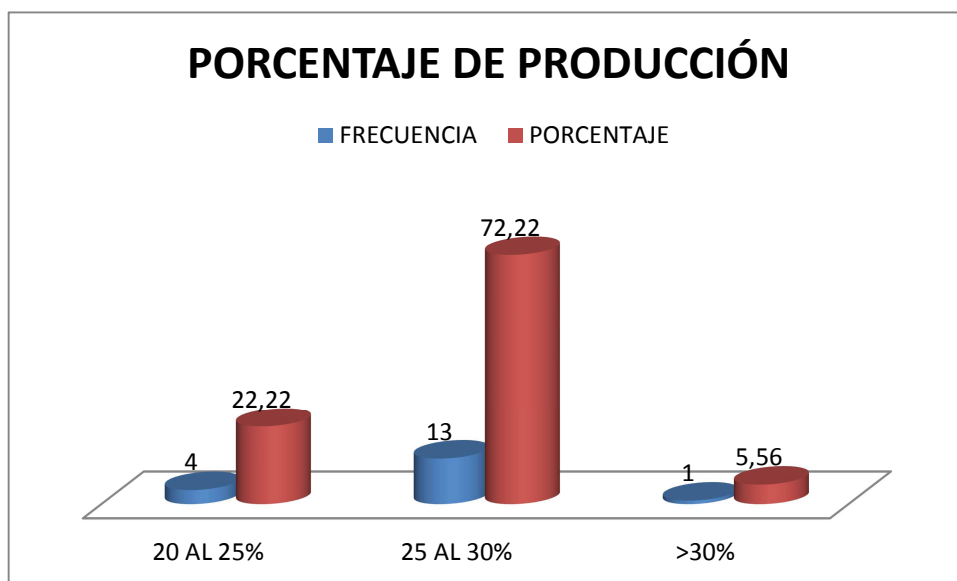
| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| 20 AL 25% | 4 | 22,22 |
| 25 AL 30% | 13 | 72,22 |
| >30% | 1 | 5,56 |
| TOTAL | 18 | 100 |

Fuente: Encuestas (18 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Gráfico N° 1.7



Fuente: Encuestas (18 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

ANÁLISIS:

La mayoría de los agricultores (72,22%) manifiestan que están dispuestos a entregar a la microempresa del 25 al 30% de su producción de uvas, lo que garantizaría la materia prima para el inicio de la producción de mistelas.

8. ¿Cuál considera usted que debería ser la forma de pago al ser proveedor de la Microempresa?

Cuadro N° 1.9
FORMA DE PAGO

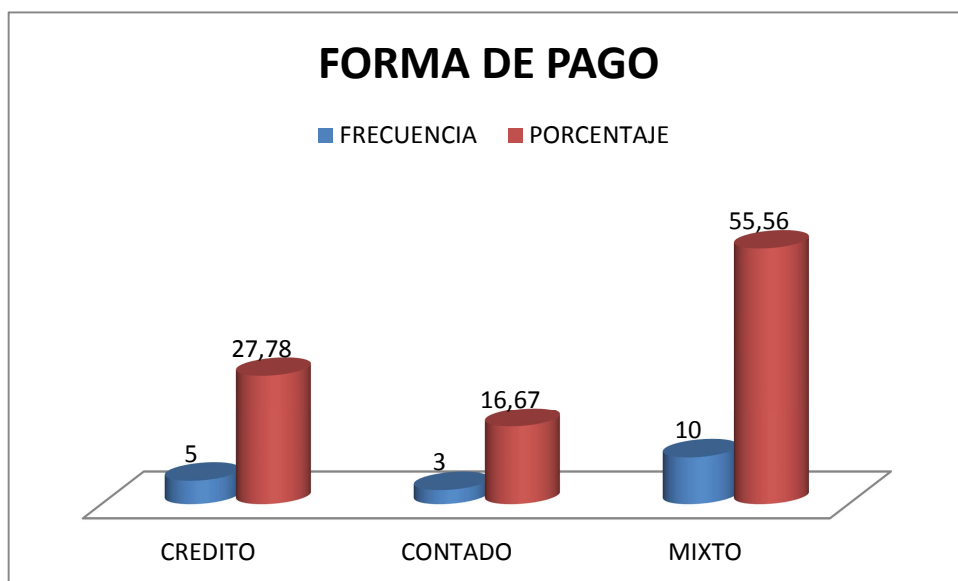
| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| CRÉDITO | 5 | 27,78 |
| CONTADO | 3 | 16,67 |
| MIXTO | 10 | 55,56 |
| TOTAL | 18 | 100 |

Fuente: Encuestas (18 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Gráfico N° 1.8



Fuente: Encuestas (18 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

ANÁLISIS:

Gran porcentaje de los agricultores (55,56%) sostienen que la forma de pago puede ser mixta, lo que indica que los productores están dispuestos a negociar su forma de pago siempre y cuando sea segura la venta de su producto y los saldos sean cancelados en las fechas programadas.

9. ¿Considera usted que es una oportunidad la creación del proyecto para los agricultores de uvilla?

Cuadro N° 1.10
OPORTUNIDAD

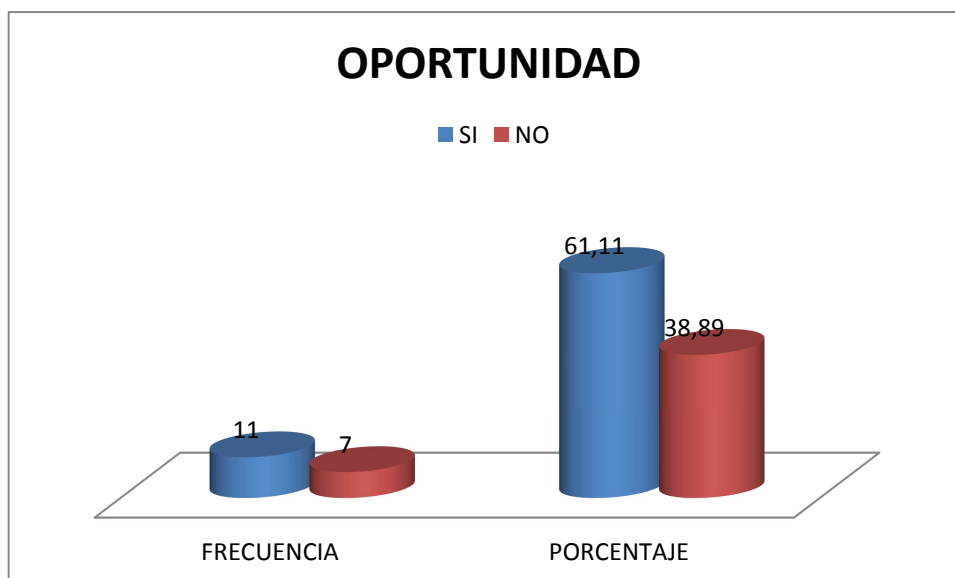
| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI | 11 | 61,11 |
| NO | 7 | 38,89 |
| TOTAL | 18 | 100 |

Fuente: Encuestas (18 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Gráfico N° 1.9



Fuente: Encuestas (18 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

ANÁLISIS:

Es evidente que la mayor parte de los encuestados (61,11%) sostienen que es una gran oportunidad la creación de la microempresa, ya que tendrán un lugar seguro donde entregar su producción. La creación de este tipo de Pymes, generará mayores y mejores oportunidades de incrementar la producción debido a que los productores tendrían compradores seguros que garantizarían la recuperación de su inversión.

1.5.2 Entrevistas Aplicada a Expertos.

1.5.2.1 Se realizó la entrevista al Ing. Agroindustrial Germán Sigüencia la cual fue estructurada con 5 preguntas (anexo 2), con la finalidad de determinar componentes técnicos de la ingeniería del proyecto: proceso de industrialización de mistelas de uvilla, equipos y maquinaria, tecnología y talento humano.

Cuadro N° 1.11
ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA

| Pregunta | Respuesta |
|---|---|
| 1. ¿Cuál es el proceso de producción que se requiere para la elaboración de mistelas? | El proceso general de elaboración de mistela es: recepción de materia prima, pesado, selección, lavado y secado, mesclado, fermentación, esterilización, embotellado, etiquetado y sellado. |
| 2. ¿Qué características debe tener la materia prima para elaborar mistelas? | La materia prima debe ser de buena calidad en especial la fruta que se va utilizar para la elaboración de la mistela, debe reunir ciertos parámetros técnicos, para que el producto sea de buena calidad. |
| 3. ¿Qué talento humano debe tener la microempresa para la producción de mistelas? | Generalmente se requiere, operadores quienes tendrán que ser capacitados en el manejo del equipo y maquinaria, un jefe de producción que tenga conocimientos de calidad. |
| 4. ¿Qué tipo de maquinaria se requiere para elaborar mistelas? | La maquinaria y equipo que se requiere por lo general es: una báscula, purificador de agua, peladora, armario de deshidratación, equipo de laboratorio, cerrador de envases, llenador de envases. |
| 5. ¿Qué característica técnica debe tener la mistela? | La mistela debe ser de buena calidad, en vista de que este producto por la composición de frutas, favorece a los consumidores de forma nutritiva. |

Fuente: Entrevista al Ing. Agroindustrial Germán Sigüencia.

Elaborado por: Gabriela Arroyo.

Año: 2013

1.5.2.2 Entrevista dirigida al Arq. Mario Guamaní consultor (anexo 3), experto en construcciones agroindustriales, en relación al diseño de espacios físicos, ambientes necesarios, detalles constructivos y distribución de la planta.

Cuadro N° 1.12
ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA

| Pregunta | Respuesta |
|---|---|
| 1. ¿Cuál es el área aproximada de construcción civil que debe tener una microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla? | El área que se requiere para este tipo de actividad económica es un área aproximada de 350 a 400m ² . |
| 2. ¿Qué medida debe tener el área de producción? | El área de producción debe tener aproximadamente entre 250 a 300m ² |
| 3. ¿Qué características técnicas debe considerar el área de producción? | Para la elaboración de mistelas, el área de producción debe ser en una estructura metálica de las columnas y la cubierta, con paredes de bloque y piso de hormigón generalmente. |
| 4. ¿Qué otros ambientes físicos debe tener una planta de producción de mistelas? | Debe considerarse la elaboración de un layout para identificar técnicamente la maquinaria que va ser utilizada en el proceso de producción de tal forma que se ubique sus instalaciones eléctricas e hidrosanitarias en forma adecuada. |
| 5. ¿Para que la empresa tenga los espacios físicos acordes a su capacidad, que tipo de emplazamiento se requiere? | La empresa deberá disponer de un área de producción, un patio de maniobras para recibir la materia prima y despacho del producto terminado, al igual que bodega de productos terminados, parqueadero. |

Fuente: Entrevista al Arq. Mario Guamaní

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

1.6 ANÁLISIS DE FACTORES COMPARATIVOS DEL PROYECTO

1.6.1 Matriz AOOR

Con los resultados de la información obtenida se procedió a construir la matriz AOOR.

Cuadro N° 1.13
MATRIZ AOOR

| ALIADOS | OPONENTES |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. Terrenos aptos para el cultivo de uvilla en el cantón Ibarra.2. Rendimientos óptimos del cultivo uvilla (10.340kg/ha).3. Agricultores de la uvilla aplican labores silviculturales apropiadas.4. Aplicación de tecnologías de altos rendimientos para la producción de mistelas de uvilla. | <ol style="list-style-type: none">1. Posibles enfermedades en las plantas de uvilla.2. No disponer de recursos económicos propios para la creación de la empresa.3. Infraestructura no acorde a los de la competencia.4. Presupuestos de acuerdo al plan de marketing planificado. |
| OPORTUNIDADES | RIESGOS |
| <ol style="list-style-type: none">1. Desarrollo local de los agricultores de uvilla.2. Tener un uso adecuado y potencial del suelo.3. Fortalecer la cadena productiva de la uvilla.4. Dar valor agregado a la uvilla.5. Posicionarse en el mercado de bebidas con bajos grados de alcohol en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura. | <ol style="list-style-type: none">1. Que la competencia aplique planes de marketing costosos.2. Posicionamiento de marcas de mistelas ya establecidas.3. Cambio de hábitos en el consumo de este tipo de mistelas.4. Ingreso de nuevos tipos de mistelas en mercado. |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

1.7 DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

Al analizar la información del diagnóstico a través de las encuestas a los agricultores del cantón Ibarra que se dedican al cultivo de uvilla, se establece que en el sector de Cochapamba de la comunidad la Florida, se localizan alrededor de 18 agricultores con una extensión total de 9.34 has según el MAGAP. Dichos agricultores no tienen un mercado estable ya que actualmente comercializan su producto a intermediarios, lo que no les garantiza un precio rentable que contribuya al incremento del área de este cultivo y mejoramiento de la cadena productiva.

Una de las debilidades significativas de los productores de esta fruta es no contar con alguna empresa que les asegure la comercialización de su producción y de esta forma obtener mayor rendimiento económico. No se han generado propuestas para la industrialización de la uvilla, especialmente en la elaboración de bebidas alcohólicas combinadas como son las mistelas, las cuales pueden tener mercado debido a las características físicas, químicas, nutricionales de esta fruta. Se determinó que no existe empresa alguna en el país que elabore mistelas de uvilla.

La elaboración de esta bebida permitiría dar un valor agregado a este cultivo lo cual conllevaría en una alternativa óptima para el uso de suelos agrícolas andinos, en especial del cantón Ibarra que tienen alta adaptabilidad y rendimientos para la producción de esta fruta.

Desde este punto de vista se propone la creación de una microempresa de producción y comercialización de mistelas de uvilla en la ciudad de Ibarra, con la finalidad de elaborar y comercializar mistelas de óptima calidad que garantizan propiedades nutricionales altamente diferenciadas.

CAPÍTULO II

2 BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

2.1 PROYECTO

2.1.1 Concepto

Según (BESLEY & BRIGHAM, 2009), “Es una inversión planeada de una actividad económica con el propósito de establecer una nueva empresa; o ampliar, modernizar una ya existente.” (p.105)

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

2.1.2 Clasificación de los Proyectos

Según (BESLEY & BRIGHAM, 2009) En la figura se presenta un resumen de la clasificación general de los proyectos: (p.108).

Figura Nº 2.1

CLASIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS



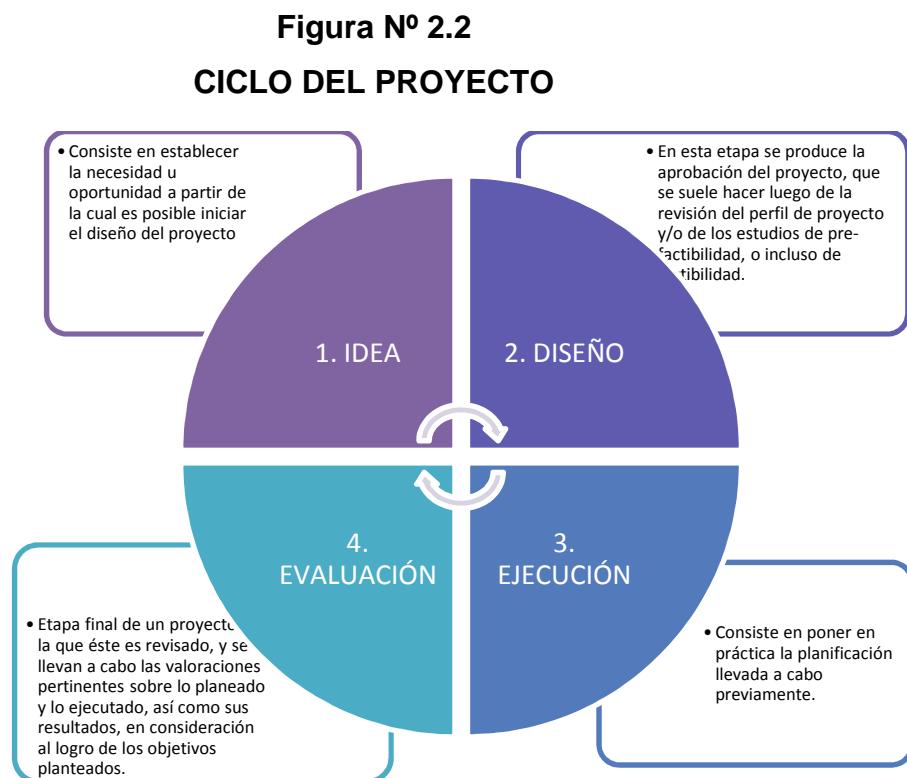
Fuente: (BESLEY & BRIGHAM, 2009)

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Es importante esta clasificación para poder determinar qué tipo de proyecto es el de la creación de la empresa de producción y comercialización de mistela de uvilla.

2.1.3 Etapas de un Proyecto

Según (ENCOMENDERO, 2008) El ciclo que toma la elaboración de este tipo de proyectos es la que se muestra en la figura: (p.85)



Fuente: (ENCOMENDERO, 2008, pág. 85)

Elaborado por: Gabriela Arroyo

El ciclo del proyecto es importante ya que permitirá saber cuál es el ciclo que se debe seguir para el desarrollo del proyecto de creación de una microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla.

2.1.4 Estudio de Factibilidad del Proyecto y sus Componentes

El objetivo principal es obtener una descripción sumaria del proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla, considerando las principales

características del mismo a fin de presentar una idea clara de lo que pretende llevar a cabo en lo referente a las actividades a desarrollar así como, destacar los aspectos relacionados con el mercado al que se orienta, ubicación, producto a desarrollar, infraestructura, talento humano, de la empresa, de la inversión e impactos que generará.

2.1.4.1 Estudio de Mercado

Producto

Según (ETZEL, 2009, pág. 79) “Productos son insumos que se ponen a disposición de los consumidores. El producto es el resultado tangible de la acción del trabajo y con otros factores de producción, como medio que en el momento y circunstancias dadas, permite satisfacer las necesidades. El producto puede estar formado por uno o varios bienes y/o servicios, así como los subproductos y residuos generados durante el proceso de producción.” (p.79)

Un producto es aquel que toda empresa ofrece a su mercado meta con la finalidad de lograr sus objetivos que persigue como obtener rentabilidad, impacto social entre otros.

Análisis de la Oferta

Según (MIRANDA, 2008), “El estudio de la oferta tiene por objeto identificar la forma como se han atendido y como se atenderán en un futuro las demandas o necesidades de la comunidad.” (p.101)

La oferta es una actividad mediante la cual se presentan en un mercado ciertas mercancías con el objeto de ser ofrecidas para su venta. La oferta de un bien o servicio y su demanda en el mercado, tiende automáticamente a regular los precios en relación inversa de la oferta y en razón directa a la demanda; es decir, a mayores ofertas los precios

bajan y a menores demandas los mismos suben en los mercados de libre competencia.

Análisis de la Demanda

Según (ARMSTRONG, 2008) “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.

El objetivo del análisis de demanda es determinar y medir cuales son los factores que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en satisfacción de dicha demanda.

2.1.4.2 Análisis de Precio

Según (DOUGLAS, 2009). “Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o cual quien mercancía.” (p.48)

Para poder determinar el precio de cualquier tipo de producto se tiene que tomar en cuenta las siguientes:

- La base de todo es el costo de producción, administración y venta, más una ganancia.
- Se debe de considerar la demanda potencial del producto y las condiciones económicas del país.
- La reacción de la competencia ante la aparición de un nuevo producto.
- La estrategia de mercadeo la cual debe de ser introducirse al mercado, porcentaje de ganancia sobre la inversión hecha, entre otras.

2.1.4.3 Análisis de Comercialización

Según (ARMSTRONG, 2008) “La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien servicio al consumidor con los beneficios del tiempo y lugar, es decir, colocar el producto en un sitio y momento adecuado, para dar al consumidor la satisfacción que la espera con la compra.” (p.102)

Para llevar a cabo la comercialización de un producto es muy importante realizar una correcta investigación de mercados para detectar las necesidades de los clientes y encontrar la manera de que el producto o servicio que se ofrezca cumpla este propósito.

2.1.4.4 Estudio Técnico

Tamaño del Proyecto

Según (ETZEL, 2009), “Es la producción normal del conjunto de equipos instalados, con relación a la unidad de tiempo. Las variables que determinan el tamaño del proyecto, son de mercado, tecnología, disponibilidad de materia prima, financiamiento, costo unitario, rentabilidad.” (p.48)

El tamaño del proyecto para el caso específico del proyecto se tomará en cuenta las variables que condicionan el tamaño como son: de mercado, de tecnología, disponibilidad de materia prima, financiamiento.

Macro localización

Según (FRIEND & ZEHLE, 2008), “Es comparar alternativas entre las zonas del país y seleccionar la que ofrece mayores ventajas para el proyecto.”(p.96)

Para ello se analizará todas las alternativas antes de seleccionar el lugar donde el proyecto opere en las mejores condiciones de costos; que tenga

acceso a la infraestructura adecuada y un abasto suficiente de materiales; que cuente con apoyos comunitarios y gubernamentales reales y que tenga la oportunidad de cubrir eficientemente sus mercados potenciales.

Micro localización

Según (COLLAHUAZO, 2008). “Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar el sector exacto para instalar la empresa, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario.” (p.55)

Consiste en la elección de la zona o localidad para finalmente determinar el sitio preciso, tomando en cuenta que la empresa debe ubicarse en el lugar donde exista mayores posibilidades de expansión y comercialización.

2.1.4.5 Ingeniería del Proyecto

Según (PUJOL, 2010). “La ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria y distribución de la planta.” (p.79)

La Ingeniería del proyecto se refiere a aquella parte del estudio que se relaciona con su etapa técnica; es decir, con la participación de los ingenieros en las actividades de estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto, aquí se describen algunos aspectos como: producto, tecnología, selección del equipo y la maquinaria, edificios, estructuras y obras de ingeniería civil.

Procesos Productivos

Según (COLLAHUAZO, 2008). “El proceso productivo es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos de insumos, y se identifica

como la transformación de una serie de insumos para convertirlos en productos mediante una determinada función de producción.”
(p.80)

En la parte de ingeniería del proyecto se procederá a determinar el proceso de producción para la elaboración de la mistela de uvilla, como parte fundamental del proyecto.

Talento Humano

Según (DUANE, 2009), “El Talento Humano es quien labora profesionalmente y reconoce los factores más relevantes, junto con inversión y la misión estratégica de una empresa u organización considerando al Talento Humano como la fuerza que gesta y funda la base del desarrollo país en la gestión de personas.” (p. 105)

Sera importante determinar el requerimiento de talento humano para la operatividad de la empresa como un factor relevante del proyecto.

2.1.4.6 Estudio Económico

Activos Fijos

Según (ILLERA, 2009), “Son los activos fijos tangibles e intangibles en conjunto, representan el total de los activos fijos de la empresa.” (p.48)

Es decir los activos fijos tangibles representan el costo total de todos los activos físicos que la empresa ha comprado pero que no se ha cargado como depreciación a la cuenta de resultados. Los activos intangibles son parte del activo que comprenden los bienes inmateriales como las patentes, las marcas, el fondo de comercio etc.

Depreciación – Amortización

Según (SARMIENTOS, 2008), *“La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él.”* (p.36)

La depreciación y la amortización tienen como objetivo reconocer el desgaste y/o agotamiento que sufre todo activo al ser utilizado por la empresa para el desarrollo de su objeto social, y por consiguiente en la generación del ingreso.

Cada uno de los costos y gastos en que se incurrió para generar dichos ingresos, de allí que en el caso de los ingresos generados por la utilización de los activos, se debe asociar, reconocer el desgaste o agotamiento de los activos con la generación de los ingresos, puesto que no puede existir un ingreso sin costo o gasto.

Costos de Producción.

Según (ETZEL, 2009). *“Son los cargos por concepto de material, de mano de obra y de gastos, correspondientes directamente a la fabricación o producción de un artículo determinado o de una serie de artículos o de un proceso de manufactura.”* (p.69)

Los costos de producción son los que se capitalizan para conformar el costo de los productos fabricados, el costo de un producto lo integran tres elementos que a continuación se detallan.

Elementos Costos Producción

- Materiales directos
- Mano de obra Directa
- Costos generales de Fabricación

Costos Indirectos de Producción

Según (DOUGLAS, 2009), *“Los costos indirectos de fabricación – CIF - comprenden todos los desembolsos de dinero, necesarios en la producción, que no están catalogados ni como materiales directos ni como mano de obra directa.” (p.119)*

Algunos CIF son los siguientes: arriendo, material indirecto, mano de obra indirecta, depreciación, pólizas de seguros, repuestos, impuestos municipales, servicios públicos, fletes de poco valor en compra de materiales, fletes de poco valor en la compra de repuestos, mantenimiento.

Gastos Generales Administrativos

Según (ILLERA, 2009). *“Son gastos emergentes de la administración de recursos humanos y logísticos, que de manera general coadyuvan a las operaciones propias del giro de la entidad. La estructura organizacional y políticas de descentralización, son factores preponderantes que determinan el nivel de costo administrativo.” (p. 74)*

Son aquellos en que incurre la empresa en sus funciones de establecer objetivos, planificar, organizar, motivar y controlar sus operaciones, tales como: sueldos y salarios, prestaciones y otros recargos, luz y teléfono, depreciaciones, papelería y otros gastos, alquileres, automatización, gastos de organización y otros afines al área administrativa.

Gastos Generales Ventas

Según (MIRANDA, 2008), *“Son los gastos en que se incurre para hacer llegar los productos al consumidor o distribuidor: sueldos y salarios, prestaciones y otros recargos, comisiones, viáticos, transporte y flete, combustible y lubricantes, depreciaciones,*

publicidad, amortización, gastos de promoción y empaque, todos ellos relacionados con las ventas.” (p.57)

Se procederá a determinar en el proyecto los gastos de vender y distribuir de la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla.

Estado de Pérdidas y Ganancias

Según (MORENO, 2008), *“El Estado de resultados o Estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.”* (p.89)

También conocido como el estado de ganancias y pérdidas o es estado de captura, para un periodo específico, todas las ventas y todos los costos asociados con el logro ya sea de una ganancia o una pérdida para el periodo, aun si no se produce un flujo de fondos durante este tiempo.

Flujo Neto de Efectivo (FNE)

Según (MORENO, 2008), *“Es la diferencia entre los Ingresos netos y los desembolsos netos, descontados a la fecha de aprobación de un proyecto de Inversión con la técnica de “Valor Presente”.”* (p.91)

Al tratar el Flujo Neto Efectivo significa considerar en cuenta el Valor del Dinero en Función del Tiempo, al retrotraer mediante la tasa de Interés (tasa de intercambio intertemporal del Dinero) los flujos netos de Dinero a la fecha de inicio del proyecto.

Flujo de Caja

Según (MIRANDA, 2008) *“El flujo de caja o flujo neto de caja representa en una forma esquemática las salidas y las entradas de dinero al proyecto, permitiendo aplicar ciertos*

criterios de rentabilidad para conocer la bondad del proyecto desde el punto de vista financiero.” (p.101)

Toda empresa necesita tener registrada detalladamente todos los ingresos de dinero que se generen.

Balance Inicial y proyectado

Según (ORTÍZ, 2008), “En el balance proforma se puede encontrar la posición financiera que tendrá la empresa en su fase de inversión y operacional que representa una foto de la posición de un negocio en un determinado momento – la finalización del periodo cubierto por el estado de resultados en lo respecta a las cuentas anuales publicadas, pero reflejan las transacciones que se han realizado durante toda la historia de la empresa. Este enumera todos los activos y las obligaciones de la empresa, así como también los fondos de los accionistas.” (p.200)

El balance inicial refleja la situación patrimonial de la empresa en el momento preciso en que está a punto de iniciarse las operaciones de la empresa, es decir justo antes de comenzar a registrarse estas

2.1.4.7 Evaluación Financiera

Costo de Oportunidad de la Inversión (CK)

Según (BESLEY & BRIGHAM, 2009), “El costo de oportunidad o costo alternativo designa el costo de la inversión de los recursos disponibles, en una oportunidad económica, a costa de la mejor inversión alternativa disponible, o también el valor de la mejor opción no realizada.” (p.123)

En un negocio de financiación el Costo de Oportunidad equivale al costo del dinero de la alternativa más económica al negocio en estudio. El costo de oportunidad para una persona (natural o jurídica) depende del

ambiente (mercado) en el cual se encuentre y de su posición relativa frente a ese ambiente (inversionista, deudor, poseedor de oportunidades, etc.).

Tasa de Oportunidad (i^*)

Según (BESLEY & BRIGHAM, 2009), “La tasa de oportunidad representa la tasa de interés correspondiente al Costo de Oportunidad.” (p.201)

En un negocio de financiación representa la menor tasa de costo de las fuentes de préstamos y corresponde la Tasa Máxima de Costo Aceptable (TMCA) para el negocio en estudio.

Valor Actual Neto (VAN)

Según (ORTÍZ, 2008), “El Valor Presente Neto representa el incremento de la riqueza (o tenencia o Valor de la empresa) medido en dinero actual (pesos de hoy) si se toma el negocio en estudio.” (p.96)

Procedimentalmente el VPN se obtiene llevando todos los Flujos de Fondos estimados (desde el momento cero hasta el momento n) del negocio al momento cero (actual) descontados (o traídos) con la Tasa de Oportunidad, para el cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$VAN = - \text{Inversión Inicial} + \sum FCN_{(i)}$$

2.1.4.8 Estudio de Impactos Ambientales

Impactos Ambientales

Según (MIRANDA, 2008), “Es cualquier cambio en el ambiente, adverso o benéfico, que resulte en el todo o en parte, por las actividades, productos o servicios de una organización. Impacto considerado como la alteración positiva y negativa de carácter significativo del Medio Ambiente por causas humanas.” (p.201)

Los impactos tratan de determinar lo que ha futuro puede suceder, si se pone en ejecución el proyecto, recordemos que el proyecto no se ejecuta todavía, los impactos reales se determinarán cuando el proyecto esté en funcionamiento o al cabo de un determinado de tiempo.

2.2 LA EMPRESA

Según (LEY DE COMPANIAS, 2008), “Unidad económica organizada para alcanzar uno o varios objetivos relacionados con la producción y/o distribución de bienes y servicios. Por la calidad de sus propietarios, las empresas pueden clasificar como individuales, sociales de echo y sociedad de derecho.” (p.58)

La empresa tiene como objetivo producir y comercializar mistela de uvilla que es el conjunto de proceso y actividades que tiene como finalidad transformar las materias primas en productos elaborados.

2.2.1 Razón Social

Según (LEY DE COMPANIAS, 2008). La empresa de acuerdo a su forma jurídica se clasifica en:

Cuadro N° 2.1

DE ACUERDO A LA FORMA JURÍDICA

| | |
|--|---|
| Sociedad colectiva comercial | - La responsabilidad de los socios compromete sus patrimonios personales sin limitaciones. |
| Sociedades Familiares | - Empresa en la cual trabajan no más de 5 personas ajenas a la familia del microempresario. - La actividad se desarrolla en la casa habitación. - Recursos menores a 1000 UF (sin considerar valor de la propiedad). |
| Sociedad Comercial de Responsabilidad limitada | - La responsabilidad de los socios se limita al monto de sus aportes o la suma que se fije en la escritura. |
| Sociedad en Comandita | - Existen dos tipos de socios. Uno es el que aporta el capital y el otro, llamado socio “gestor”, administra la sociedad. |
| Sociedad Anónima | - Está constituida por un fondo común dividido en acciones. Los socios accionistas son responsables sólo por el monto de sus aportes. La administra un directorio. |
| Cooperativas | - Institución fundada en la ayuda mutua, con un objetivo económico, principalmente a favor de sus asociados. - Una microempresa se puede constituir como una cooperativa de trabajo, para lo cual se requieren 5 personas como mínimo. |

Fuente: Ley de Compañías
Elaborado por: Gabriela Arroyo

Es importante tener conocimiento la conformación jurídica de las empresas, para conformar la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla.

2.2.2 Proceso Administrativo

2.2.2.1 Planificación

Según (DUANE, 2009), *“La planeación es formular un plan o un patrón integrando predeterminando de las futuras actividades, esto requiere la facultad de prever, de visualizar, del propósito de ver hacia delante.”* (p.58)

La planeación es importante es estar identificado con los objetivos que se van a alcanzar. Esto origina las preguntas de ¿Qué trabajo necesita hacerse?, ¿Cuándo y cómo se hará?, ¿Cuáles serán los necesarios componentes del trabajo, las contribuciones y cómo lograrlos?.

2.2.2.2 Organización

Según (ILLERA, 2009), *“La organización es distribuir o señalar las necesarias actividades de trabajo entre los miembros del grupo e indicar la participación de cada miembro del grupo.”* (p.56)

La organización de los proceso son la herramienta fundamental para obtener los resultados planificados, razón por la cual se utilizara la herramienta administrativa conocida como PHVA (Planificar, Hacer, Verificar, Actuar).

2.2.2.3 Dirección

Según (DUANE, 2009), *“Es la acción o influencia interpersonal de la administración para lograr que sus subordinados obtengan los objetivos encomendados, mediante la toma de decisiones, la motivación, la comunicación y coordinación de esfuerzo.”* (p.86)

Las funciones de la dirección: Implica conducir, guiar y supervisar los esfuerzos de los subordinados para ejecutar planes y lograr objetivos de un organismo social.

2.2.2.4 Control

Según (ORTÍZ, 2008), *“Capacidad de influir o de dirigir las actividades de una empresa o sociedad ejercida a través de la posesión o representación del capital de la misma.”* (p.96)

La esencia del control reside en la verificación de si la actividad controlada está alcanzando o no los objetivos. Con los resultados deseados. El control consiste, fundamentalmente, en el proceso que guía toda actividad, hacia un fin determinado.

2.2.3 Filosofía Empresarial

2.2.3.1 Misión

Según (DUANE, 2009) *“Es la razón social de una organización y es dar una respuesta a la siguiente pregunta ¿Para qué existe esta organización?, ¿Cuál es su razón de ser? En la misión aparecen las características que dan identidad a la organización.”* (p.102)

Es decir sus preceptos y principios, se señala el propósito, los sectores o grupos a quienes se dirige los esfuerzos de la organización, los bienes o servicios que se producen o suministran, sus metodologías y tecnologías de trabajo.

2.2.3.2 Visión

Según (ENCOMENDERO, 2008), *“Es una expresión del futuro deseada para la organización, es un sueño colectivo, factible de alcanzarlo, construido en el marco de un conjunto de valores compartidos.”* (p.103)

Es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado.

2.2.3.3 Objetivos

Según (ENCOMENDERO, 2008), “Los objetivos globales son los resultados que una organización desea alcanzar en un periodo determinado de tiempo, por ser globales, los objetivos deben cubrir e involucrar a toda la organización, sin objetivos, una organización es como un barco a la deriva.”(p.93)

Expresión cualitativa de un propósito en un periodo determinado; el objetivo debe responder a la pregunta "qué" y "para qué". En programación es el conjunto de resultados cualitativos que el programa se propone alcanzar a través de determinadas acciones.

2.2.3.4 Valores y Principios

Según (ILLERA, 2009), “Son valores organizacionales, ciertos principios que deben guiar a la organización; estos corresponden a los aspectos: éticos, culturales, sociales que servirán como norma de conducta y han de observar todos los miembros de la organización.” (p.39)

Los valores en una organización pueden ser: responsabilidad social, calidad de los servicios, ética profesional, cultura organizacional, trabajo en equipo, solidaridad, respeto entre otros.

2.2.3.5 Organigrama

Según (ILLERA, 2009) en su libro de Administración De Empresas, Prácticas Y Ejercicios, dice que: “Los organigramas también

llamados estructura de organización son la representación gráfica y objetiva de los sistemas de organización.” (p.56)

Cada uno de los gráficos representa un cargo o puesto; dentro de cada cuadro se describe el nombre del cargo o puesto. Los cuadros se unen mediante líneas que representan los canales de autoridad y responsabilidad.

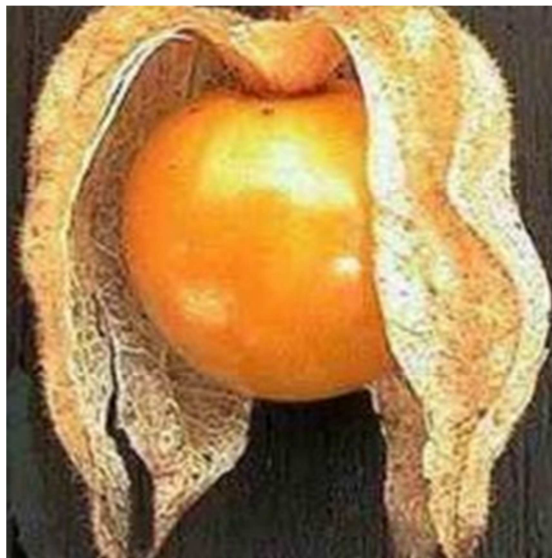
2.3 PRODUCTO UVILLA

2.3.1 Características Generales de la Uvilla

Según (PAREDES, 2008), *“El fruto de la uvilla (Physalis peruviana) es una baya carnosa formada por capelos sondados entre sí. Este se encuentra envuelto en el cáliz acrecenté globoso, formado por cinco sépalos que le protege contra insectos, pájaros, patógenos y condiciones climáticas extremas.” (p.85)*

Figura Nº 2.3

UVILLA



Fuente: Paredes 2008

Elaborado por: Gabriela Arroyo

El diámetro del fruto varia de 1 a 2,5 cm, tiene un sabor, semi ácido y la corteza es ligeramente amarga, apta para el consumo en fresco en preparados de mermeladas, dulces, vinos, mistelas, y majares, es apreciada por su contenido en Vitaminas A y C.

2.3.2 Descripción Botánica

Figura Nº 2.4
PLANTA DE UVILLA



Fuente: Paredes 2008
Elaborado por: Gabriela Arroyo

El tallo es herbáceo, cubierto de vellosidades suaves, de color eternamente verde. Las hojas son simples, enteras y acorazonadas, dispuestas en forma alterna a la planta. El limbo es entero y presenta vellosidades que lo hacen suave al tacto. La corola de la flor es circular (20 mm de diámetro) y con cinco pequeños picos. El cáliz de la flor llega a un tamaño de 5 cm de largo, es ascendente como un farol colgante y encierra el pequeño fruto que es una baya de 8 a 20 mm de diámetro. El cáliz se mantiene verde hasta madurar la fruta luego se vuelve pardo traslucido y el fruto se pone amarillo.

2.3.3 Valor Nutricional

Según (TAPIA & MAZAR, 2008). El fruto es básicamente un alimento energético, portador de carbohidratos y minerales. La composición química y valor nutritivo de la pulpa se muestra en el siguiente cuadro: (p.98)

Cuadro N° 2.2
CONTENIDO NUTRICIONAL

| Componentes | 100gr de Pulpa |
|--------------------|-----------------------|
| Calorías | 49% |
| Agua | 82.4gr |
| Proteínas | 0.3gr |
| Lípidos | 0.6gr |
| Carbohidratos | 15.5gr |
| Fibra | 0.95gr |
| Ceniza | 0.3gr |
| Calcio | 9gr |
| Fosforo | 21gr |
| Vitamina A | 730U1 |
| Vitamina C | 20mg |
| Riboflavina B2 | 0.17mg |
| Niacina | 0.8gr |
| Tiamina B1 | 0.10mg |
| Ácido ascórbico | 43mg |

Fuente: (TAPIA & MAZAR, 2008, pág. 89)

Elaborado por: Gabriela Arroyo

La uvilla es una excelente fuente de vitamina A (730 U1. De caroteno por 100g), y vitamina C, como también vitaminas de complejo B (tiamina, niacina y vitamina B12).

El contenido de fosforo y proteína son excepcionalmente altos para una fruta. La fruta de la uvilla contiene 82.4% de agua, 0.3% de proteína, 0.6% de grasa, 15.5% de carbohidratos totales, 0.9% de fibra y 0.3% de cenizas.

2.3.4 Propiedades Medicinales

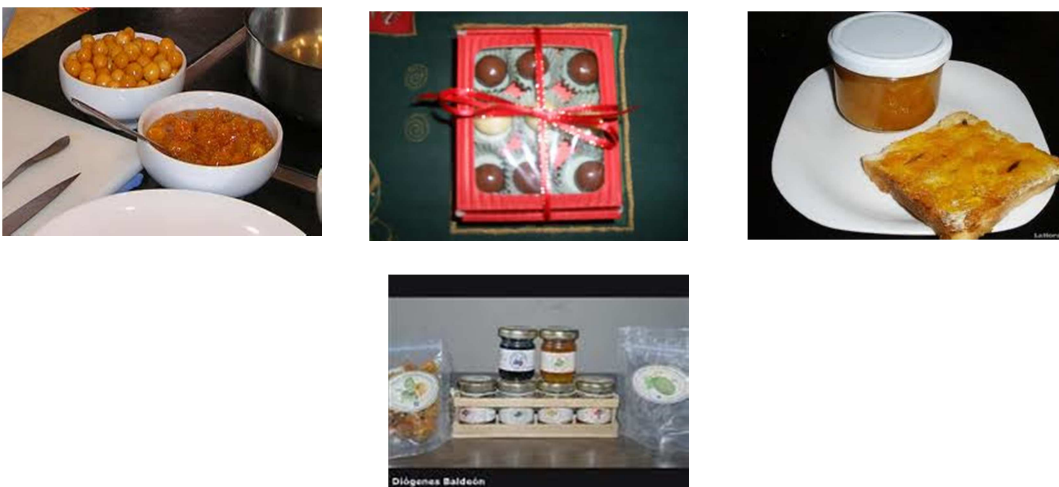
Según (TAPIA & MAZAR, 2008). La uvilla posee propiedades medicinales importantes, entre las más importantes son las siguientes: (p.100).

- Reconstruye y fortifica el nervio óptico
- Ayuda a la purificación de la sangre.
- Eficaz en el tratamiento de las afecciones de la garganta
- Adelgazante
- Previene diabetes, artritis incipiente
- Disminuye el nivel de Colesterol
- Eliminación de parásitos intestinales
- Favorece el tratamiento de las personas con problemas de próstata.

2.3.5 Formas de Consumo

Los usos que tiene el producto son varios, como fruta fresca, dulces, almibares, salsas, cremas, vinos, mistelas y también en repostería. Actualmente se la utiliza en la elaboración de medicamentos. Su uso depende del consumidor por cuanto la uvilla posee una serie de propiedades nutritivas y propiedades medicinales.

Figura Nº 2.5
FORMAS DE CONSUMO



Fuente: (TAPIA & MAZAR, 2008)
Elaborado por: Gabriela Arroyo

2.3.6 Mistelas

Según (PAREDES, 2008). *“La Mistela que en latín significa mezcla, es un licor elaborado mediante la mezcla de frutas con alcohol vínico, tiene un sabor dulzón que lo hace ideal para degustar junto a los postres; realizado por la cultura antigua.”* (p.287)

Figura Nº 2.6

MISTELA



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Gabriela Arroyo

La mistela es una bebida elaborada a base de aguardiente, frutas variadas y jarabe de azúcar con su debido procedimiento, como ofrenda de hospitalidad al visitante.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Las mistelas en general se clasifican en el grupo de bebidas alcohólicas que contienen etanol alcohol etílico, por su elaboración son bebidas producidas por fermentación alcohólica como el vino, cerveza, hidromiel y otras, por lo que fue necesario identificar las distintas clases de categorías y marcas de mistelas en el mercado de Ibarra. Así se identificaron dos grandes grupos de mistelas:

- Mistelas a base de frutas
- Mistelas a base de cereales como cacao, café

Con la finalidad de identificar las marcas de mistelas que se comercializan en la ciudad de Ibarra se aplicaron las encuestas a los propietarios o gerentes de licorerías, aplicando el cuestionario se realizó una verificación de marcas de mistelas mediante check list en las principales licorerías.

Gráfico N° 3.1

MISTELAS



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Gabriela Arroyo

3.1.1 Características del Producto

Las características de las mistelas se definen como aperitivos que resultan de la combinación del jugo o zumo de frutas con alcohol etílico más la agregación de azúcar y agua que mediante el proceso de fermentación se obtiene bebidas de sabores agradables y bajo contenido de alcohol. El consumo de este producto es una tradición fuertemente arraigada en la sociedad ecuatoriana especialmente de la clase media y alta, que generalmente consume como un aperitivo con la intención de abrir el apetito antes de las comidas, en días festivos o en ocasiones especiales, normalmente no se consume a diario.

Las mistelas suelen ingerirse también como aperitivo de comidas rápidas y otros alimentos de picar como patatas fritas, croquetas, doritos canguil.

3.1.2 Clasificación por Uso y Efecto

Por Uso

Las mistelas son consideradas como productos de aperitivos con alcohol moderado, que posee características que, siendo tangibles suelen consumirse en diferentes ocasiones. Los usos que se pueden dar a las mistelas depende del cliente, por lo general las mistelas tienen un uso de consumo como aperitivo o acompañante de comidas rápidas.

Por su Efecto

Las mistelas en general son productos que poseen características naturales del sabor de las frutas que con cierto grado de alcohol y fermentación son listas para tomar enfocadas a la satisfacción de necesidades de los consumidores.

Los efectos principales que causan las mistelas cuando se consumen en forma moderada son considerados como bebidas de moderación por su bajo contenido de alcohol agua, los saborizantes de las frutas naturales y

además de contener nutrientes como vitaminas aminoácidos sodio potasio y otras producidas por la fermentación alcohólica.

3.2 EL MERCADO

En el Ecuador se producen diferentes tipos de mistelas principalmente a base de frutas como frutilla, pera, durazno uva, y las mistelas de cacao y café, así como una infinidad de mistelas de tipo casero. Ecuador produce alrededor de 2'700.000 botellas que corresponde a 225.000 cajas de mistelas en presentaciones de envases de vidrio de 750 cc, cada caja contiene generalmente 12 unidades.

El Ecuador en los últimos años está incursionando en la incorporación de productos de bebidas alcohólicas no tradicionales conocidas también como bebidas aperitivas con alcohol como son las mistelas que son productos de bajo contenido de alcohol (entre 15 a 18% de grado de alcohol volumétrico) que tienen como materia prima principal frutas. Estas mistelas son muy demandadas, y se comercializan en diferentes licorerías, supermercados y otros locales de expendio como autoservicios, a nivel nacional. Según el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos INEC del reporte del año 2012 el consumo de mistelas y otras bebidas alcohólicas consideradas compuestas o aperitivas ha tenido un crecimiento del 8.93% en relación al año 2007. Existe en la actualidad un potencial consumo interno de mistelas, lo que ha determinado que se potencialice la agroindustria de este tipo de bebidas alcohólicas en el país, especialmente en la provincia del Azuay donde se localizan las empresas más representativas de esta actividad económica.

La situación del mercado nacional de las mistelas y marcas localizadas en los supermercados y licorerías de la ciudad de Ibarra son las siguientes:

- Marías
- Plumas
- Limonsello

- Granadina
- Chinchon
- Ruskaya
- Daiquiri
- Aria

Se localizan otras bebidas de tipo aperitivos con alcohol como el Bols, Espiritu del Ecuador y otras como de la marca Zhumir, se encuentra compuesto por las empresas de producción y comercialización a nivel de grandes empresas, medianas y pequeñas.

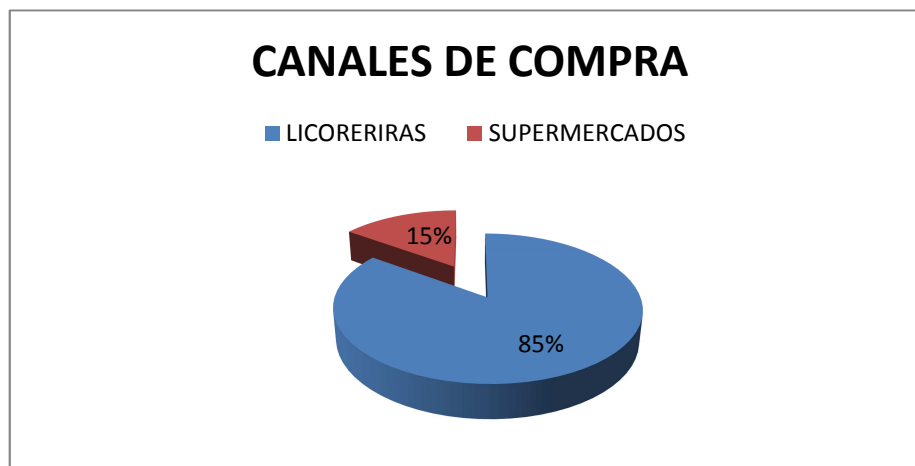
La provincia de Azuay produce o abastece el mercado con alrededor del 70% el 30% restante aportan empresas localizadas en Guayaquil, Riobamba, Manabí, según informe de la Asociación de Industriales de Licores del Ecuador .

El mercado de comercialización interna está compuesto por distribuidores mayoristas y minoristas, los cuales compran en grandes cantidades las mistelas a grandes y pequeños productores para luego distribuir las supermercados, licorerías y otros establecimientos de la oferta nacional.

Desde hace unos años en el mercado nacional están apareciendo nuevas bebidas alcohólicas combinadas o compuestas de la marca Zhumir con diferentes productos como, Zhumir Disiak, Zhumir Piña colada, Zhumir , Zhumir Rompopo, Zhumir Switch, Zito Ice y la mistela Abuelo , así como las mistelas de diferentes frutas exóticas, que han ido adquiriendo una participación creciente y cada día una mayor importancia en el consumo de bebidas combinadas listas para tomar por su grado mínimo de alcohol que poseen.

Las licorerías son los canales de compra favoritos para la adquisición de estos productos con el 85% de las preferencias, mientras que el 15% de adquisiciones se realiza en supermercados y autoservicios.

Gráfico N° 3.2



Fuente: ADILE informe 2012

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Esta cadena comercial forma parte del eslabón entre los productores, los mayoristas, minoristas y los consumidores finales.

La partida arancelaria de vinos de uva, mosto de uva, mistelas corresponde a la 2204. La partida específica para las mistelas es la 2204.21.00.100 A. Los distribuidores e importadores más representativos en el país son los siguientes:

- Distribuidor DISPACIFIC S.A
- FOSFO S.A
- Representaciones Miranda & Miranda S.A
- Rivera S.A. Industria gastronómica RIGSA
- ELIBETH S.A
- ARKREM S.A
- Agencias y representaciones Cordovez S.A
- Hotelera Quito S.A
- SWISSHOTEL
- J.F. NASSER &CO. S.C.C
- MEXI S.A
- XAFEL S.A

- ITALCOM CIA. LTDA.
- ARCHA IMPORTACIONES CIA. LTDA.
- Industrias y Conservas Guayas.

En la ciudad de Ibarra se localizan alrededor de 28 licorerías y supermercados, establecimientos dedicados a la comercialización de licores en general y por supuesto de mistelas y otras marcas de productos sustitutos de las mistelas como los piña colada, Cby Cristal, Cootelico, Cocunut piña colada, Zhumir Disiak, Zhumir Piña colada, Zhumir rompopo entre otros.

El consumidor es el cliente final quien compra las mistelas para su consumo, es decir para sus diferentes usos (como aperitivo en el hogar, y otros actos sociales).

Productos Sustitutos

Como productos sustitutos de las mistelas se puede considerar a las bebidas como los vinos, que se obtiene de la fermentación alcohólica del zumo de uva, cuyas marcas principales que se comercializan en la ciudad de Ibarra son:

- Blue Nun
- Boones
- Casillero del Diablo
- Cios de Pirque
- Concha y Toro
- Fiesta Brava
- Riunite
- San José del Valle
- Santa Cecilia
- Santa Rita
- Vino del Rio

Gráfico N° 3.3

VINOS



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Gabriela Arroyo

Otros de los productos considerados sustitutos de las mistelas en general son las bebidas alcohólicas compuestas o combinadas listas para tomar que resultan de la mezcla de varios condimentos, generalmente su grado alcohólico no supera los 25 grados. Entre las marcas más importantes en el mercado se encuentra las siguientes:

- Boones Piña colada
- Cby Cristal
- Cocktelico
- Cocunut Piña Colada
- Zhumir Disiak
- Zhumir Piña Colada
- Zhumir Rompopo
- Zhumir Swich
- Zito Ice

Gráfico N° 3.4

BEBIDAS



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Gabriela Arroyo

Al analizar el entorno general del mercado se establece el 87,32% de la población económicamente activa de Ibarra consume algún tipo de bebida alcohólica y el 12,68% no consume ningún tipo de bebidas que contenga alcohol.

Gráfico N° 3.5



Fuente: INEC censo 2010 de Ibarra
Elaborado por: Gabriela Arroyo

Posicionamiento de Categorías de Bebidas Alcohólicas

Para el análisis de bebidas alcohólicas se utilizó los datos del censo 2010 del INEN de la ciudad de Ibarra, y se reporta los siguientes datos el 36,88% de la población económicamente activa han consumido cerveza ron o whisky el 21,39%, vino el 16% aguardientes en general 20,73 % aperitivos en general 5%.

Gráfico N° 3.6



Fuente: INEC censo 2010

Elaborado por: Gabriela Arroyo

El mercado de bebidas alcohólicas está liderado por la cerveza en primer lugar considerando que la población en estudio son consumidores de algún tipo o marca de cerveza que, en segundo lugar las preferencias por el ron y whisky como muestra el gráfico.

3.3 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.3.1 Objetivo General

Realizar un Estudio de Mercado, con la finalidad de efectuar una evaluación de la situación actual y el potencial mercado interno de la ciudad de Ibarra, región norte del país para la mistela de uvilla ,

identificando la oferta, la demanda sus proyecciones, precios, segmentación del mercado, mercado meta y proponer estrategias de mercado, para el proyecto.

3.3.2 Objetivos Específicos

- Establecer el tipo de mistelas que tiene las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra, al igual que la variedad de productos sustitutos y las, empresas que les proveen, volumen de adquisición, frecuencia de compra, y nivel de satisfacción de estas empresas.
- Determinar la tipología de los clientes que tienen actualmente las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra, en relación al género, edad, nivel socio económico, frecuencia de adquisición de los clientes, fechas de mayor venta de mistelas y el nivel de aceptación para la implementación de la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla.
- Identificar los indicadores de marketing mix que deberá tener la microempresa de producción y comercialización de mistelas de uvilla de la ciudad de Ibarra.

3.4 MATRIZ DE VARIABLES DE MERCADO

Cuadro Nº 3.1

MATRIZ DE VARIABLES DE MERCADO

| OBJETIVO | VARIABLE | INDICADORES | FUENTE DE INFORMACIÓN | TÉCNICA | POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO |
|--|----------|------------------------------------|-----------------------|------------|---|
| Establecer el tipo de mistelas que tiene las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra, al igual que la variedad de productos sustitutos y las, empresas que les proveen, volumen de adquisición, frecuencia de compra, y nivel de satisfacción de estas empresas. | Oferta | Empresas que producen mistelas | Secundaria | Documental | ADILE y COMEX |
| | | Tipo de mistela | Primaria | Encuesta | Propietarios o gerentes de las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra. |
| | | Variedad de marcas | Primaria | Encuesta | Propietarios o gerentes de las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra. |
| | | Frecuencia de compra | Primaria | Encuesta | Propietarios o gerentes de las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra. |
| | | Volumen de adquisición de mistelas | | | Propietarios o gerentes de las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra. |
| | | Nivel de satisfacción | Primaria | Encuesta | Propietarios o gerentes de las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra |

| | | | | | |
|---|----------------|--|-----------------|-----------------|--|
| <p>Determinar la tipología de los clientes que tienen actualmente las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra, en relación al género, edad, nivel socio económico, frecuencia de adquisición de los clientes, fechas de mayor venta de mistelas y el nivel de aceptación para la implementación de la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla.</p> | <p>Demanda</p> | <p>Meses de comercialización</p> | | | <p>Propietarios o gerentes de las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra.</p> |
| | | <p>Genero de los clientes</p> | <p>Primaria</p> | <p>Encuesta</p> | <p>Propietarios o gerentes de las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra.</p> |
| | | <p>Edad de los clientes</p> | <p>Primaria</p> | <p>Encuesta</p> | <p>Propietarios o gerentes de las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra.</p> |
| | | <p>Nivel socio económico de los clientes</p> | | | <p>Propietarios o gerentes de las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra.</p> |
| | | <p>Frecuencia de adquisición de los clientes</p> | <p>Primaria</p> | <p>Encuesta</p> | <p>Propietarios o gerentes de las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra.</p> |
| | | <p>Nivel de aceptación</p> | <p>Primaria</p> | <p>Encuesta</p> | <p>Propietarios o gerentes de las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra.</p> |
| | | <p>Implementación</p> | <p>Primaria</p> | <p>Encuesta</p> | <p>Propietarios o gerentes de las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra.</p> |

| | | | | | |
|--|---------------|------------------------|----------|----------|---|
| Identificar los indicadores de marketing mix que deberá tener la microempresa de producción y comercialización de mistelas de uvilla de la ciudad de Ibarra. | Marketing mix | Precio promedio | Primaria | Encuesta | Propietarios o gerentes de las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra. |
| | | Probabilidad de compra | | | Propietarios o gerentes de las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra. |
| | | Factores de compra | Primaria | Encuesta | Propietarios o gerentes de las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra. |
| | | Precio | | | Propietarios o gerentes de las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra. |
| | | Tipo de publicidad | Primaria | Encuesta | Propietarios o gerentes de las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra. |

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Gabriela Arroyo

3.5 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población sujeta a estudio de mercado son los propietarios de 28 licorerías que comercializan este tipo de producto en la ciudad de Ibarra.

Cuadro Nº 3.2

LICORERÍAS LOCALIZADAS EN LA CIUDAD DE IBARRA

| No. | NOMBRE | DIRECCIÓN |
|------------|------------------------------------|--|
| 1 | Supermercado Pichincha | Av. Atahualpa No. 19-75 |
| 2 | Licorería 24 horas | Av. Atahualpa No. 19-72 |
| 3 | Micro mercado Atahualpa | Av. Atahualpa No. 18-50 |
| 4 | Micro mercado San Francisco | Calle Salinas 6-98 y Oviedo |
| 5 | Minimarket S&R | Calle Salinas 6-70 y Grijalva |
| 6 | Comisariato San Martin | Calle Maldonado y Borrero |
| 7 | Minimarket | Calle Sucre y Borrero |
| 8 | Delicastel ON Moisés | Calle Sucre 3-78 |
| 9 | El Cigarro | Calle Sucre 5-10 y García Moreno |
| 10 | Licorería Zhumir – Mac Gregor | Calle Sucre 5-58 y Flores |
| 11 | COCOS Licorería | Calle Oviedo 5-63 y Sucre |
| 12 | La Licorera | Calle Pedro Moncayo 6-31 y Bolívar |
| 13 | Licorería y supermercado Palma | Redondel de Ajavi y Víctor Manuel Guzmán |
| 14 | Súper TIA | Av. Pérez Guerrero 7-42 y Sánchez y Cifuentes |
| 15 | El Ofertón | Av. Pérez Guerrero 7-54 y Sánchez y Cifuentes |
| 16 | AKI | Calle Bolívar y Colon |
| 17 | Comisariato Municipal | Calle Bolívar y Colon |
| 18 | Su Licorera | Av. El Retorno 19-27 |
| 19 | Supermercado el Retorno | Av. El Retorno 20-38 |
| 20 | Marquet los Ceibos | Av. El Retorno 19-36 |
| 21 | Delicasten Don Juan | Av. El Retorno 20-60 |
| 22 | GRAN AKI | Av. Fray Vacas Galindo y Av. Mariano Acosta |
| 23 | SUPERMAXI | Plaza Shopping |
| 24 | Hipermarket | Av. Rafael Sánchez 6-11 y José Miguel Leoro |
| 25 | Licorería y víveres de Cesar David | Av. Juan Francisco Bonilla 12-16 y Antonio Cordero |
| 26 | Licorería | Av. Sánchez y Cifuentes 18-11 y Miguel Leoro |
| 27 | Supermercado la Universal | Calle Oviedo 9-38 y Sánchez y Cifuentes |
| 28 | Distribuidora Arias | y Flores |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

3.5.1 Identificación de la Muestra

No se aplicó el cálculo de la muestra debido a que técnicamente la población (licorerías y supermercados) es menor de 30, por lo que se procedió hacer la encuesta a todos los 28 propietarios o gerentes de las licorerías y supermercados.

3.6 TABULACIONES Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

3.6.1 Encuesta Aplicada a los Propietarios de las Licorerías y Supermercados de la Ciudad de Ibarra.

Se aplicó 28 encuestas a los propietarios de las licorerías de la ciudad de Ibarra, para lo cual se utilizó un instrumento de recolección de datos que se estructuró con 16 preguntas (anexo 4), basándose en la matriz de variables de mercado, con la finalidad de obtener información referente a la oferta, demanda y marketing mix, para la sustentación del proyecto desde el punto de vista de mercado.

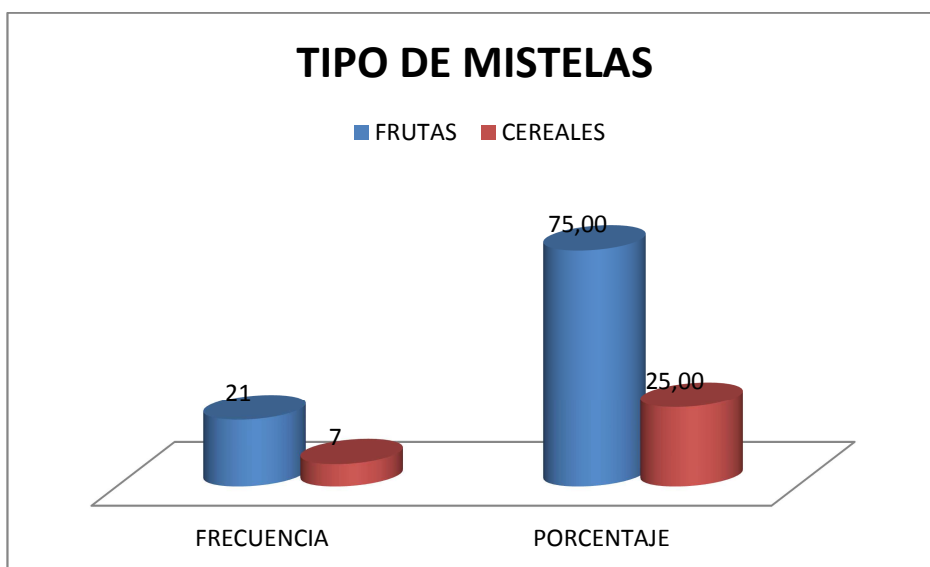
1. ¿Qué tipo de mistelas son las que usted comercializa?

Cuadro N° 3. 1
TIPO DE MISTELAS

| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| FRUTAS | 21 | 75,00 |
| CEREALES | 7 | 25,00 |
| TOTAL | 28 | 100 |

Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

Gráfico N° 3.7



Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

ANÁLISIS:

La mayoría de los propietarios encuestados (75%) manifiestan que las mistelas que más se comercializan son las de frutas, esta es una de las principales razones para emprender con la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla.

2. ¿Qué marcas de mistelas son las que más comercializan?

Cuadro N° 3.3

MARCAS

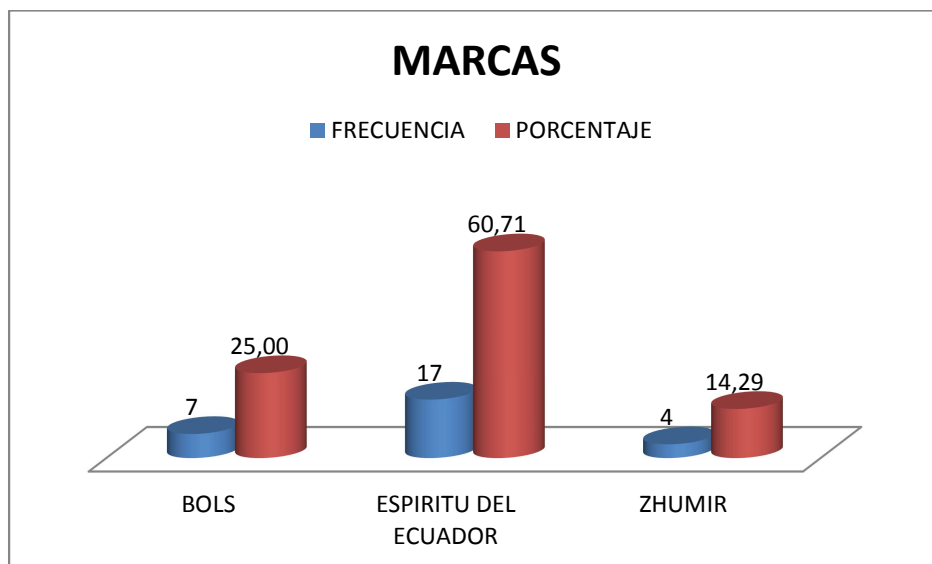
| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|----------------------|------------|------------|
| BOLS | 7 | 25,00 |
| ESPÍRITU DEL ECUADOR | 17 | 60,71 |
| ZHUMIR | 4 | 14,29 |
| TOTAL | 28 | 100 |

Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Gráfico N° 3.8



Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

ANÁLISIS:

Gran parte de los encuestados (60,71%) sostienen que la marca que más se comercializa es Espiritu del Ecuador, como se puede observar no existe licores de fabricación casera; por lo que, de acuerdo a estos resultados se estaría pensando que la microempresa de mistela de uvilla tendría un buen futuro.

3. ¿Con que frecuencia se provee de mistelas?

Cuadro N° 3.4

FRECUENCIA

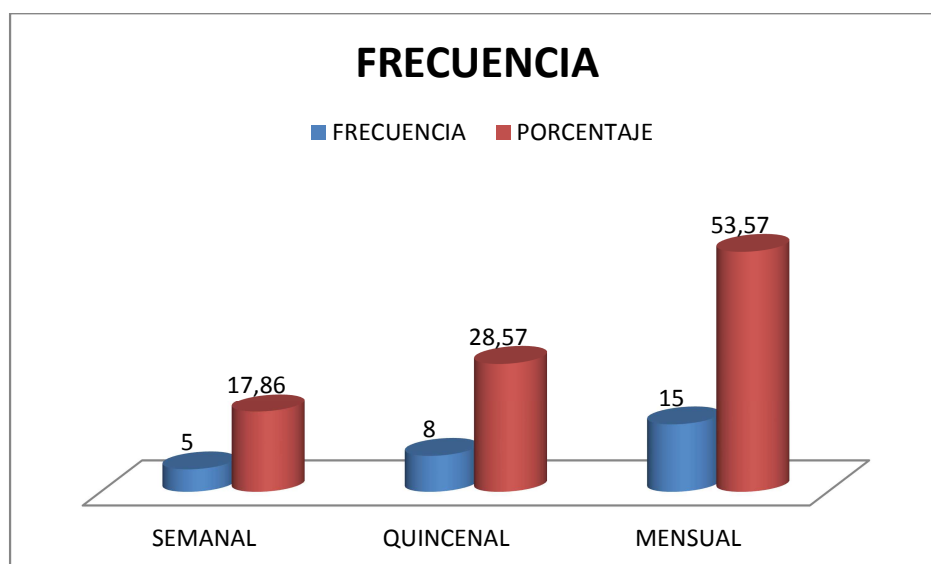
| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SEMANAL | 5 | 17,86 |
| QUINCENAL | 8 | 28,57 |
| MENSUAL | 15 | 53,57 |
| TOTAL | 28 | 100 |

Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Gráfico N° 3.9



Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

ANÁLISIS:

Del total de los encuestados se puede observar que la mayoría (53,57%) se proveen de mistelas de forma mensual, lo que demuestra que la demanda de este tipo de bebidas no es masiva, esto se da ya que la mayoría de personas las consumen solo en ocasiones especiales.

4. ¿Qué cantidad de cajas de mistelas son las que usted adquiere en forma mensual?

Cuadro Nº 3.5

CANTIDAD DE MISTELAS

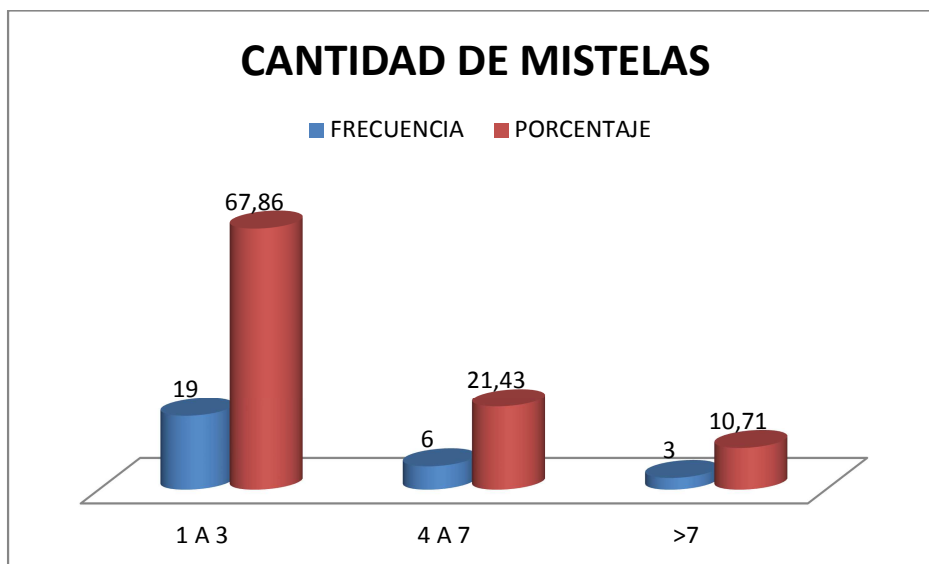
| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| 1 A 3 | 19 | 67,86 |
| 4 A 7 | 6 | 21,43 |
| >7 | 3 | 10,71 |
| TOTAL | 28 | 100 |

Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Gráfico Nº 3.10



Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

ANÁLISIS:

Gran parte de los encuestados (67,86%) responden que adquieren de forma mensual de 1 a 3 cajas de mistelas, esto indica que es un producto que aún no es muy conocido en el mercado.

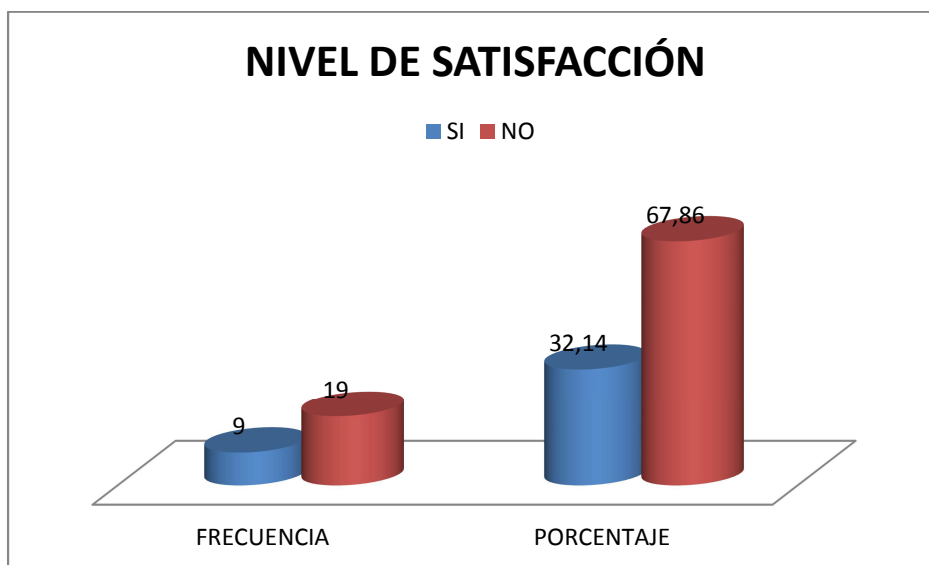
5. ¿Se encuentra satisfecho con la variedad de mistelas que le proveen?

Cuadro N° 3.6
NIVEL DE SATISFACCIÓN

| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI | 9 | 32,14 |
| NO | 19 | 67,86 |
| TOTAL | 28 | 100 |

Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

Gráfico N° 3.11



Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados (67,86%) sostienen que no se encuentran satisfechos con la variedad de mistelas, esto demuestra que existen clientes que desearían probar licores de otros sabores, por lo que el mercado para la de uvilla sería adecuado y oportuno ya que es un fruto no tradicional.

6. ¿En qué meses considera usted que existe mayor comercialización de este producto?

Cuadro N° 3.7

MESES DE COMERCIALIZACIÓN

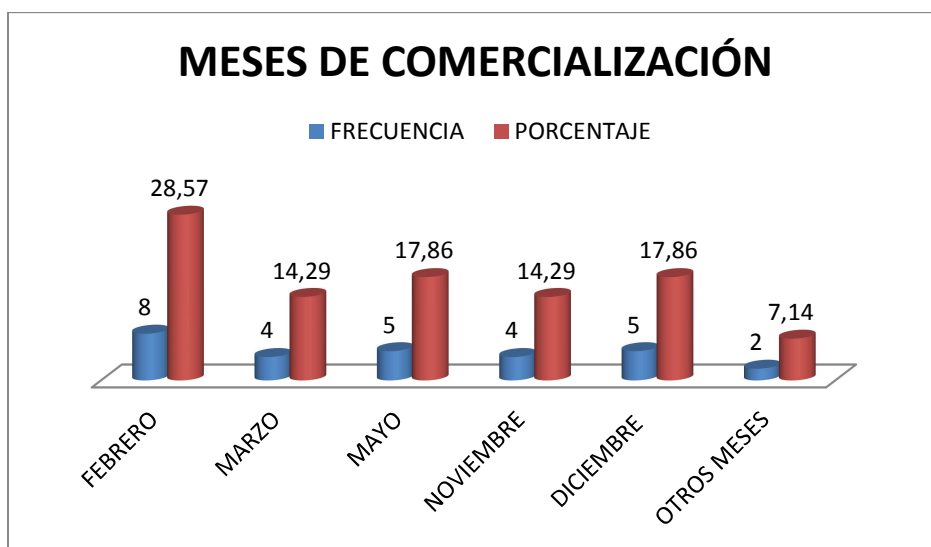
| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| FEBRERO | 8 | 28,57 |
| MARZO | 4 | 14,29 |
| MAYO | 5 | 17,86 |
| NOVIEMBRE | 4 | 14,29 |
| DICIEMBRE | 5 | 17,86 |
| OTROS MESES | 2 | 7,14 |
| TOTAL | 28 | 100 |

Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Gráfico N° 3.12



Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

ANÁLISIS:

De acuerdo a la respuesta de los encuestados, los meses que más se comercializa mistelas son: febrero (28,57%), mayo (17,86%) y diciembre (17,86%); lo que demuestra que este tipo de licores se consume en ocasiones muy especiales, que en general están relacionadas con dichos meses.

7. Considera que las que personas que generalmente consumen mistelas son:

Cuadro N° 3.8

GÉNERO

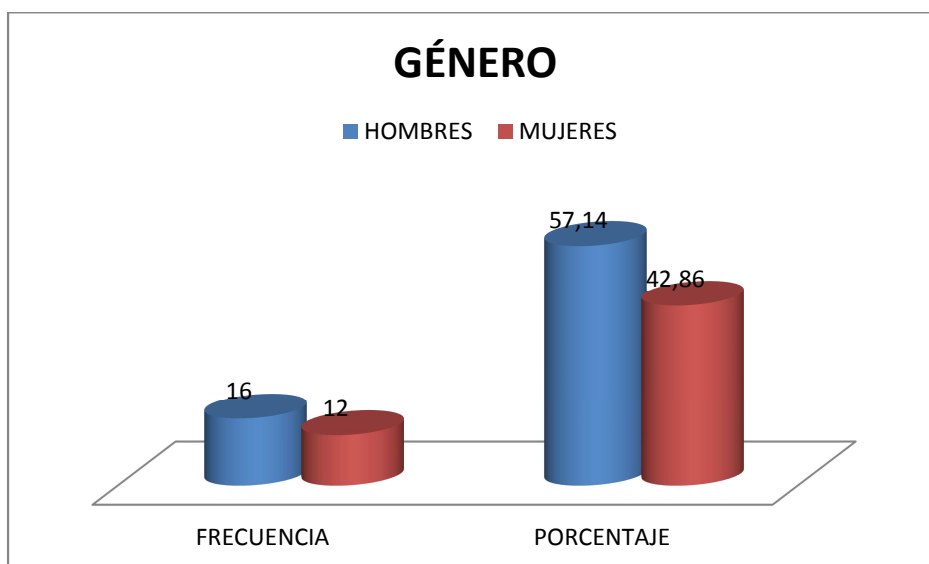
| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| HOMBRES | 16 | 57,14 |
| MUJERES | 12 | 42,86 |
| TOTAL | 28 | 100 |

Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Gráfico N° 3.13



Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

ANÁLISIS:

La mayor parte de los encuestados (57,14%) sostienen que quienes consumen generalmente mistelas son los hombres, de acuerdo a estos resultados, la producción de mistela deberá estar enfocada a ampliar el consumo de los dos géneros, por ser una bebida que contiene poco nivel de alcohol y en un mayor porcentaje de gran beneficio nutricional.

8. ¿De qué edad generalmente considera usted que son los clientes que adquieren mistelas?

Cuadro Nº 3.9

EDAD

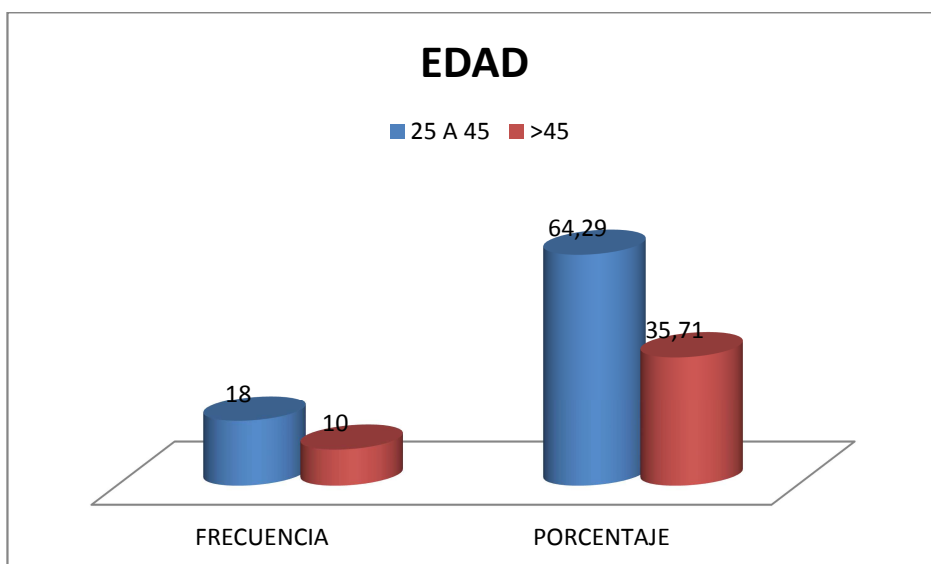
| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| 25 A 45 | 18 | 64,29 |
| >45 | 10 | 35,71 |
| TOTAL | 28 | 100 |

Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Gráfico Nº 3.14



Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

ANÁLISIS:

Una gran parte de los encuestados (64,29%) sostienen que los consumidores de mistelas se encuentran entre 25 a 45 años, lo que demuestra que la mayoría de los consumidores son jóvenes, por lo que cualquier estrategia de mercado debería estar enfocada a dicho segmento de población.

9. ¿De qué nivel socio económico son generalmente los clientes que adquieren mistelas en su licorería?

Cuadro Nº 3.10

NIVEL SOCIOECONÓMICO

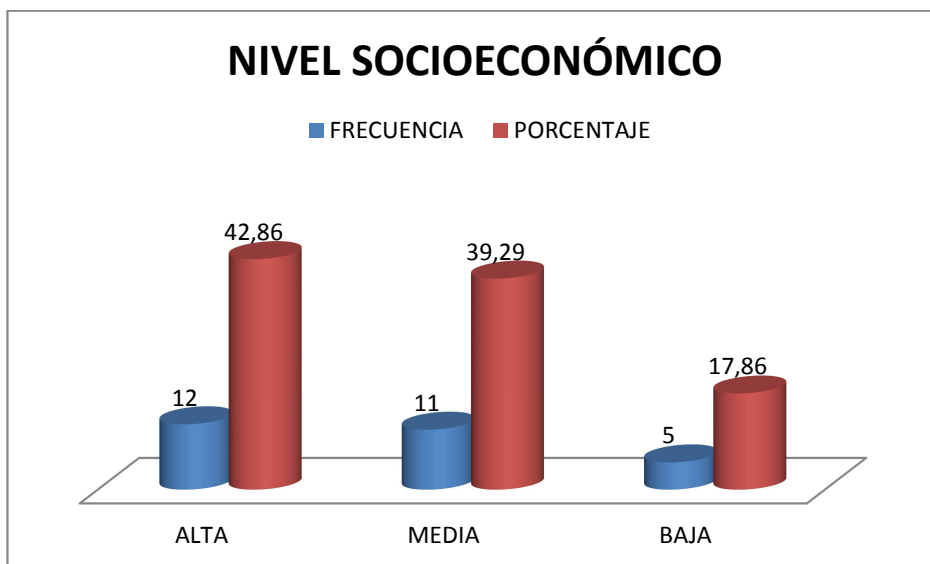
| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| ALTA | 12 | 42,86 |
| MEDIA | 11 | 39,29 |
| BAJA | 5 | 17,86 |
| TOTAL | 28 | 100 |

Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Gráfico Nº 3.15



Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

ANÁLISIS:

Un gran porcentaje de los encuestados (42,86%) sostienen que los clientes que generalmente adquieren mistelas son de un nivel socioeconómico alto, esto indicaría que en este sector social se encuentra más generalizado el consumo de esta bebida, por lo que sería conveniente establecer una campaña de marketing que tenga por objeto dar a conocer este licor al resto de la población.

10. ¿Con que frecuencia sus clientes adquieren mistelas en su licorería de forma mensual?

Cuadro Nº 3.11

FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE LOS CLIENTES

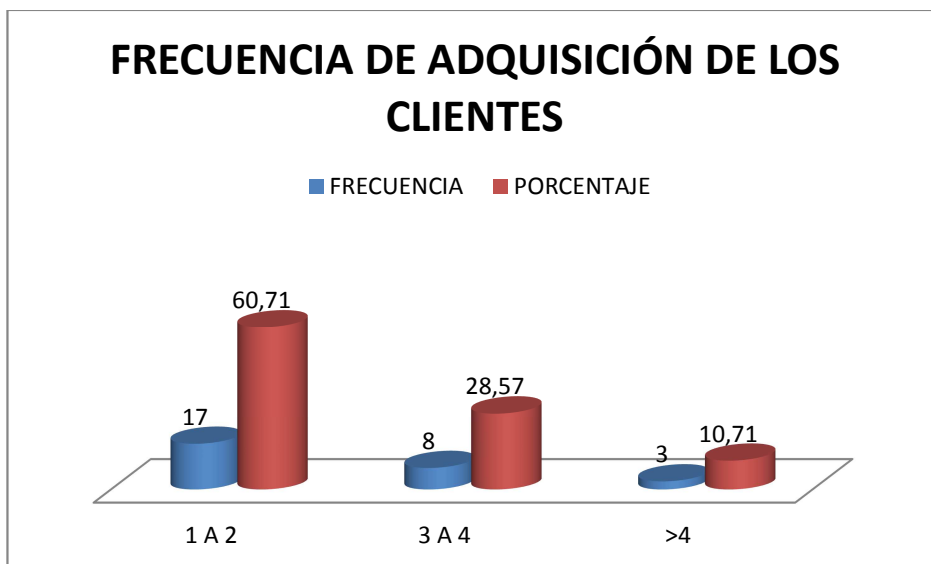
| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| 1 A 2 | 17 | 60,71 |
| 3 A 4 | 8 | 28,57 |
| >4 | 3 | 10,71 |
| TOTAL | 28 | 100 |

Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Gráfico Nº 3.16



Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

ANÁLISIS:

Gran parte de los encuestados (60,71%) manifiestan que los clientes adquieren en forma mensual de 1 a 2 botellas. Según estos datos se observa que el nivel de ventas de mistelas es bajo debido a que muchas personas no han tenido la oportunidad de conocer esta bebida.

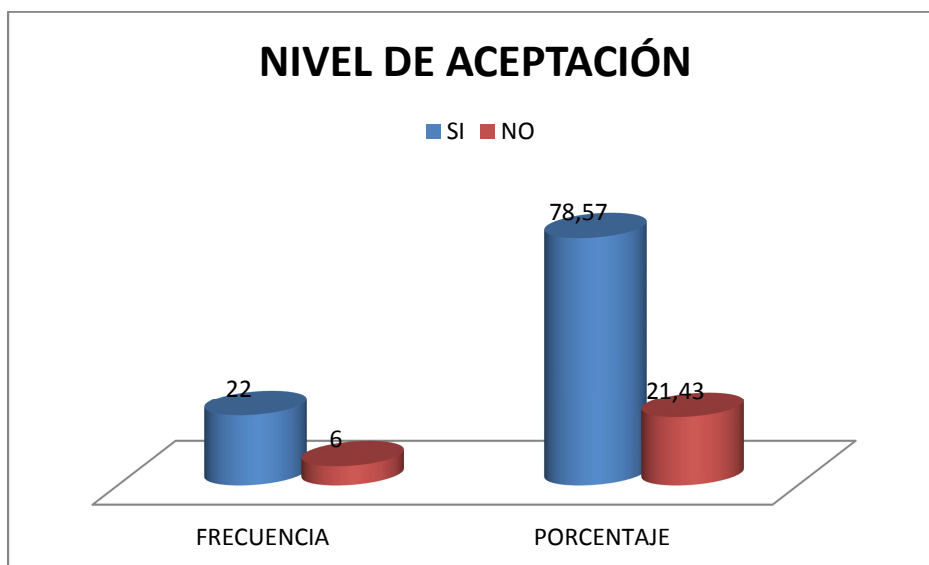
11. ¿Considera usted que la mistela de uvilla tendrá aceptación en las licorerías de la ciudad de Ibarra?

Cuadro Nº 3.12
NIVEL DE ACEPTACIÓN

| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI | 22 | 78,57 |
| NO | 6 | 21,43 |
| TOTAL | 28 | 100 |

Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

Gráfico Nº 3.17



Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados (78,57%) sostienen que la mistela de uvilla si tendrá gran aceptación en las licorerías de Ibarra, por lo que se garantizaría la venta del producto de esta microempresa en esta ciudad.

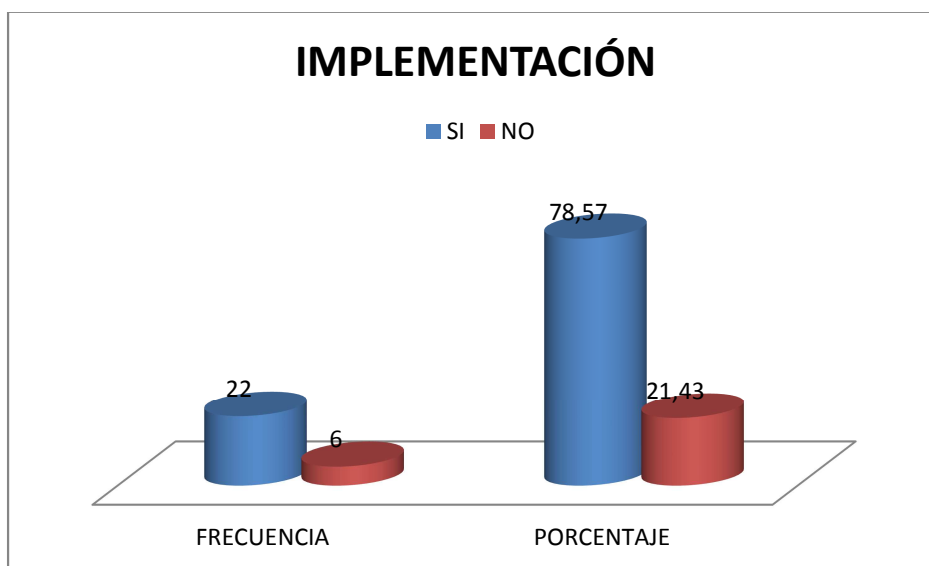
12. ¿Está de acuerdo que en la ciudad de Ibarra se implemente una microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla?

Cuadro Nº 3.13
IMPLEMENTACIÓN

| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI | 22 | 78,57 |
| NO | 6 | 21,43 |
| TOTAL | 28 | 100 |

Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

Gráfico Nº 3.18



Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados (78,57%) si están de acuerdo que se implemente una microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla, ya que dicha empresa proporcionaría fuentes de trabajo e impulsaría el desarrollo de los productores de esta fruta.

13. ¿Qué probabilidad existe de que usted adquiera mistela de uvilla a la microempresa?

Cuadro Nº 3.14

PROBABILIDAD DE COMPRA

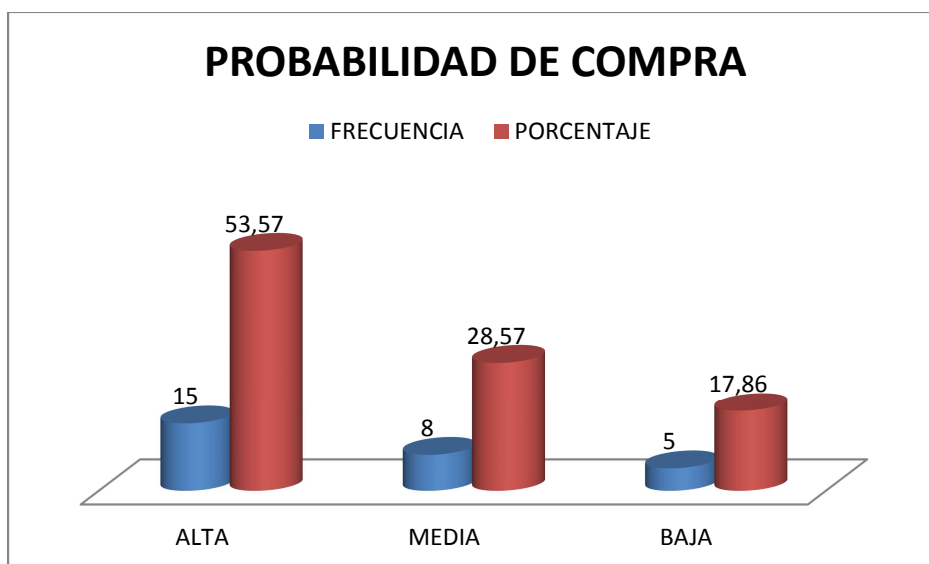
| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| ALTA | 15 | 53,57 |
| MEDIA | 8 | 28,57 |
| BAJA | 5 | 17,86 |
| TOTAL | 28 | 100 |

Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Gráfico Nº 3.19



Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

ANÁLISIS:

La gran parte de los encuestados (53,57%) sostienen que tienen alta probabilidad de que adquieran mistela de uvilla en la microempresa, lo que demuestra que nuestro producto sí tendría acogida en el mercado actual.

14. ¿Qué factores consideraría usted para adquirir mistela de uvilla a la microempresa?

Cuadro Nº 3.15

FACTORES

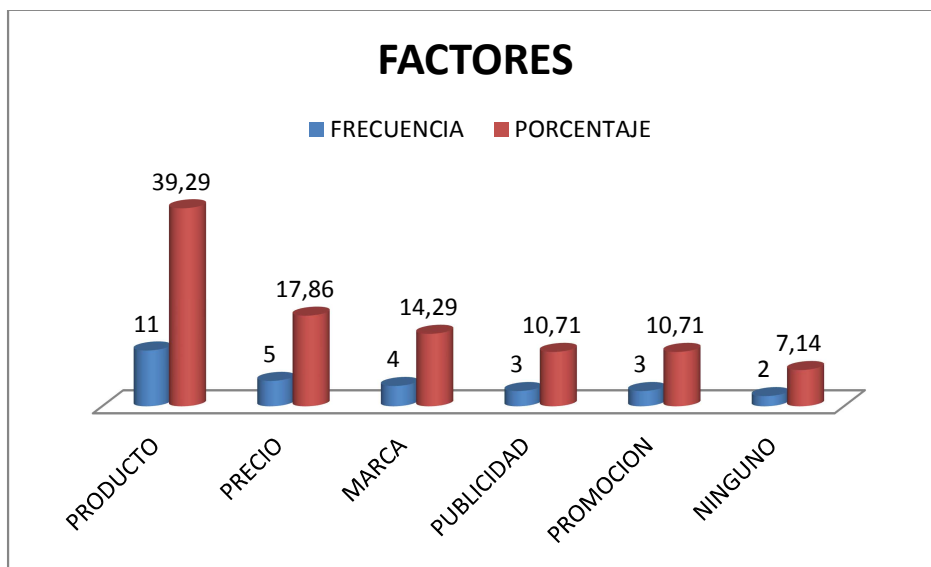
| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| PRODUCTO | 11 | 39,29 |
| PRECIO | 5 | 17,86 |
| MARCA | 4 | 14,29 |
| PUBLICIDAD | 3 | 10,71 |
| PROMOCIÓN | 3 | 10,71 |
| NINGUNO | 2 | 7,14 |
| TOTAL | 28 | 100 |

Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Gráfico Nº 3.20



Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

ANÁLISIS:

Gran parte de los encuestados considera que los factores más importantes para adquirir mistela son: producto (39,29%) y precio (17,86%), con esto se demuestra que la mistela de uvilla va a tener un buen posicionamiento en el mercado ya que va a ser un producto de calidad.

15. ¿Cuál es el precio referencial promedio que debería tener una mistela de uvilla?

Cuadro Nº 3.16

PRECIO

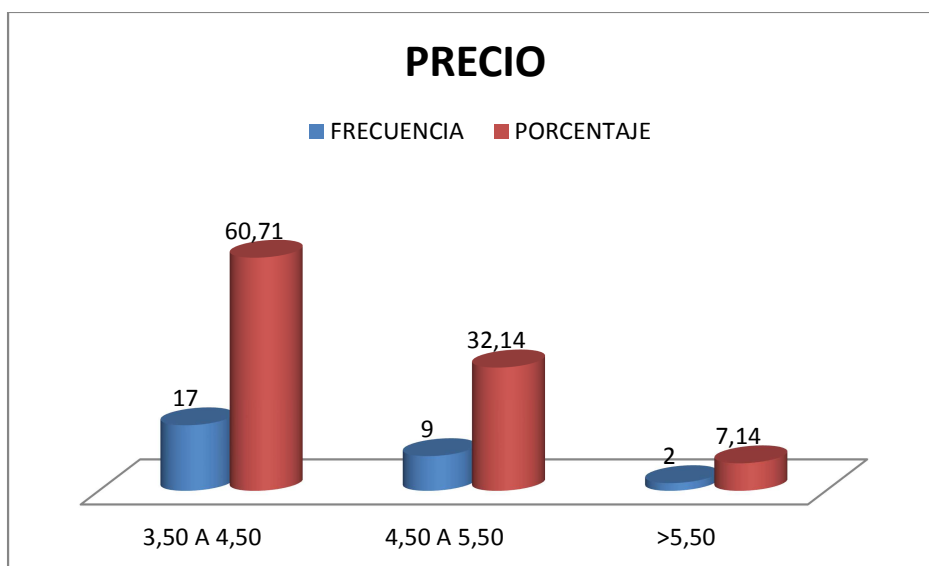
| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| 3,50 A 4,50 | 17 | 60,71 |
| 4,50 A 5,50 | 9 | 32,14 |
| >5,50 | 2 | 7,14 |
| TOTAL | 28 | 100 |

Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Gráfico Nº 3.21



Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados (60,71%) sostienen que el precio debería estar entre \$3.50 a \$4.50, esto demuestra que la mistela de uvilla debería estar en este rango para poder posesionarse en el mercado.

16. ¿Qué tipo de publicidad considera usted que debería aplicar la microempresa para dar a conocer su producto (mistela de uvilla)?

Cuadro Nº 3.17

TIPO DE PUBLICIDAD

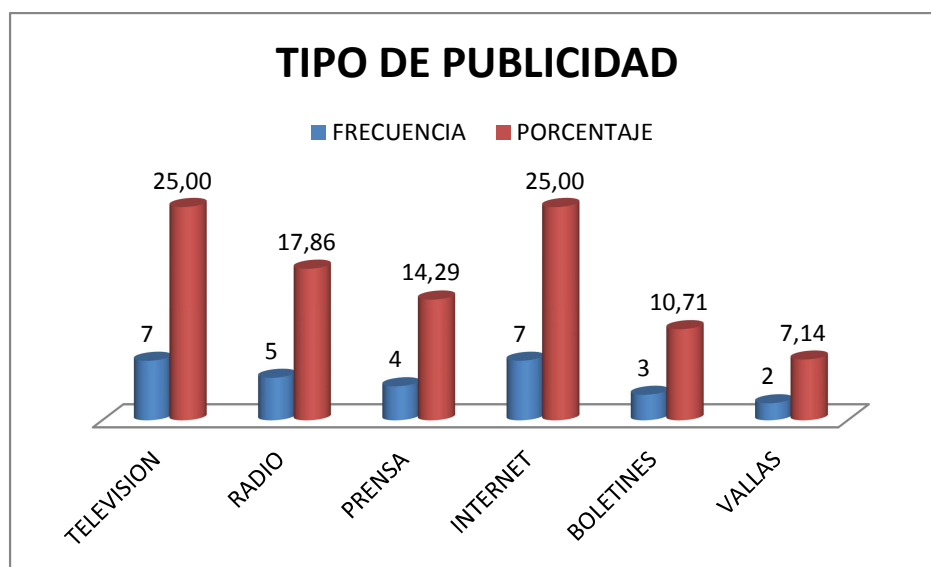
| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| TELEVISIÓN | 7 | 25,00 |
| RADIO | 5 | 17,86 |
| PRENSA | 4 | 14,29 |
| INTERNET | 7 | 25,00 |
| BOLETINES | 3 | 10,71 |
| VALLAS | 2 | 7,14 |
| TOTAL | 28 | 100 |

Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Gráfico Nº 3.22



Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

ANÁLISIS:

Gran parte de los encuestados (50%) sostienen que se debe hacer publicidad por medio de la televisión y el internet, esto demuestra que las campañas publicitarias de la mistela de uvilla deben ser por estos medios de comunicación ya que son los más visitados por los posibles consumidores.

3.7 ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta de marcas más reconocidas de mistelas en el Ecuador según ADILE (Asociación de Industriales Licoreros del Ecuador), se produce y comercializa alrededor de 225.000 cajas que corresponde a 2'700.000 botellas de mistelas de 750cm³ en el año 2012. La distribución y comercialización a nivel nacional está representado por las grandes distribuidoras e importadoras de licores y bebidas a nivel nacional. La oferta de mistelas en general que tienen las licorerías de la ciudad de Ibarra es de las siguientes empresas:

Cuadro Nº 3.18
PRINCIPALES EMPRESAS QUE DISTRIBUYEN A LAS LICORERÍAS DE LA CIUDAD DE IBARRA

| Nombre de la empresa | Dirección |
|--|---|
| AZENDE Corporación | Cuenca Azuay |
| INDNTNV Licorera Villa S. A.I | Quito Rosario Borjalote 23 y Luis García provincia de Pichincha |
| Representaciones Miranda & Miranda S.A | Quito |
| Agencias y Representaciones Cordobés S.A | Quito |
| Industrias y Conservas Guayas | Guayaquil |
| Distribuidora DISPACIFIC S.A | Quito |

Fuente: Investigación directa encuestas a los propietarios o gerentes de licorerías y supermercados de Ibarra

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Se puede establecer que la oferta es competitiva o de mercado libre donde los productores y distribuidores de licores y bebidas se encuentran en circunstancias de libre competencia y tienen una participación directa en el mercado de la ciudad de Ibarra, de esta forma la oferta es de característica oligopólica debido al número de empresas ofertantes de licores, bebidas, mistelas en general, por consiguiente estas empresas determinan los

precios, la cantidad y variedad de mistelas que ubican en las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra.

De esta forma se puede establecer que el número de empresas competidoras para el proyecto son las que se señala en el cuadro 3.3.

Posicionamiento y Ranquin en Categoría de Mistelas.

Las mistelas que tienen mayor aceptación en la ciudad de Ibarra son las de frutas en un 75% y las de cereales en un 25%, lo que se puede observar en el Gráfico N° 3.7 luego de haber realizado la respectiva encuesta.

3.7.1 Oferta Histórica (Volumen que Comercializa)

Al analizar la oferta histórica del volumen de mistelas que adquieren se comercializa a nivel del Ecuador, según la Asociación ADILE; el volumen de oferta está compuesta por la producción local más la importación, lo que establece un volumen aproximado de oferta histórica que señala el siguiente cuadro:

Cuadro N° 3.19
OFERTA HISTÓRICA NACIONAL

| Años | Oferta en botellas de 750cc. De mistelas |
|-------------|---|
| 2007 | 1'660.321 |
| 2008 | 1'758.961 |
| 2009 | 1'854.630 |
| 2010 | 1'870.560 |
| 2011 | 1'935.730 |
| 2012 | 2'150.000 |

Fuente: Informe estadístico del Comité de Comercio Exterior (COMEX) 2012

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Según COMEX el negocio de mistelas está compuesto por 15 empresas distribuidoras e importadoras a nivel nacional, estas empresas tienen alrededor de 280 distribuidoras y 11.000 puntos de venta.

Con estos valores de las series históricas de oferta nacional de mistelas se procedió a determinar la demanda futura.

3.7.2 Proyección de la Oferta

Para proyectar la oferta de mistelas que se comercializan a nivel nacional se utilizó las series históricas obtenidas en el cuadro 3.4 y calculando en primera instancia la tasa de crecimiento del periodo 2007 – 2012, para lo cual se aplicó la siguiente fórmula:

$$M_n = M_o (1 + t)^n$$

Dónde:

M_n= Oferta futura

M_o= Oferta actual (año 2011).

n= años proyectados.

1= constante.

t= Tasa de crecimiento histórica

Cuadro Nº 3.20
TASA DE CRECIMIENTO

| Años | Volumen comercialización de botellas de mistelas. | T=(MN/MO)-1 |
|------|---|-------------------------|
| 2007 | 1'660.321 | 0.000 |
| 2008 | 1'758.961 | 0.059 |
| 2009 | 1'800.630 | 0.023 |
| 2010 | 1'870.560 | 0.038 |
| 2011 | 1'935.730 | 0.034 |
| 2012 | 2'150.000 | 0.110 |
| | | 0.264/ 6 = 0.044 |

Fuente: Oferta histórica.

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

La tasa de crecimiento de oferta de mistelas a nivel nacional del periodo 2007 al 2012 es del 4,4%. Con esta tasa se procedió a remplazar los valores de la ecuación.

Cuadro Nº 3.21
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

| Años | Proyección de la oferta en botellas de mistela $M_n = M_o(1+0.044)^n$ |
|-------------|---|
| 2013 | 2'244.600 |
| 2014 | 2'343.362 |
| 2015 | 2'446.470 |
| 2016 | 2'554.115 |
| 2017 | 2'666.496 |

Fuente: Tasa de la oferta histórica.

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Con el factor de crecimiento del 4,4% y las tendencias de comercialización que tienen las empresas a nivel nacional, se establece que la oferta mantendrá los valores aproximados que se señalan en el cuadro; siempre que los factores permanezcan constantes.

3.8 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

3.8.1 Naturaleza del Consumidor

Las características de la demanda de mistelas en el cantón Ibarra, se fundamenta en dos aspectos importantes que determinan la dinámica del mercado. La primera la alta estacionalidad de la oferta y la segunda porque las mistelas se relacionan con la existencia de paradigmas como que son aperitivos antes de las comidas, que son bebidas de bajo nivel de alcohol que pueden ser de acompañamiento de comidas rápidas o en ocasiones sociales, días festivos y otros del calendario como el Día de la Madre, San Valentín, Navidad y otros que hacen que la demanda interna de mistelas

presente aspectos de crecimiento en diferentes estratos o segmentos de mercado.

Al respecto el presente estudio de mercado analizó los aspectos que describen en forma precisa las características de los consumidores de mistelas en general. Según datos de las encuestas aplicadas a los propietarios de las licorerías y supermercados, en las preguntas 7, 8, 9 y 10 del anexo 2, se tiene las siguientes características:

- El 57.14% de las personas que adquieren mistelas en estos locales son hombres.
- El 64.29 % están en los estratos desde 25 a 45 años.
- El 35.71 % están en los estratos de más de 45 años.
- Los consumidores de mistelas que compran de manera frecuente el 60.71 % (1 a 2 veces mensual).
- Respecto al nivel socio económico el 82.15 % son de los estratos media a alta.

De las encuestas aplicadas a los propietarios de las licorerías de la ciudad de Ibarra, en la pregunta 6, podemos observar en que fechas se establece la demanda de mistelas

3.8.2 Demanda Histórica

El volumen de demanda histórica se consideró bajo la concepción de demanda aparente, en sustentación al informe del 2012 de la ADILE y COMEX a nivel nacional. De esta forma se obtiene que la demanda histórica sea la siguiente:

Cuadro N° 3.22
DEMANDA HISTÓRICA NACIONAL

| Años | Numero de botellas |
|-------------|---------------------------|
| 2007 | 1'780.010 |
| 2008 | 1'830.520 |
| 2009 | 2'050.480 |
| 2010 | 2'210.540 |
| 2011 | 2'460.300 |
| 2012 | 2'700.000 |

Fuente: Informe Estadístico del Comité de Comercio Exterior (COMEX) y Asociación de Industriales Licoreros del Ecuador ADILE 2012.

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

3.8.3 Proyección de la Demanda

Para proyectar la demanda de mistelas que requieren las empresas distribuidoras y comercializadoras (licorerías, supermercados y autoservicios) a nivel nacional, se utilizó los valores de la demanda aparente o consumo real histórico nacional, aplicando la siguiente ecuación:

$$M_n = M_o (1 + t)^n$$

Dónde:

M_n = Oferta futura

M_o = Oferta actual (año 2012).

n = años proyectados.

1 = constante.

t = Tasa de crecimiento histórica

Cuadro Nº 3.23
TASA DE CRECIMIENTO

| Años | Número de botellas de mistela | T=(MN/MO)-1 |
|-------------|--------------------------------------|---------------------------|
| 2007 | 1'780.010 | 0.00 |
| 2008 | 1'830.520 | 0.0283 |
| 2009 | 2'050.480 | 0.1201 |
| 2010 | 2'210.540 | 0.0780 |
| 2011 | 2'460.300 | 0.1129 |
| 2012 | 2'700.000 | 0.0974 |
| | | 0.4367 / 6 = 0.072 |

Fuente: Demanda histórica.
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

La tasa de crecimiento de la demanda de mistelas a nivel nacional del periodo 2007 al 2012 es del 7,20%. Con esta tasa se procedió a remplazar los valores de la ecuación.

Cuadro Nº 3.24
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

| Años | Proyección de la demanda en botellas de mistelas $M_n = M_o(1+0.072)^n$ |
|-------------|---|
| 2013 | 2'894.400 |
| 2014 | 3'102.797 |
| 2015 | 3'326.198 |
| 2016 | 3'565.684 |
| 2017 | 3'822.414 |

Fuente: Tasa de la Demanda histórica.
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

La demanda proyectada de acuerdo a su posibilidad y de acuerdo a sus consumidores o usuarios inmediatos se transforma en una demanda real,

efectiva o demanda potencial que es la demanda probable que al satisfacer determinadas condiciones se le puede volver real.

3.9 BALANCE OFERTA - DEMANDA

Una vez que se analizó la oferta y demanda proyectada, se procedió a realizar el balance oferta – demanda que tiene la comercialización de mistelas a nivel nacional.

Cuadro N° 3.25

BALANCE OFERTA – DEMANDA A NIVEL NACIONAL

| Año | Oferta (N° de botellas de mistelas) | Demanda (N° botellas de mistelas) | Demanda Insatisfecha |
|------------|--|---|-----------------------------|
| 2013 | 2'244.600 | 2'894.400 | 649.800 |
| 2014 | 2'343.362 | 3'102.797 | 759.435 |
| 2015 | 2'446.470 | 3'326.198 | 879.728 |
| 2016 | 2'554.115 | 3'565.684 | 1'011.569 |
| 2017 | 2'666.496 | 3'822.414 | 1'155.918 |

Fuente: Proyección Oferta – Demanda 2013-2017.

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

3.10 PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO

Una vez determinada la estructura de la demanda de mistelas en el Ecuador, en relación a las series históricas y a su proyección se determinó que en los años proyectados existe una demanda insatisfecha de 649.800 botellas de mistela.

Con este marco referencial de análisis de mercado se establece que la participación del proyecto puede estar en el orden de la demanda insatisfecha en un 10.77%, que significa 70.000 botellas de mistela de uvilla para los primeros cinco años de operación de la empresa. El proyecto prevé introducir el producto a nivel nacional a través de alianzas estratégicas con

los distribuidores e importadores, así como en forma directa con las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra, región norte del país.

3.11 PRECIO

Según el INEC, el precio de los licores en general ha sufrido variaciones hasta un 18% del año 2011 al año 2012. En gran parte se debe a que estos productos están gravados con el Impuesto a los Consumos Especiales ICE, que se establece sobre la base de un precio referencial fijado por el Servicio Rentas Internas SRI. Al analizar los precios se consideró como magnitud de medida las marcas de las mistelas que tienen la presentación de botellas de 750cc. El precio actual año 2013 de las principales marcas son de \$4.00 a \$9.75 de la botella de 750 cm³.

Los precios de las mistelas que se comercializa en las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra son las siguientes:

Cuadro Nº 3.26

PRECIOS REFERENCIALES DE LAS MISTELAS

| Marca o nombres comerciales de mistelas | Precio (botella de 750cm³) |
|--|--|
| Marías | \$6.00 |
| Plumas | \$9.00 |
| Limoncillo | \$9.50 |
| Granadina | \$6.00 |
| Chinchón | \$4.20 |
| Daiquiri | \$7.20 |
| Aria | \$4.50 |
| Roskaya | \$9.75 |

Fuente: Investigación directa en supermercados y licorerías de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

3.11.1 Fijación de Precios

Para fijar los precios de venta de la mistela de uvilla que producirá la empresa se consideró los resultados de las encuestas aplicadas (pregunta

15), a los supermercados y licorerías de la ciudad de Ibarra se establece que el precio debería ser en un rango de \$3.50 a \$4.50 la botella de 750 cm³.

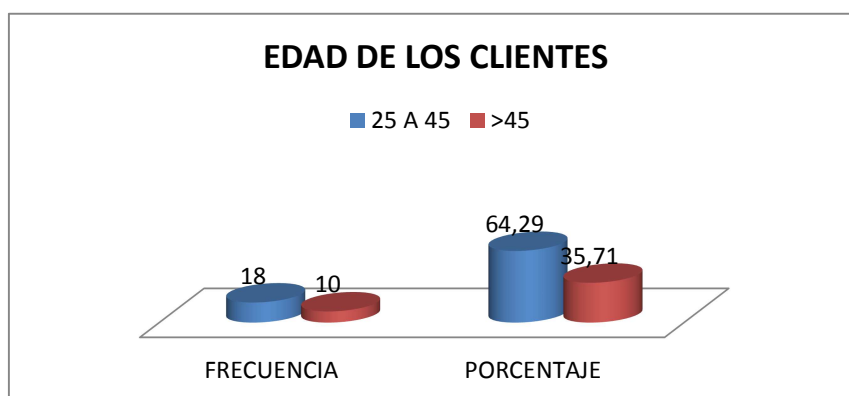
3.12 ESTRUCTURA Y SEGMENTACIÓN DE MERCADO

3.12.1 Segmentación del Mercado

3.12.1.1 Segmentación por la Edad de los Clientes

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los propietarios o gerentes de licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra en la pregunta 8, se determina lo siguiente:

Gráfico N° 3.23



Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).

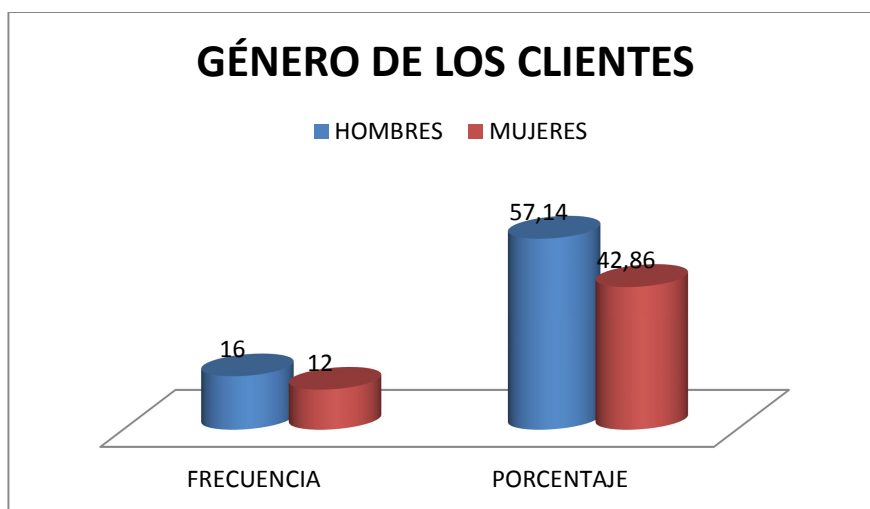
Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

3.12.1.2 Segmentación Según el Género

Según el género, el porcentaje que más tiene preferencia por la adquisición de mistelas en los locales comerciales que expenden este producto es el género masculino.

Gráfico N° 3.24

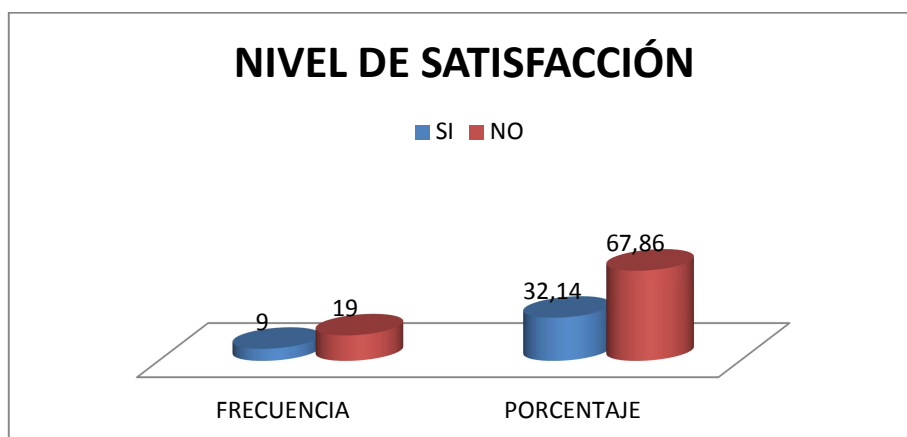


Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

3.12.1.3 Segmentación por el nivel de satisfacción

Se segmentó el mercado de acuerdo al nivel de satisfacción de los propietarios de las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra en relación a la marca del producto que adquieren a las empresas proveedoras de mistelas.

Gráfico N° 3.25



Fuente: Encuestas (28 unidades de observación).
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

3.13 MERCADO META

El mercado meta o destino de la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla son las empresas distribuidoras e importadoras de licores y bebidas a nivel nacional y las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra y la región norte. El proyecto se sustenta en que en el mercado no existe el producto, lo que le ofrece una probabilidad significativa de posicionarse en el mercado.

3.14 ESTRATEGIAS DE MERCADO

Siendo el objetivo el proceso de comercialización, alcanzando un óptimo nivel de ventas para lograr los resultados esperados dentro de la empresa, se debe analizar ciertos parámetros relacionados con la comercialización como son:

3.14.1 Estrategias de Precio

La estrategia de precio se enfocará al fragmento del mercado seleccionado en este caso los distribuidores e importadores así como las licorerías y supermercados de la ciudad de Ibarra y la región norte del país. Al estar dirigido el producto a este mercado se fijará un precio justo que permita obtener una rentabilidad aceptable en la empresa.

3.14.2 Estrategias de Promoción

La estrategia de promoción del producto se realizará al mercado meta. La promoción se realizará mediante la entrega de muestras a los distribuidores e importadores a nivel nación y a nivel de la ciudad de Ibarra y región norte del país a las licorerías y supermercados, para así dar a conocer la calidad de la mistela de uvilla que ofrecerá la empresa, al igual que se promocionará en

los medios de comunicación como: televisión, internet mediante la creación de una página web, y prensa escrita.

3.14.3 Estrategia de Producto

El producto que ofrecerá la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla será de la más alta calidad fundamentado en la norma técnica INEN 2456-2008 y con el enfoque de los principios de la ISO 9001-2008.

3.14.4 Estrategia Empresarial

Esta estrategia es definida como un plan general de acción mediante el cual la empresa busca alcanzar sus objetivos. El objetivo básico de esta estrategia consiste en lograr una ventaja competitiva, se fundamentará en los recursos, capacidades (habilidades) existentes o en generar recursos y capacidades adicionales para sustentar una ventaja competitiva del producto en el mercado, para lo cual la empresa se basará en las siguientes estrategias:

3.14.5 Estrategia de Liderazgo en Costos.

Se esfuerza para obtener los costos de producción y comercialización más bajos que sus competidores y así conseguir una mayor participación en el mercado.

La empresa aplicará esta estrategia en vista de que los consumidores son sensibles a las marcas y precios, debido a que existen en el mercado una gran cantidad de ofertantes de empresas de distribución e importación de licores y bebidas.

3.14.6 Estrategia de Diferenciación

Se concentra en alcanzar mejores resultados con base en alguna ventaja importante del producto, por lo que la empresa deberá saber lo que el cliente desea y concentrarse en aquellas fortalezas que contribuyan la diferenciación del producto basado en calidad, logrando así ser mejores que la competencia.

3.14.7 Estrategia de Enfoque

La empresa deberá tener un enfoque de mercado, articulando alianzas estratégicas de comercialización con los segmentos de mercado meta que son los distribuidores e importadores a nivel nacional y con los supermercados y licorerías de la ciudad de Ibarra y región norte del país. Para la aplicación de esta estrategia se efectuará un mapeo de posicionamiento de las empresas que distribuyen y comercializan este tipo de producto, así como se efectuará un análisis general (ABC) que es la relación causa/efecto.

3.15 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El canal de distribución que aplicará la empresa será corto y está configurado como muestra el siguiente gráfico.



Elaborado por: Gabriela Arroyo.
Año: 2012

3.16 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

- El producto que comercializará la empresa es mistela de uvilla en envases de vidrio de 750cc y cajas de 12 unidades.
- Del análisis de la oferta de mistelas en general se establece que en el mercado se comercializa mistelas de frutas y cereales. Según ADILE y COMEX la oferta de mistelas para el año 2012 fue de 2'150.000 botellas de mistela
- Del análisis de la oferta se determina que no existe en el mercado la comercialización de mistela de uvilla, lo que ofrece una oportunidad para el posicionamiento de este producto.
- Del análisis de la demanda de mistelas a nivel nacional se determina que la demanda para el 2012 es de 2'700.000 botellas de mistela de 750cm³. La demanda proyectada de mistelas en general a nivel nacional para el año 2013 es de 2'894.400 botellas de mistela.
- La participación de la empresa de producción y comercialización de mistela de uvilla es de 10.77% de la demanda insatisfecha, lo que corresponde a un posicionamiento en el mercado de un volumen de 70.000 botellas de mistela de uvilla de 750cm³
- El mercado meta o destino de la empresa de producción y comercialización de mistela de uvilla son las empresas de distribución e importación de licores y bebidas a nivel nacional y los supermercados y licorerías de la ciudad de Ibarra y la región norte del país.

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo principal del Estudio Técnico fue determinar el tamaño óptimo de la microempresa productora y comercializadora de mistela de uvillas e identificar y analizar las variables de fuerzas locacionales con la finalidad de establecer la macro y micro localización para la operatividad de la microempresa.

4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para analizar y determinar el tamaño óptimo de la planta o la capacidad instalada y operativa se procedió a establecer las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño y la demanda, la disponibilidad de materias primas, la tecnología y los equipos, la organización y el financiamiento.

4.1.1 Tamaño del Proyecto en Relación a la Demanda

La demanda es uno de los factores relevantes considerados para el tamaño de la planta. Al hacer el análisis de la relación oferta de mistelas de frutas a nivel nacional y de la ciudad de Ibarra se determinó que no existe en el mercado mistela de uvilla, lo que le brinda al proyecto una amplia perspectiva de ingresar al mercado de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, región norte y nacional.

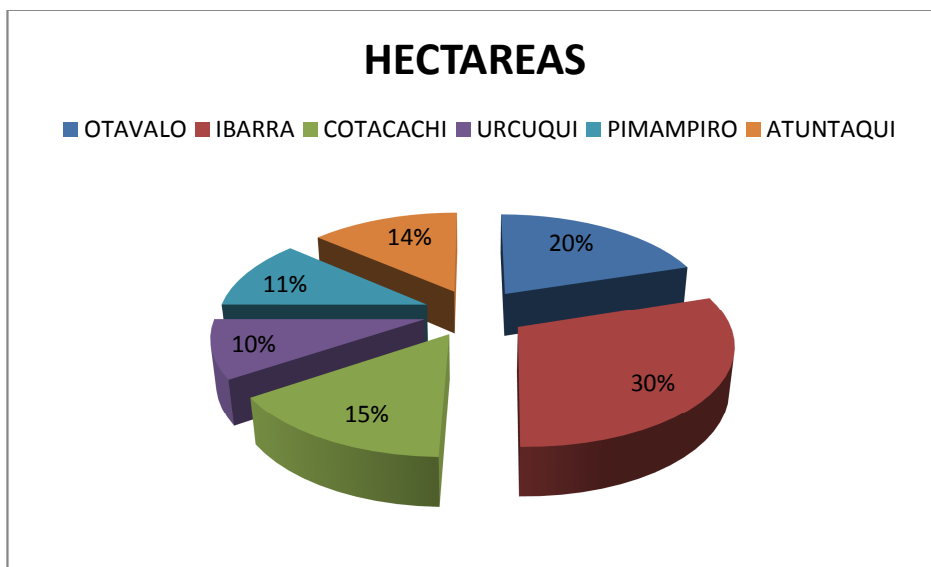
Del balance oferta - demanda se determina una demanda insatisfecha de 649.800 botellas de mistela a nivel nacional, de la cual el proyecto pretende captar el 10,77% que significa 70.000 botellas de mistela de uvilla de 750 cm³ para los cinco años de operación de la empresa.

4.1.2 Tamaño del Proyecto y Disponibilidad de Materia Prima o Insumos

En el análisis del tamaño del proyecto en relación a la disponibilidad de abastecimiento de materia prima principal que es la uvilla se sustenta en el diagnóstico aplicado a los 18 agricultores de esta fruta del sector de Cochapamba de la comunidad la Florida del cantón Ibarra, teniendo una extensión de este cultivo de 9,34 hectáreas que significa una producción aproximada de 98,86 toneladas de uvilla al año

Los sectores de producción de uvilla en la provincia de Imbabura según el MAGAP de Ibarra son los siguientes:

Gráfico N° 4.1



Fuente: MAGAP Reporte de Producción UVILLA Ibarra

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

En la provincia de Imbabura se localizan alrededor de 30,82 hectáreas de cultivo de uvilla que significa una producción promedio de 317,46 toneladas de esta fruta al año.

Al aplicar las encuestas a los cultivadores de uvilla en la pregunta número 7 del Anexo N° 1, se establece que dotarían al proyecto del 25 al 30% de su producción que equivale aproximadamente a unas 197,37 toneladas al año. Considerando la capacidad programada de producción que tendrá la microempresa se requiere de 28.000 kg anuales que significa 28,66 toneladas de uvilla al año por lo que se garantiza el abastecimiento de materia prima para el proyecto.

4.1.3 Tamaño del Proyecto en Relación a la Tecnología

Para la elaboración de mistelas de uvilla se requiere de tecnología que se aplicaría en los procesos de elaboración de mistelas en general como producto de fermentación de las agregaciones de frutas, alcohol, agua y azúcar, específicamente son procesos que tienen como finalidad obtener mistelas con un contenido de alcohol del 15% un contenido de acidez del 3 al 4 % en cumplimiento con la ley de derivados alcohólicas de frutas aptas para el consumo humano en el país, la tecnología que usualmente se utiliza se fundamenta en la infraestructura física compuesta por espacios aptos técnicamente para la aplicación de las actividades de los subprocesos como recepción de materia prima, pesaje.

La tecnología se fundamentara en la aplicación de buenas prácticas con la finalidad de obtener los criterios de desempeño de calidad y rendimientos a los estándares establecidos. La parte fundamental de este proceso es el control de temperaturas y los registros de las mismas que son el factor de vital importancia en la obtención de mistelas de buena calidad.

En relación a los equipos el cuarto frío es el más representativo forma parte de la infraestructura principal del proceso y permitirá que las mistelas tengan su estado de madurez añejamiento óptimo y para ser transportada a los distribuidores y licorerías de la ciudad de Ibarra y región norte del país.

Existen varios proveedores de cámaras frías en la ciudad de Quito por lo que desde este punto de vista el tamaño de la empresa se justifica. Los suministros de herramientas menores como gavetas de plástico, baldes, mesas de aluminio, entre otros se localizan en almacenes de la ciudad de Ibarra.

4.1.4 Tamaño del Proyecto y Financiamiento

El financiamiento que se planifica considerar es a través de aportes propios de los accionistas que conformen la microempresa con un 30% y el 70% restante de la inversión inicial con crédito aplicado la Corporación Financiera Nacional de la ciudad de Ibarra. Ésta entidad financiera tiene un programa de fomento microempresarial a una tasa activa del 10% anual, para proyectos nuevos financia hasta el 70% para ser utilizados como inversiones fijas o capital de trabajo.

4.1.5 Tamaño del Proyecto y la Organización

La estructura organizacional y funcional que aplicará la empresa se fundamentará en la filosofía estratégica estructurada por la Misión, Visión Principios, Valores y la aplicación de un óptimo comportamiento organizacional en la obtención de la eficacia y eficiencia de los procesos en la obtención de objetivos y metas. Se asignará los procesos de la empresa dentro de determinadas actividades de dirección, ejecución y administración.

El organigrama estructural propuesto será flexible, no rígido y promoverá nuevas soluciones estructurales para que permita un mejor desarrollo y un mayor volumen de producción, para el enfoque de la administración por procesos permitirá implementar una cultura de calidad organizacional del talento humano y el uso adecuado de la tecnología y los recursos institucionales.

4.1.6 Capacidad Instalada

Una vez analizado los factores que determinan el tamaño de la empresa y considerando como factor relevante la demanda de mistelas en general se establece que la capacidad instalada o de diseño será de 100.000 botellas (750 cc) anuales.

4.1.7 Capacidad Operativa

Para determinar la capacidad operativa que tendrá la empresa se estableció la demanda potencial que tienen los propietarios de las licorerías de la ciudad de Ibarra de mistelas en general y la posibilidad del proyecto para posicionarse en el mercado que es de 0,70% que fundamenta la capacidad operativa de 70.000 botellas de mistela de uvilla de 750cc para los primeros cinco años operativos de la microempresa. De esta forma la empresa tendrá la siguiente capacidad operativa.

Cuadro N° 4.1
CAPACIDAD OPERATIVA

| | |
|--|----------------|
| Producción anual | 70000 botellas |
| Producción mensual | 5.833 botellas |
| Producción diaria botellas 750 cc (20 días laborables) | 291,66 |
| Producción por hora botellas (8 horas) | 36,45 |

Fuente: Investigación directa.

Elaboración: Gabriela Arroyo

Año: 2013

4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.2.1 Macro localización del Proyecto

Para la macro localización de la empresa de producción y comercialización

de mistela de uvilla se consideró como factor de localización relevante la ubicación de los 18 pequeños agricultores, que están localizados en el cantón Ibarra por lo tanto, se fundamenta que la microempresa esté localizada en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra:

Mapa N° 4. 1
MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



Fuente: Investigación directa
Elaboración: Gabriela Arroyo
Año: 2013

4.2.2 Análisis de los Factores de Localización

La localización tiene mayor sustentabilidad analizando otros factores que promuevan una óptima ubicación de la empresa en términos de productividad y competitividad de tal forma que su inversión económica tenga los réditos de rentabilidad esperados. Los factores de localización que se consideraron fueron los siguientes:

4.2.2.1 Materia Prima

La empresa tiene como objetivo de desarrollo, adquirir la producción de uvillas de los 18 pequeños agricultores de esta fruta localizados en el cantón Ibarra que actualmente disponen de 9,34 hectáreas que representa alrededor de 98.86 toneladas de uvilla anual, que significa 96.575.60 kilogramos de producción por año.

Cuadro N° 4.2
PRODUCCIÓN EN LA PROVINCIA DE IMBABURA DE UVILLA

| CANTÓN | HECTÁREAS | RENDIMIENTO kg /ha | PRODUCCIÓN TM |
|--------------|--------------|--------------------|---------------|
| Otavalo | 6,18 | 9776 | 61.85 |
| Ibarra | 9,34 | 10340 | 98,86 |
| Cotacachi | 4,7 | 9875 | 47,51 |
| Urcuqui | 2,9 | 9126 | 27,09 |
| Pimampiro | 3,5 | 10629 | 38,08 |
| Atuntaqui | 4,2 | 10250 | 44,07 |
| Total | 30,82 | 621350 | 317,46 |

Fuente: MAGAP Reporte de Producción UVILLA Ibarra

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Lo que justifica que el proyecto tendrá materia prima en forma directa de parte de estos pequeños agricultores, especialmente localizados en el cantón Ibarra.

4.2.2.2 Servicios Básicos

Es importante para la macro localización del proyecto que el sector disponga de servicios de infraestructura como luz, agua, teléfono vías de comunicación y otros servicios complementarios policía , hospitales que fueron fuerzas ocasionales que se consideraron para la implantación de la empresa.

4.2.2.3 Aspectos Legales

Las condiciones legales para el inicio del funcionamiento y localización de la empresa son de gran importancia, ya que tendrán que sujetarse a las ordenanzas municipales, además del cumplimiento de los permisos del Cuerpo de Bomberos y del departamento de Planificación y Construcción del Ilustre Municipio de la Ciudad de Ibarra.

4.2.3 Micro localización

Para determinar la micro localización del Proyecto se estableció los siguientes factores para su análisis cualitativo y cuantitativo:

- a) Precio del terreno
- b) Servicios complementarios
- c) Sector estratégico de preferencia a un km del centro urbano
- d) Factores sociales como aceptación de la comunidad a este tipo de empresa

La metodología utilizada para establecer la micro localización fue el método cualitativo por puntos mediante la cual a los factores ocasionales se les asignó un peso de acuerdo a su relevancia de tal forma que sumados den 1,00. Se correlacionó los factores de localización con los posibles sitios de localización propuestos que son:

- a. Sector de Caranqui
- b. Sector de Los Ceibos
- c. Sector La Esperanza.

A los factores se les relacionó con los sitios tentativamente propuestos para la ubicación del proyecto asignándoles una valoración de 1 a 10 obteniéndose su calificación respectiva. Para establecer la calificación

ponderada se multiplicó el peso asignado del factor de localización por la calificación de cada sector pre escogido y así se obtuvo la calificación ponderada de cada factor y sitio. La matriz establecida para la localización fue la siguiente:

Cuadro N° 4.3

MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS

| FACTOR RELEVANTE | PESO | Sector Caranqui | | Sector de Los Ceibos | | Sector La Esperanza | |
|---------------------------|-------------|-----------------|-------------|----------------------|-------------|---------------------|-------------|
| | | Calf. | Calf. Pond. | Calf. | Calf. Pond. | Calf. | Calf. Pond. |
| Precio de terreno | 0,25 | 8 | 2,00 | 9 | 2,25 | 8 | 2,,00 |
| Servicios complementarios | 0,20 | 7 | 1,40 | 8 | 1,60 | 6 | 1,20 |
| Sector estratégico | 0,30 | 7 | 2,10 | 9 | 2,70 | 7 | 2 10 |
| Factores sociales | 0,25 | 8 | 2,00 | 8 | 2,00 | 8 | 2,00 |
| TOTAL | 1,00 | | 7,50 | | 8,55 | | 7,30 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Los resultados de la matriz de valoración cualitativa por puntos, determina que la mejor alternativa de micro localización de la empresa es el sector de Los Ceibos de la ciudad de Ibarra con un valor de 8,55 puntos, en vista de que este sector reúne las características locacionales más convenientes para localización de la empresa.

Mapa N° 4. 2 CIUDAD DE IBARRA



Fuente: Investigación directa
Elaborado: Gabriela Arroyo
Año: 2013

4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

El producto que elaborará la empresa es mistela de uvilla, para lo cual se fundamentará en la norma técnica INEN 2456: 2008 que se aplica para la elaboración de licores, vinos, bebidas de coctelería, mistelas, cremas de licor y otros derivados de bebidas alcohólicas.

4.3.1 Características del Producto

4.3.1.1 Características Físicas y Organolépticas del Producto

La mistela de uvilla es una solución de color amarillento, sabor a uvilla de un proceso tecnológico de fermentación mediante el cual adquiere propiedades de alta resistencia a la peregida y favorece a los consumidores con la esencia nutritiva de uvilla y otras vitaminas que permanecen intactas de este producto y que no son alteradas. Su composición normalmente es la siguiente:

Presentación

La mistela de uvilla tendrá una presentación en envases de vidrio de 750cm³, con un contenido de alcohol del 10%.

Cuadro N° 4.4
PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO



Fuente: Investigación directa
Elaborado: Gabriela Arroyo
Año: 2013

4.3.1.2 Características Técnicas de la Materia Prima (Uvilla)

La uvilla es una fruta de característica baya carnosa, con un diámetro de 1 a 2.5 cm. La uvilla tiene un sabor semi ácido y la corteza es ligeramente amarga; tiene un alto contenido de vitamina A y C y un contenido significativo de azúcar.

Propiedades Nutritivas

Las propiedades nutritivas que tiene la uvilla que es una fruta energética, portadora de carbohidratos y minerales, tiene la siguiente composición nutricional:

Cuadro N° 4.5
PROPIEDADES NUTRITIVAS

| Componentes | 100gr de Pulpa |
|--------------------|-----------------------|
| Calorías | 49% |
| Agua | 82.4gr |
| Proteínas | 0.3gr |
| Lípidos | 0.6gr |
| Carbohidratos | 15.5gr |
| Fibra | 0.95gr |
| Ceniza | 0.3gr |
| Calcio | 9gr |
| Fosforo | 21gr |
| Vitamina A | 730U1 |
| Vitamina C | 20mg |
| Riboflavina B2 | 0.17mg |
| Niacina | 0.8gr |
| Tiamina B1 | 0.10mg |
| Ácido ascórbico | 43mg |

Fuente: Informe de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) 2012

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Propiedades Medicinales de la Uvilla

La uvilla posee propiedades medicinales importantes como son las siguientes:

- Ayuda a la purificación de la sangre
- Es eficaz en el tratamiento de afecciones de la garganta
- Si se prepara en jugos e infusiones con las hojas es un producto que ayuda a adelgazar.
- Es importante para el control de la diabetes, artritis incipiente
- Disminuye el nivel de colesterol
- Si se lo consume en forma frecuente puede prevenir problemas de próstata.

4.3.2 Detalle Técnico de Maquinaria y Equipos de Producción

Equipos y Accesorios

Los equipos que son necesarios para la operatividad de la empresa agroindustrial son:

a) Para la sección de operaciones preliminares:

- Báscula de pesado
- Mesa de selección y clasificación con tina de lavado
- Mesa para preparación

b) Para la sección de procesamiento los equipos son:

- Purificador de agua
- Suavizador de agua
- Equipo de laboratorio completo para control de calidad.- este equipo constará de balanzas de precisión, un higrómetro, microscopio y otros implementos menores que se requieren para estas operaciones.

- Extractor de pasta
- Prensa. Este aparato sirve para la extracción de la pulpa de la uvilla.
- Peladora y cortadora Esta máquina se emplea para quitar la cáscara de la uvilla.
- Armario de deshidratación. Este equipo se utilizará para el secado artificial de la fruta.
- Llenadora de envases
- Cerradora de envases

4.3.3 Equipo y Maquinaria de Producción

Para los procesos de elaboración de mistela de uvilla es necesario el siguiente equipo o maquinaria:

Cuadro N° 4.6
MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN

| DETALLE | Unidad | CANTIDAD | P. UNIT | P. TOTAL |
|---------------------------|--------|----------|---------|---------------|
| Báscula de pesado | u | 2 | 20.00 | 40.00 |
| Purificador de agua | u | 1 | 2.000 | 2.000 |
| Suavizador de agua | u | 1 | 2.500 | 2.500 |
| Extractor de pasta | u | 1 | 3.000 | 3.000 |
| Prensa | u | 2 | 250.00 | 500.00 |
| Peladora y cortadora | u | 1 | 2.500 | 2.500 |
| Armario de deshidratación | u | 1 | 3.460 | 3.460 |
| Llenadora de envases | u | 1 | 6.800 | 6.800 |
| Cerradora de envases | u | 1 | 5.000 | 5.000 |
| Equipo de laboratorio | Equipo | 1 | 4.500 | 4.500 |
| Total | | | | 30.300 |

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: Gabriela Arroyo
Año: 2013

4.3.3.1 Muebles y Enseres

La empresa de producción y comercialización de mistela de uvilla dispondrá del siguiente mobiliario para el proceso de producción.

Cuadro N° 4.7

MUEBLES Y ENSERES DEPARTAMENTO PRODUCCIÓN

| DETALLE | Unidad | CANTIDAD | P. UNIT | P. TOTAL |
|-----------------------------|---------------|-----------------|----------------|-----------------|
| Estanterías de aluminio | u | 15 | 375.00 | 5.625 |
| Mesas de aluminio | u | 4 | 500.00 | 2.000 |
| Juego de escritorio - silla | u | 1 | 1.075 | 1.075 |
| Total | | | | 8.700 |

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Cuadro N° 4.8

MUEBLES Y ENSERES DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO

| DETALLE | Unidad | CANTIDAD | P. UNIT | P. TOTAL |
|------------------------------------|---------------|-----------------|----------------|-----------------|
| Estación de trabajo | u | 3 | 650.00 | 1.950 |
| Juegos de star | u | 1 | 350.00 | 350.00 |
| Estación de trabajo para reuniones | u | 1 | 500.00 | 500.00 |
| Total | | | | 2.800 |

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Cuadro N° 4.9

MUEBLES Y ENSERES DEPARTAMENTO DE VENTAS Y DISTRIBUCIÓN

| DETALLE | Unidad | CANTIDAD | P. UNIT | P. TOTAL |
|---------------------|---------------|-----------------|----------------|-----------------|
| Estación de trabajo | u | 1 | 690.00 | 690.00 |
| Juegos de star | u | 1 | 510.00 | 510.00 |
| Total | | | | 1.200 |

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Cuadro N° 4.10

VEHÍCULO

| DETALLE | Unidad | CANTIDAD | P. UNIT | P. TOTAL |
|--------------------|--------|----------|---------|---------------|
| Camión tipo furgón | u | 1 | 12.500 | 12.500 |
| Total | | | | 12.500 |

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Cuadro N° 4.11

EQUIPO DE INFORMÁTICA DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN

| DETALLE | Unidad | CANTIDAD | P. UNIT | P. TOTAL |
|---|--------|----------|---------|--------------|
| Equipo de computación completo con impresora HP | u | 2 | 950.00 | 1.900 |
| Total | | | | 1.900 |

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Cuadro N° 4.12

EQUIPO DE INFORMÁTICA DE ADMINISTRACIÓN

| DETALLE | Unidad | CANTIDAD | P. UNIT | P. TOTAL |
|---|--------|----------|---------|--------------|
| Equipo de computación completo con impresora HP | u | 3 | 950.00 | 2.850 |
| Total | | | | 2.850 |

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Cuadro N° 4.13

EQUIPO DE INFORMÁTICA DE VENTAS Y DISTRIBUCIÓN

| DETALLE | Unidad | CANTIDAD | P. UNIT | P. TOTAL |
|---|--------|----------|---------|---------------|
| Equipo de computación completo con impresora HP | u | 1 | 950.00 | 950.00 |
| Total | | | | 950.00 |

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Gabriela Arroyo

Año: 2013

4.3.4 Infraestructura Física y Obras Civiles

Los diseños ambientales o de espacios físicos que requiere la empresa tienen un área total de 374,20 metros cuadrados y consta de los siguientes ambientes físicos

Cuadro N° 4.14
DISEÑO DE AMBIENTES FÍSICOS

| AMBIENTES FÍSICOS | M² |
|--|----------------------|
| 1. Área de producción | |
| 1.1 Recepción de Materias Primas | 30 |
| 1.2 Cuarto de refrigeración | 20 |
| 1.3 Bodega de insumos | 30 |
| 1.4 Servicios sanitarios y vestidores | 20 |
| 1.5 Bodega de herramientas | 18 |
| 1.6 Bodega de productos terminados | 60 |
| 1.7 Laboratorio de control de calidad | 12 |
| 1.8 Procesos de elaboración de mistela | 80 |
| 2. Área de administración | |
| 2.1 Sala de espera | 15 |
| 2.2 Secretaria | 12 |
| 2.3 Gerencia | 20 |
| 2.4 Contabilidad | 15 |
| 2.5 Batería sanitaria | 3.6 |
| 3. Área de ventas | |
| 3.1 Sala de espera | 15 |
| 3.2 Gerencia de ventas | 20 |
| 3.3 Batería sanitaria | 3.6 |
| 4. Otras áreas | |
| 4.1 Recepción de materias primas | 60 |
| 4.2 Despacho de producto terminado | 50 |
| 4.3 Espacios verdes y accesos | 70 |
| Total | 374.20 |

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Gabriela Arroyo
Año: 2013

Las áreas físicas diseñadas están en función a los esquemas constructivos y especificaciones técnicas que se requieren para este tipo de empresa

agroindustrial. El diseño propuesto de estos ambientes físicos se señala en el plano (anexo 3)

4.4 PRESUPUESTO TÉCNICO

4.4.1 Inversiones Fijas

Las inversiones fijas que tendrá la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla, para su funcionamiento corresponden a las siguientes partidas:

Cuadro N° 4.15
ACTIVOS FIJOS

| AÑO | INVERSIÓN |
|--|-------------------|
| 1. Inversiones fijas | |
| Terreno | 12.000,00 |
| Construcción civil | 56.130,00 |
| Maquinaria y equipos de producción | 30.300,00 |
| Muebles y enseres producción | 8.700,00 |
| Muebles y enseres administrativo | 2.800,00 |
| Muebles y enseres de ventas y distribución | 1.200,00 |
| Equipos de informática de producción | 1.900,00 |
| Equipos de informática de administración | 2.850,00 |
| Equipos de informática de ventas | 950,00 |
| Vehículo | 12.500,00 |
| Total inversiones fijas | 129.330,00 |
| 2. Gastos pre operativos | 3.000,00 |
| 3. Capital de trabajo | 25.000,00 |
| Total inversiones | 157.330,00 |

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Gabriela Arroyo

Año: 2013

En activos fijos se tiene una inversión de \$129.330. Para capital de trabajo inicial se requiere de \$25.000 y para activos pre operativos \$3.000 con un total de inversión inicial de \$157.330.

4.4.1.1 Construcción Civil

Se establecieron los aspectos constructivos del galpón del área de producción que se fundamenta en una estructura metálica de las columnas y la cubierta, las paredes serán de bloque, el piso de hormigón simple de acuerdo a las especificaciones técnicas de ingeniería civil. El área administrativa y de ventas será un bloque de construcción de tipo convencional de hormigón armado. El presupuesto para la construcción civil es de los rubros se detallan a continuación:

Cuadro N° 4.16
PRESUPUESTO DE OBRAS CIVILES

| Concepto | Unidad m ² | CANTIDAD | P. UNIT | P. TOTAL |
|-----------------------|-----------------------|---------------|---------|---------------|
| 1. Área de producción | m ² | 270,00 | 150.00 | 40.500 |
| 2 Área administrativa | m ² | 65,60 | 150.00 | 9.840 |
| 3. Área de ventas | m ² | 38,60 | 150.00 | 5.790 |
| 4. Otras áreas | m ² | 180,000 | | |
| TOTAL | | 374,20 | | 56.130 |

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Gabriela Arroyo

Año: 2013

4.4.2 Inversiones Diferidas

4.4.2.1 Gastos de Legalización.

En su etapa operativa, la empresa llevará a cabo sus actividades de formalidad en base a las leyes y reglamentos impuestos por el Estado que se debe tomar en cuenta para el funcionamiento de la empresa.

Cuadro N° 4.17
ACTIVOS PRE OPERATIVOS

| CONCEPTO | MONTO |
|---------------------------|--------------|
| Costo del estudio | 700.00 |
| Permiso de funcionamiento | 800.00 |
| Constitución de empresas | 1.000 |
| Gastos publicitarios | 500.00 |
| TOTAL | 3.000 |

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

4.4.3 Capital de Trabajo Inicial

El capital de trabajo inicial que tendrá que disponer la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla se consideró en relación directa con el volumen de comercialización proyectado, determinando los costos de materiales directos, mano de obra directa y CIP. Se establecieron los gastos de administración y de ventas que incurrirá la microempresa en los primeros años operativos. Con estos costos se establece que el capital de trabajo inicial será de \$25.000.

Cuadro N° 4.18
Capital de trabajo

| COSTOS Y GASTOS | VALOR / AÑO |
|--------------------------|--------------------|
| Gastos de operación | 9.359 |
| Gastos de administración | 7.015 |
| Gastos de ventas | 8.626 |
| TOTAL | 25.000 |

Fuente: Observación directa.
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

4.4.4 Inversiones Totales del Proyecto

El proyecto contará con una inversión inicial fija de \$ 157.330 el cual está integrado por: Activos fijos con un valor de \$ 129.330; Activo circulante o capital de trabajo de \$25.000 y Gastos pre operativos \$3.000. Estas inversiones se detallan en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 4.19
INVERSIONES TOTALES

| ACTIVOS | MONTO | % |
|------------------------|-------------------|------------|
| Activos fijos | 129.330,00 | 82,20 |
| Capital de trabajo | 25.000,00 | 15,89 |
| Activos pre operativos | 3.000,00 | 1,91 |
| TOTAL | 157.330,00 | 100 |

Fuente: Observación directa
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

4.4.5 Financiamiento

El financiamiento previsto para la implementación de la empresa será por aportes propios de \$47.199 que significa el 30% de la inversión total y mediante un crédito en la Corporación Financiera Nacional de \$110.131.

Cuadro N° 4.20
FUENTES DE FINANCIAMIENTO

| ACTIVOS | MONTO TOTAL | FUENTES | |
|--|-------------------|---------------------|-------------------|
| | | RECURSOS PROPIOS | CRÉDITO |
| 1. ACTIVOS FIJOS | | | |
| Terreno | 12.000,00 | 12.000,00 | 0,00 |
| Construcción civil | 56.130,00 | 0,00 | 56.130,00 |
| Maquinaria y equipos de producción | 30.300,00 | 13.799,00 | 16.501,00 |
| Muebles y enseres producción | 8.700,00 | 8.700,00 | 0,00 |
| Muebles y enseres administrativo | 2.800,00 | 2.800,00 | 0,00 |
| Muebles y enseres de ventas y distribución | 1.200,00 | 1.200,00 | 0,00 |
| Equipos de informática de producción | 1.900,00 | 1.900,00 | 0,00 |
| Equipos de informática de administración | 2.850,00 | 2.850,00 | 0,00 |
| Equipos de informática de ventas | 950,00 | 950,00 | 0,00 |
| Vehículo | 12.500,00 | 0,00 | 12.500,00 |
| Sub total | 129.330,00 | 44.199,00 | 85.131,00 |
| 2. CAPITAL DE TRABAJO | 25.000,00 | 0,00 | 25.000,00 |
| 3. ACTIVOS PREOPERATIVOS | 3.000,00 | 3.000,00 | 0,00 |
| TOTAL ACTIVOS | 157.330,00 | 47.199,00 | 110.131,00 |
| % | 100% | 30,00 | 70,00 |

Fuente: Observación directa
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

4.4.6 Talento Humano

El talento humano que requiere la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla en su etapa operativa de acuerdo al organigrama estructural propuesto es el siguiente:

Cuadro N° 4.21
TALENTO HUMANO

| NOMBRE DEL CARGO | CANT. | SALARIO |
|-------------------------|--------------|----------------|
| Gerente general | 1 | 600.00 |
| Secretaria | 1 | 318.00 |
| Contadora | 1 | 400.00 |
| Jefe de ventas | 1 | 480.00 |
| Jefe de producción | 1 | 480.00 |
| Bodeguero | 1 | 318.00 |
| Operarios | 4 | 318.00 |
| Vendedores | 2 | 318.00 |
| Total | 12 | 4504.00 |

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Gabriela Arroyo
Año: 2013

4.5 OPERACIÓN DEL PROYECTO

4.5.1 Procesos de Producción

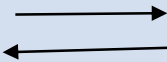
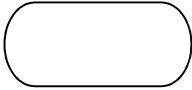

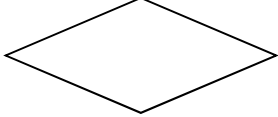
El proceso tecnológico para la elaboración de mistela de uvilla se fundamenta en la norma técnica INEN 2456: 2008, que es la que actualmente regula en el país la producción de bebidas alcohólicas y sus derivados.

4.5.1.1 Diagrama de Bloques

Para el levantamiento del proceso de producción de mistela de uvilla se procedió a realizar el diagrama de bloques con la finalidad de sistematizar las actividades correspondientes a cada subproceso.

Cuadro N° 4.22

SIMBOLOGÍA UTILIZADA

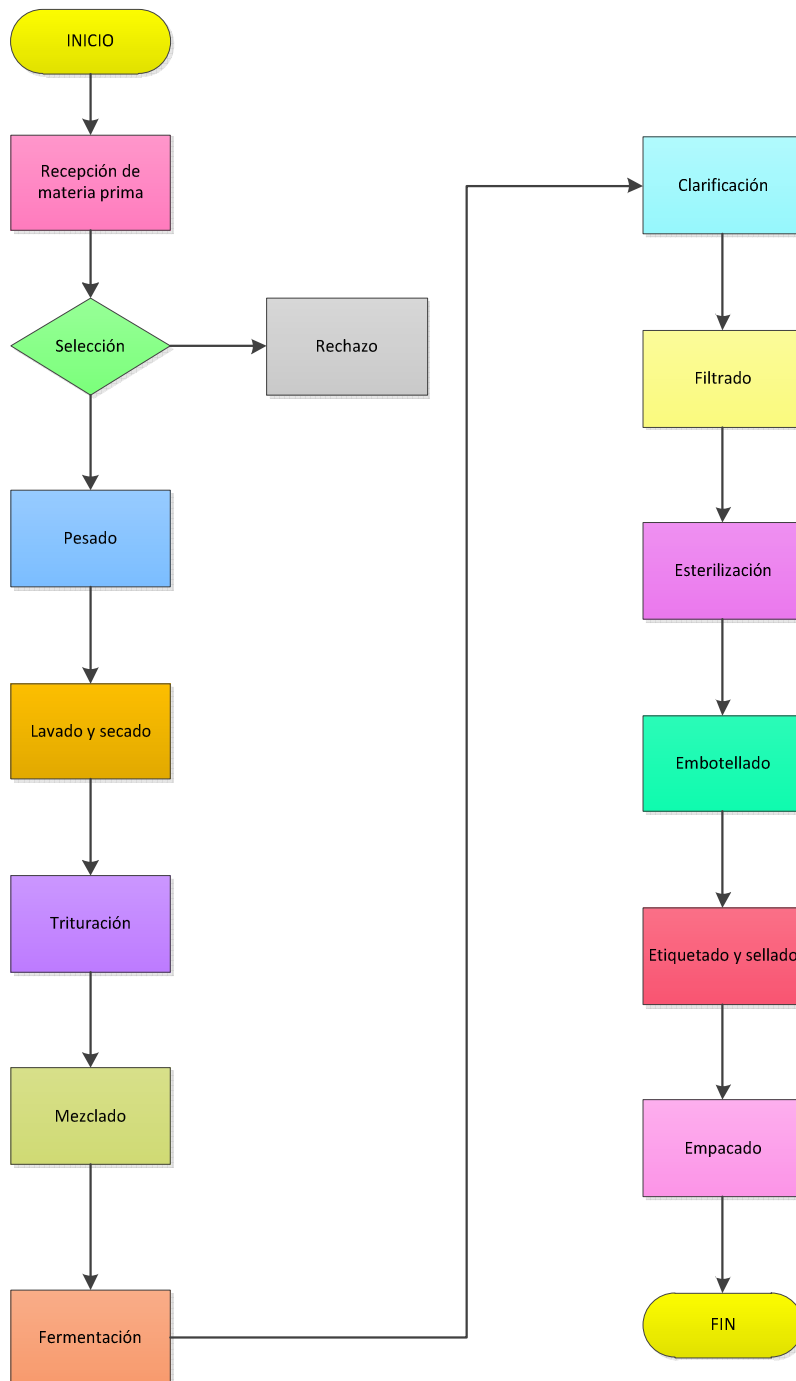
| Símbolo | Descripción |
|---|--|
|  | Dirección de los subprocesos-actividades. |
|  | Iniciador o Terminador del diagrama de bloques |
|  | Conjunto de actividades del subproceso. |
|  | Decisión de actividades del subproceso. |

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Figura N° 4.1
DIAGRAMA DE BLOQUES



Fuente: Investigación directa
Elaborado: Gabriela Arroyo
Año: 2013

4.5.1.2 Levantamiento y Descripción del Proceso de Producción de Mistela de Uvilla

Recepción de Materia Prima

Se receipta la materia prima que es entregada por los proveedores donde se establece las características técnicas de la misma en cuanto a su composición organoléptica, y física, de manera que la uvilla no tenga ningún agente no deseado y se determinará el índice de madurez (en el laboratorio), para comprobar la maduración de la uvilla que este en el punto del que se requiere para obtener mistela.

Selección

Sera importante realizar una selección previa de la fruta que va ingresar al proceso. Por lo tanto será necesario separar las uvillas que estén con presencia de hongos u otros elementos que por diversas razones puedan alterar la fermentación y originar un destilado de mala calidad. Para este proceso se utilizará mesas de acero inoxidable. Se escogerá en forma aleatoria un número determinado de muestras para valorar los puntos deseados como: la cantidad de azúcar y el estado volumétrico de la fruta.

En caso de que la fruta no cumpla con las condiciones necesarias para la elaboración de la mistela será rechazada.

Pesado

Se procede a realizar el pesaje de la uvilla que ingresa en la empresa con la finalidad de establecer los volúmenes que corresponden a los diferentes proveedores de la empresa y determinar la conversión de esta materia prima en mistela. El pesaje se efectuará en una báscula de tipo convencional.

Lavado y Secado

Se procede al lavado de las frutas con la finalidad de eliminar algún tipo de residuo adherida a la fruta; posteriormente se procederá a secar la fruta.

Trituración

La finalidad de esta operación es dejar en libertad el jugo de la fruta. El grado de extracción determinará el tamaño de las fracciones de las pulpas obtenidas. Una especificación técnica de importancia será llegar a un grado medio de extracción o molienda para facilitar la extracción del jugo. La misión de la trituración o prensado será la de extraer el jugo por presión, mediante una prensa mecánica con la finalidad de transmitir igual presión en todos los frutos para obtener un alto contenido de jugo.

El análisis de la composición del jugo se obtendrá mediante muestras que determine el grado de azúcar.

Mesclado

Una vez, obtenido el jugo de la uvilla se procederá a realizar el mesclado del sumo, agregándole alcohol, azúcar y agua. El mosto debe reunir las condiciones necesarias para obtener un destilado de uvilla bien conformado y un rendimiento positivo en el proceso de destilación.

Fermentación

Se colocará el producto en estanques por alrededor de 24 horas, debido a la gran cantidad y variedad de microorganismos que pueden estar presentes en el producto y que pueden sobrevivir y multiplicarse. El mosto tendrá que tener una fermentación alcohólica, para transformar los azúcares en alcohol y en anhídrido carbónico por acción de las levaduras. La fermentación se efectuará a una temperatura de 24 a 28°C.

Los controles que serán necesarios en la fermentación serán: control del alcohol, azúcar, control de la densidad, control de la temperatura.

Clarificación

Por medio de la clarificación se procede a despojar a la mistela con más rapidez que las otras sustancias que están en suspensión y que puede

ocasionar alteraciones. Se dejará reposar por unas tres horas y verter luego el agua no absorbida, con la finalidad de obtener lotes uniformes en concentración de acidez y azúcares. Se deberá realizar a temperaturas entre 10 a 15°C, con la finalidad de disminuir la acidez de la mostaza para una buena conservación.

Filtrado

Esta operación se realizará con la ayuda de un filtro de placas que consiste en hacer pasar el destilado de mostaza, a través de placas filtrantes con poros muy finos que retiene cualquier partícula en suspensión. Las placas que se utilizará serán de celulosa con un alto grado de permeabilidad. La presión del filtrado deberá ser menor a 1 bar, de tal manera que se evite la ruptura de las placas. Una vez finalizada la filtración las placas deberán ser lavadas con agua caliente y fría a presión.

Esterilización

La esterilización se efectuaran operaciones como las siguientes: esterilización de los envases vacíos, llenado de los envases con el producto procesado, adición del líquido de cobertura, pre esterilización.

Embotellado

Se procederá al embotellado en la maquina correspondiente en los envases de vidrio y en una proporción de 750cm³.

Etiquetado y Sellado

Sera el proceso mediante el cual las botellas se sellan y se colocará la etiqueta respectiva.

Empacado

Se empacarán en cajas de cartón en el que contendrá 12 unidades.

CAPITULO V

5 EVALUACIÓN ECONÓMICA

5.1 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL

El Estado de Situación Financiera Inicial tuvo como objetivo fundamental el determinar la posición financiera que tendrá la microempresa “Mistelas La Estación”, mediante el cual se determina el comportamiento de las cuentas de activos, pasivos y patrimonio.

Cuadro N° 5.1
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

| ACTIVOS | | APORTE FINANCIADO | |
|--|-------------------|--------------------------|-------------------|
| Inversión Variable | | | |
| Capital de Trabajo | 25.000,00 | | |
| Inversión Fija | | | |
| Terreno | 12.000,00 | | |
| Construcción civil | 56.130,00 | Préstamo | 110.131,00 |
| Equipo y maquinaria de producción | 30.300,00 | | |
| Muebles y enseres de producción | 8.700,00 | | |
| Muebles y enseres administrativo | 2.800,00 | | |
| Muebles y enseres de ventas y distribución | 1.200,00 | | |
| Vehículo | 12.500,00 | | |
| Equipos de informática de producción | 1.900,00 | | |
| Equipos de informática de administración | 2.850,00 | | |
| Equipos de informática de ventas | 950,00 | | |
| TOTAL ACTIVOS FIJOS | 129.330,00 | | |
| Gastos Pre operativos | 3.000,00 | Capital Social | 47.199,00 |
| TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS | 3.000,00 | | |
| TOTAL DE ACTIVOS | 157.330,00 | TOTAL INVERSIÓN | 157.330,00 |

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

Para la proyección de costos, gastos e ingresos de los años proyectados para el análisis económico financiero del proyecto, se utilizó la tasa de inflación actual del 3.48% según el Banco Central del Ecuador.

5.2 DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS PROYECTADOS

Los ingresos proforma para el primer año que tendrá la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla son de 245.000 dólares. Para el quinto año proforma los ingresos en un escenario optimista serán de 280.295 dólares.

Cuadro N° 5.2
DESGLOSE DE INGRESOS PROYECTADOS

| | Detalle | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| BOTELLAS DE MISTELA DE UVILLA DE 750 CM3 | Unidad | U | U | U | U | U |
| | Cantidad | 70.000,00 | 70.000,00 | 70.000,00 | 70.000,00 | 70.000,00 |
| | Precio Unitario | 3,50000 | 3,62180 | 3,74784 | 3,87826 | 4,01323 |
| | Precio Total | 245.000,00 | 253.526,00 | 262.348,70 | 271.478,44 | 280.925,89 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Gabriela Arroyo
Año: 2013

5.3 DETERMINACIÓN DE EGRESOS PROYECTADOS

5.3.1 Costos de Producción

Los costos de producción se calcularon en base a los costos de: materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de producción. A continuación se efectúa los desgloses de los costos.

a) Detalle de Materiales Directos (Materia Prima)

Se consideró como materia prima principal la uvilla, el alcohol etílico, azúcar y agua, que se calcularon en relación al volumen de producción que la microempresa producirá en sus años operativos. Los costos de materia prima están considerados con los precios referenciales que en la actualidad tiene un kilogramo de uvilla, litro de alcohol etílico, kilogramo de azúcar y m3 de agua; las cantidades requeridas se obtuvieron del análisis del balance de materiales.

Cuadro N° 5.3

DETALLE DE MATERIALES DIRECTOS (MATERIA PRIMA) 2013

| CONCEPTO | UNIDAD | CANTIDAD | PRECIO UNIT. | PRECIO TOTAL |
|--------------------------|---------------|-----------------|---------------------|---------------------|
| UVILLA | KG | 28.000,00 | 1,15 | 32.200,00 |
| ALCOHOL ETÍLICO | LT | 7.875,00 | 1,85 | 14.568,75 |
| AZÚCAR | KG | 3.648,40 | 0,90 | 3.283,56 |
| AGUA | M3 | 199,71 | 1,50 | 299,57 |
| COSTO TOTAL ANUAL | | | | 50.351,88 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Gabriela Arroyo
Año: 2013

Cuadro N° 5.4

PROYECCIÓN DE MATERIALES DIRECTOS

| CONCEPTO | AÑOS PROYECTADOS | | | | |
|--------------------------|-------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| MATERIALES DIRECTOS | 50.351,88 | 52.104,12 | 53.917,34 | 55.793,67 | 57.735,29 |
| COSTO TOTAL ANUAL | 50.351,88 | 52.104,12 | 53.917,34 | 55.793,67 | 57.735,29 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Gabriela Arroyo
Año: 2013

b) Mano de Obra Directa

Para la capacidad operativa que tendrá la empresa se requerirá de 4 operadores, para desarrollar los procesos necesarios para la elaboración de mistela de uvilla. Para determinar los salarios se consideró las regulaciones que fija el Ministerio de Relaciones Laborales.

**Cuadro N° 5.5
MANO DE OBRA DIRECTA AÑO 2013**

| CONCEPTO | SALARIOS BÁSICOS MENSUAL | EQUIVALENTE DÉCIMO CUARTO MENSUAL | EQUIVALENTE DÉCIMO TERCERO MENSUAL | APORTE PATRONAL 12.15% | TOTAL SALARIO MENSUAL | TOTAL SALARIO ANUAL |
|--------------|--------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|------------------------|-----------------------|---------------------|
| OPERARIO 1 | 318,00 | 26,50 | 26,50 | 38,64 | 409,64 | 4.915,64 |
| OPERARIO 2 | 318,00 | 26,50 | 26,50 | 38,64 | 409,64 | 4.915,64 |
| OPERARIO 3 | 318,00 | 26,50 | 26,50 | 38,64 | 409,64 | 4.915,64 |
| OPERARIO 4 | 318,00 | 26,50 | 26,50 | 38,64 | 409,64 | 4.915,64 |
| TOTAL | 1.272,00 | 106,00 | 106,00 | 154,55 | 1.638,55 | 19.662,58 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Gabriela Arroyo
Año: 2013

**Cuadro N° 5.6
PROYECCIÓN MANO DE OBRA DIRECTA**

| CONCEPTO | AÑOS PROYECTADOS | | | | |
|------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| SALARIOS BÁSICOS MENSUAL | 1.272,00 | 1.316,27 | 1.362,07 | 1.409,47 | 1.458,52 |
| EQUIVALENTE DÉCIMO CUARTO MENSUAL | 106,00 | 109,69 | 113,51 | 117,46 | 121,54 |
| EQUIVALENTE DÉCIMO TERCERO MENSUAL | 106,00 | 109,69 | 113,51 | 117,46 | 121,54 |
| APORTE PATRONAL 12.15% | 154,55 | 159,93 | 165,49 | 171,25 | 177,21 |
| FONDOS DE RESERVA MENSUAL | 0,00 | 109,69 | 113,51 | 117,46 | 121,54 |
| TOTAL SALARIO MENSUAL | 1.638,55 | 1.805,26 | 1.868,08 | 1.933,09 | 2.000,36 |
| TOTAL SALARIO ANUAL | 19.662,58 | 21.663,10 | 22.416,98 | 23.197,09 | 24.004,34 |

Fuente: Investigación directa **Elaboración:** Gabriela Arroyo **Año:** 2013

5.3.1.1 Costos Indirectos de Producción

Los costos indirectos de producción que tendrá la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla para los primeros años de operación son efectivos y no efectivos. Los efectivos son los que corresponde a los rubros de materiales indirectos, mano de obra indirecta, servicios básicos, seguros de maquinaria, mantenimiento, los costos no efectivos son los de depreciación. Los valores que corresponden a estos rubros son los siguientes:

Cuadro N° 5.7
PRESUPUESTO DE COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

| CONCEPTO | AÑOS PROYECTADOS | | | | |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| EFFECTIVOS | | | | | |
| Materiales indirectos | 32.899,96 | 34.044,88 | 35.229,64 | 36.455,63 | 37.724,29 |
| Mano de obra indirecta | 12.173,48 | 13.422,89 | 13.890,01 | 14.373,38 | 14.873,57 |
| Servicios básicos | 3.000,00 | 3.104,40 | 3.212,43 | 3.324,23 | 3.439,91 |
| Seguros de maquinaria | 909,00 | 909,00 | 909,00 | 909,00 | 909,00 |
| Mantenimiento | 1.200,00 | 1.241,76 | 1.284,97 | 1.329,69 | 1.375,96 |
| Subtotal | 50.182,44 | 52.722,93 | 54.526,06 | 56.391,93 | 58.322,73 |
| NO EFFECTIVOS | | | | | |
| Depreciación de edificio | 1.214,93 | 1.214,93 | 1.214,93 | 1.214,93 | 1.214,93 |
| Depreciación de equipo y maquinaria de producción | 3.030,00 | 3.030,00 | 3.030,00 | 3.030,00 | 3.030,00 |
| Depreciación de muebles y enseres de producción | 870,00 | 870,00 | 870,00 | 870,00 | 870,00 |
| Depreciación de equipo de informática producción | 627,00 | 627,00 | 627,00 | 19,00 | 0,00 |
| Subtotal | 5.741,93 | 5.741,93 | 5.741,93 | 5.133,93 | 5.114,93 |
| Total | 55.924,37 | 58.464,86 | 60.267,99 | 61.525,86 | 63.437,66 |

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

Cuadro N° 5.8
MATERIALES INDIRECTOS

| CONCEPTO | UNIDAD | CANTIDAD | PRECIO UNIT. | PRECIO TOTAL |
|---|--------|-----------|--------------|------------------|
| ETIQUETAS | UNIDAD | 70.000,00 | 0,01 | 700,00 |
| BOTELLA DE VIDRIO PARA MISTELAS DE 750CM3 | UNIDAD | 70.000,00 | 0,45 | 31.500,00 |
| CAJAS DE CARTÓN | UNIDAD | 5.833,00 | 0,12 | 699,96 |
| COSTO TOTAL ANUAL | | | | 32.899,96 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Gabriela Arroyo
Año: 2013

Cuadro N° 5.9
MANO DE OBRA INDIRECTA AÑO 2013

| CONCEPTO | SALARIOS BÁSICOS | DÉCIMO CUARTO | DÉCIMO TERCERO | APORTE PATRONAL 12.15% | TOTAL SALARIO MES | TOTAL SALARIO AÑO |
|--------------------|------------------|---------------|----------------|------------------------|-------------------|-------------------|
| JEFE DE PRODUCCIÓN | 480,00 | 26,50 | 40,00 | 58,32 | 604,82 | 7.257,84 |
| BODEGUERO | 318,00 | 26,50 | 26,50 | 38,64 | 409,64 | 4.915,64 |
| TOTAL | | | | | | 12.173,48 |

Fuente: Investigación directa
Elaborado: Gabriela Arroyo
Año: 2013

Cuadro N° 5.10
PROYECCIÓN MANO DE OBRA INDIRECTA

| CONCEPTO | AÑOS PROYECTADOS | | | | |
|------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| SALARIOS BÁSICOS MENSUAL | 798,00 | 825,77 | 854,51 | 884,24 | 915,02 |
| EQUIVALENTE DÉCIMO CUARTO MENSUAL | 53,00 | 54,84 | 56,75 | 58,73 | 60,77 |
| EQUIVALENTE DÉCIMO TERCERO MENSUAL | 66,50 | 68,81 | 71,21 | 73,69 | 76,25 |
| APORTE PATRONAL 12.15% | 96,96 | 100,33 | 103,82 | 107,44 | 111,17 |
| FONDOS DE RESERVA MENSUAL | 0,00 | 68,81 | 71,21 | 73,69 | 76,25 |
| TOTAL SALARIO MENSUAL | 1.014,46 | 1.118,57 | 1.157,50 | 1.197,78 | 1.239,46 |
| TOTAL SALARIO ANUAL | 12.173,48 | 13.422,89 | 13.890,01 | 14.373,38 | 14.873,57 |

Fuente: Investigación directa
Elaborado: Gabriela Arroyo
Año: 2013

Cuadro N° 5.11
SERVICIOS BÁSICOS

| CONCEPTO | UNIDAD DE CONSUMO | CANTIDAD POR MES | COSTO UNIT. POR MES | COSTO MENSUAL | P. TOTAL AÑO |
|---------------------|-------------------|------------------|---------------------|---------------|--------------|
| Luz | Kilowatts | 700 | 0.25 | 175.00 | 2.100 |
| Agua | Metros 3 | 138.9 | 0.30 | 41.67 | 500.00 |
| Teléfono e Internet | Líneas | 1 | | 33.33 | 400 |
| TOTAL | | | | | 3.000 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Gabriela Arroyo
Año: 2013

5.3.1.2 Costos de Producción Consolidados

Los costos de producción que tendrá la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla corresponden a: materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de producción. Para realizar la proyección a los años de estudio financiero (5 años) se utilizó la tasa de inflación actual del 3.48%. Por el rubro de materiales directos para el primer año proyectado se tiene un valor de \$50.351, en el rubro mano de obra directa \$19.662; y en el rubro costos indirectos de producción 55.924 dólares, teniendo un costo total de \$125.938 para el primer año. Para los siguientes años son los que muestra el siguiente cuadro.

Cuadro N° 5.12
COSTOS DE PRODUCCIÓN

| DETALLE | AÑOS PROYECTADOS | | | | |
|-------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Materiales directos (materia prima) | 50.351,88 | 52.104,13 | 53.917,35 | 55.793,67 | 57.735,29 |
| Personal operativo | 19.662,58 | 21.663,10 | 22.416,98 | 23.197,09 | 24.004,34 |
| Costos indirectos de producción | 55.924,37 | 58.464,86 | 60.267,99 | 61.525,86 | 63.437,66 |
| TOTAL | 125.938,83 | 132.232,08 | 136.602,31 | 140.516,62 | 145.177,30 |

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

5.3.2 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos en los que incurrirá la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla son: por pago de personal administrativo es de \$20.009, servicios básicos de \$300.00, insumos de oficina de \$229.75, teniéndose un total de \$20.539 que representan gastos desembolsables. Los gastos que no representan desembolsos son de \$2.115. Por tanto los gastos de administración para el primer año serán de \$22.655, para el quinto año proyectado se tendrá un valor de \$26.237. En el cuadro siguiente se muestran los valores correspondientes:

Cuadro N° 5.13
GASTOS ADMINISTRATIVOS

| CONCEPTO | AÑOS PROYECTADOS | | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| EFFECTIVOS | | | | | |
| Pago de personal administrativo | 20.009,64 | 22.069,85 | 22.837,88 | 23.632,63 | 24.455,05 |
| Servicios Básicos | 300,00 | 310,44 | 321,24 | 332,42 | 343,99 |
| Insumos de oficina | 229,75 | 237,75 | 246,02 | 254,58 | 263,44 |
| Subtotal | 20.539,39 | 22.618,03 | 23.405,14 | 24.219,64 | 25.062,48 |
| NO EFFECTIVOS | | | | | |
| Depreciación de Edificio | 295,19 | 295,19 | 295,19 | 295,19 | 295,19 |
| Depreciación de muebles y enseres administrativos | 280,00 | 280,00 | 280,00 | 280,00 | 280,00 |
| Depreciación de equipos de informática administrativos | 940,50 | 940,50 | 940,50 | 28,50 | 0,00 |
| Amortización | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 |
| Subtotal | 2.115,69 | 2.115,69 | 2.115,69 | 1.203,69 | 1.175,19 |
| TOTAL | 22.655,08 | 24.733,72 | 25.520,83 | 25.423,33 | 26.237,67 |

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

Cuadro N° 5.14

SALARIO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO AÑO 2013

| CONCEPTO | SALARIOS BÁSICOS | DÉCIMO CUARTO | DÉCIMO TERCERO | APORTE PATRONAL 12.15% | TOTAL SALARIO MES | TOTAL SALARIO AÑO |
|--------------|------------------|---------------|----------------|------------------------|-------------------|-------------------|
| GERENTE | 600,00 | 26,50 | 50,00 | 72,90 | 749,40 | 8.992,80 |
| SECRETARIA | 318,00 | 26,50 | 26,50 | 38,64 | 409,64 | 4.915,64 |
| CONTADORA | 400,00 | 26,50 | 33,33 | 48,60 | 508,43 | 6.101,20 |
| TOTAL | | | | | | 20.009,64 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Gabriela Arroyo
Año: 2013

Cuadro N° 5.15

PROYECCIÓN SALARIO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO

| CONCEPTO | AÑOS PROYECTADOS | | | | |
|------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| SALARIOS BÁSICOS MENSUAL | 1.318,00 | 1.363,87 | 1.411,33 | 1.460,44 | 1.511,27 |
| EQUIVALENTE DÉCIMO CUARTO MENSUAL | 79,50 | 82,27 | 85,13 | 88,09 | 91,16 |
| EQUIVALENTE DÉCIMO TERCERO MENSUAL | 109,83 | 113,66 | 117,61 | 121,70 | 125,94 |
| APORTE PATRONAL 12.15% | 160,14 | 165,71 | 171,48 | 177,44 | 183,62 |
| FONDOS DE RESERVA MENSUAL | 0,00 | 113,66 | 117,61 | 121,70 | 125,94 |
| TOTAL SALARIO MENSUAL | 1.667,47 | 1.839,15 | 1.903,16 | 1.969,39 | 2.037,92 |
| TOTAL SALARIO ANUAL | 20.009,64 | 22.069,85 | 22.837,88 | 23.632,63 | 24.455,05 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Gabriela Arroyo
Año: 2013

Cuadro N° 5.16
INSUMOS DE OFICINA

| CONCEPTO | UNIDAD | CANT. | P. UNITARIO | P. TOTAL AÑO |
|-------------------|---------------|--------------|--------------------|---------------------|
| CDS | U | 37 | 0,50 | 18,50 |
| SOBRES DE MANILA | U | 25 | 0,15 | 3,75 |
| PAPEL PARA FAX | U | 25 | 3,50 | 87,50 |
| TINTAS EN GENERAL | U | 25 | 4,80 | 120,00 |
| TOTAL | | | | 229,75 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Gabriela Arroyo
Año: 2013

Cuadro N° 5.17
SERVICIOS BÁSICOS

| CONCEPTO | UNIDAD DE CONSUMO | CANTIDAD POR MES | COSTO UNIT. POR MES | COSTO MENSUAL | P. TOTAL AÑO |
|---------------------|--------------------------|-------------------------|----------------------------|----------------------|---------------------|
| Luz | Kilowatts | 36.64 | 0.25 | 9.16 | 110.00 |
| Agua | Metros 3 | 22.20 | 0.30 | 6.66 | 80.00 |
| Teléfono e Internet | Líneas | 1 | | 9.16 | 110.00 |
| TOTAL | | | | | 300.00 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Gabriela Arroyo
Año: 2013

5.3.3 Gastos Generales Ventas

En el siguiente cuadro se muestra los gastos necesarios para mantener las actividades de ventas. Los gastos están conformados por los rubros de: salarios de personal, combustible de vehículo, publicidad en general y depreciaciones. Para el primer año proyectado son de \$ 23.516, para el quinto año son de \$ 27.475.

Cuadro N° 5.18
GASTOS GENERALES DE VENTAS

| CONCEPTO | AÑOS PROYECTADOS | | | | |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| 1. EFECTIVOS | 20.409,13 | 22.274,20 | 23.049,34 | 23.851,46 | 24.681,49 |
| Salarios Personal | 17.089,13 | 18.838,67 | 19.494,25 | 20.172,65 | 20.874,66 |
| Combustible de vehículo | 1.020,00 | 1.055,50 | 1.092,23 | 1.130,24 | 1.169,57 |
| Publicidad en general | 2.300,00 | 2.380,04 | 2.462,87 | 2.548,57 | 2.637,26 |
| 2. NO EFECTIVOS | 3.107,28 | 3.107,28 | 3.107,28 | 2.803,28 | 2.793,78 |
| Depreciación de edificios | 173,78 | 173,78 | 173,78 | 173,78 | 173,78 |
| Depreciación de muebles y enseres ventas y distribución | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 |
| Depreciación de equipos de informática ventas y distribución | 313,50 | 313,50 | 313,50 | 9,50 | 0,00 |
| Depreciación de vehículo | 2.500,00 | 2.500,00 | 2.500,00 | 2.500,00 | 2.500,00 |
| TOTAL | 23.516,41 | 25.381,48 | 26.156,62 | 26.654,74 | 27.475,27 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Gabriela Arroyo
Año: 2013

Cuadro N° 5.19
PERSONAL DE VENTAS AÑO 2013

| CONCEPTO | SALARIOS BÁSICOS MENSUAL | EQUIVALENTE DÉCIMO CUARTO MENSUAL | EQUIVALENTE DÉCIMO TERCERO MENSUAL | APORTE PATRONAL 12.15% | TOTAL SALARIO MENSUAL | TOTAL SALARIO AÑO |
|----------------|--------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|------------------------|-----------------------|-------------------|
| JEFE DE VENTAS | 480,00 | 26,50 | 40,00 | 58,32 | 604,82 | 7.257,84 |
| VENEDORES (2) | 636,00 | 53,00 | 53,00 | 77,27 | 819,27 | 9.831,29 |
| TOTAL | | | | | | 17.089,13 |

Fuente: Investigación directa
Elaborado: Gabriela Arroyo
Año: 2013

Cuadro N° 5.20
PROYECCIÓN PERSONAL DE VENTAS

| CONCEPTO | AÑOS PROYECTADOS | | | | |
|------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| SALARIOS BÁSICOS MENSUAL | 1.116,00 | 1.154,84 | 1.195,03 | 1.236,61 | 1.279,65 |
| EQUIVALENTE DÉCIMO CUARTO MENSUAL | 79,50 | 82,27 | 85,13 | 88,09 | 91,16 |
| EQUIVALENTE DÉCIMO TERCERO MENSUAL | 93,00 | 96,24 | 99,59 | 103,05 | 106,64 |
| APORTE PATRONAL 12.15% | 135,59 | 140,31 | 145,20 | 150,25 | 155,48 |
| FONDOS DE RESERVA MENSUAL | 0,00 | 96,24 | 99,59 | 103,05 | 106,64 |
| TOTAL SALARIO MENSUAL | 1.424,09 | 1.569,89 | 1.624,52 | 1.681,05 | 1.739,56 |
| TOTAL SALARIO ANUAL | 17.089,13 | 18.838,67 | 19.494,25 | 20.172,65 | 20.874,66 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Gabriela Arroyo

Año: 2013

5.4 GASTOS FINANCIEROS

Los gastos financieros que tiene la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla corresponden al crédito de \$110.131 obtenidos a través de la Corporación Financiera Nacional, a una tasa de interés del 10% y a un plazo de 10 años. Por intereses (Gastos financieros) en el primer año se tendrá \$11.013, para el quinto año \$7.342. Los demás valores se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 5.21

TABLA DE AMORTIZACIÓN

| | | | | | |
|-----------------|------------------------|-----------------------|-------------------|--------------|-------------------------|
| CAPITAL | 110.131,00 | TOTAL AMORT: | 110.131,00 | | |
| INTERÉS | 10,00% | TOTAL INTER: | 66.078,60 | | |
| PLAZO AÑOS | 10 | TOTAL CUOTA: | 176.209,60 | | |
| GRACIA | 1 | Fecha de inicio deuda | marzo 1, 2013 | | |
| | | Días interpagos | 360 | | |
| PERIODOS | CAPITAL INICIAL | AMORTIZACIÓN | INTERESES | CUOTA | CAPITAL REDUCIDO |
| 1 | 110.131,00 | 0 | 11.013,10 | 11.013,10 | 110.131,00 |
| 2 | 110.131,00 | 12.236,78 | 11.013,10 | 23.249,88 | 97.894,22 |
| 3 | 97.894,22 | 12.236,78 | 9.789,42 | 22.026,20 | 85.657,44 |
| 4 | 85.657,44 | 12.236,78 | 8.565,74 | 20.802,52 | 73.420,67 |
| 5 | 73.420,67 | 12.236,78 | 7.342,07 | 19.578,84 | 61.183,89 |
| 6 | 61.183,89 | 12.236,78 | 6.118,39 | 18.355,17 | 48.947,11 |
| 7 | 48.947,11 | 12.236,78 | 4.894,71 | 17.131,49 | 36.710,33 |
| 8 | 36.710,33 | 12.236,78 | 3.671,03 | 15.907,81 | 24.473,56 |
| 9 | 24.473,56 | 12.236,78 | 2.447,36 | 14.684,13 | 12.236,78 |
| 10 | 12.236,78 | 12.236,78 | 1.223,68 | 13.460,46 | 0,00 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Gabriela Arroyo

Año: 2013

Cuadro N° 5.22

GASTOS DE FINANCIACIÓN

| FASE AÑO | INVERSIÓN 0 | AÑOS PROYECTADOS | | | | |
|------------------------------------|----------------|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| COSTOS DE FINANCIACIÓN (INTERESES) | | 11.013,10 | 11.013,10 | 9.789,42 | 8.565,74 | 7.342,07 |
| PAGO DE CAPITAL | | 0,00 | 12.236,78 | 12.236,78 | 12.236,78 | 12.236,78 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Gabriela Arroyo

Año: 2013

5.5 DEPRECIACIÓN – AMORTIZACIÓN

La depreciación de los activos fijos para los tres primeros años proyectados es de \$10.364 anuales, para el cuarto de \$8.540 y quinto año es de \$8.483. El valor de salvamento es de \$69.210. La amortización de gastos pre-operativos tiene un valor constante de \$600.00. En el siguiente cuadro se muestra los valores que corresponde a cada rubro de los activos fijos.

Cuadro N° 5.23
DEPRECIACIÓN – AMORTIZACIÓN

| CONCEPTO | COSTO | PORCENTAJE | DEPRECIACIÓN ANUAL | | | | | V.S |
|--|-------------------|------------|--------------------|------------------|------------------|-----------------|-----------------|------------------|
| | | | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | |
| ACTIVO | | | | | | | | |
| Construcción civil | 56.130,00 | 3% | 1.683,90 | 1.683,90 | 1.683,90 | 1.683,90 | 1.683,90 | 47.710,50 |
| Maquinaria y equipos de producción | 30.300,00 | 10% | 3.030,00 | 3.030,00 | 3.030,00 | 3.030,00 | 3.030,00 | 15.150,00 |
| Muebles y enseres producción | 8.700,00 | 10% | 870,00 | 870,00 | 870,00 | 870,00 | 870,00 | 4.350,00 |
| Muebles y enseres administrativo | 2.800,00 | 10% | 280,00 | 280,00 | 280,00 | 280,00 | 280,00 | 1.400,00 |
| Muebles y enseres de ventas y distribución | 1.200,00 | 10% | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 600,00 |
| Equipos de informática de producción | 1.900,00 | 33% | 627,00 | 627,00 | 627,00 | 19,00 | 0,00 | 0,00 |
| Equipos de informática de administración | 2.850,00 | 33% | 940,50 | 940,50 | 940,50 | 28,50 | 0,00 | 0,00 |
| Equipos de informática de ventas | 950 | 33% | 313,50 | 313,50 | 313,50 | 9,50 | 0,00 | 0,00 |
| Vehículo | 12.500,00 | 20% | 2.500,00 | 2.500,00 | 2.500,00 | 2.500,00 | 2.500,00 | 0,00 |
| TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL | 117.330,00 | | 10.364,90 | 10.364,90 | 10.364,90 | 8.540,90 | 8.483,90 | 69.210,50 |

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS PREOPERATIVOS

| CONCEPTO | COSTO | AMORTIZACIÓN | | | | |
|---------------------------------------|----------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Amortización de activos preoperativos | 3.000,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 |
| TOTAL AMORTIZACIÓN | | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 |

Fuente: Investigación directa
Elaborado: Gabriela Arroyo
Año: 2013

5.6 GASTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIACIÓN

Los costos de operación y de financiación que tendrá la microempresa en su etapa operativa son: para el primer año \$183.123 de los cuales por costos directos \$125.938 y por costos operativos \$172.110, por gastos financieros \$11.013. En el quinto año proyectado los costos de operación y financiación son de \$206.232.

Cuadro N° 5.24
COSTOS DE OPERACIÓN Y DE FINANCIACIÓN

| FASE | AÑOS PROYECTADOS | | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| NIVEL DE OPERACIÓN | | | | | |
| Materiales directos | 50.351,88 | 52.104,13 | 53.917,35 | 55.793,67 | 57.735,29 |
| Personal Directo | 19.662,58 | 21.663,10 | 22.416,98 | 23.197,09 | 24.004,34 |
| Costos Indirectos de Producción | 55.924,37 | 58.464,86 | 60.267,99 | 61.525,86 | 63.437,66 |
| 1. Costo Directos | 125.938,83 | 132.232,08 | 136.602,31 | 140.516,62 | 145.177,30 |
| Gastos de administración | 22.655,08 | 24.733,72 | 25.520,83 | 25.423,33 | 26.237,67 |
| Gastos de ventas | 23.516,41 | 25.381,48 | 26.156,62 | 26.654,74 | 27.475,27 |
| 2. Gastos Operativos | 46.171,49 | 50.115,20 | 51.677,45 | 52.078,07 | 53.712,94 |
| Costos Operativos (1+2) | 172.110,32 | 182.347,29 | 188.279,76 | 192.594,69 | 198.890,25 |
| Gastos de Financiar (intereses) | 11.013,10 | 11.013,10 | 9.789,42 | 8.565,74 | 7.342,07 |
| Total Gastos Operativos y No Operativos | 183.123,42 | 193.360,39 | 198.069,18 | 201.160,43 | 206.232,32 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Gabriela Arroyo

Año: 2013

5.7 CAPITAL DE TRABAJO – SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA

El saldo de efectivo requerido en caja que necesitará la microempresa en sus cinco años operativos para que sus procesos de producción, administración y ventas, no tengan paralizaciones es de \$14.134 en el primer año de operación y de \$16.365 para el quinto año. El coeficiente de renovación máximo será de 12. Los días de cobertura mínimo son de 30 días.

Cuadro N° 5.25

CAPITAL DE TRABAJO – SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA

| COSTO/GASTO | DÍAS DE COBERTURA | COEFICIENTE DE RENOVACIÓN | AÑOS PROYECTADOS | | | | |
|--|-------------------|---------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | | | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Materiales Directos | 30 | 12 | 4.195,99 | 4.342,01 | 4.493,11 | 4.649,47 | 4.811,27 |
| Personal Directo | 30 | 12 | 1.638,55 | 1.805,26 | 1.868,08 | 1.933,09 | 2.000,36 |
| Costo Indirecto Producción | 30 | 12 | 4.660,36 | 4.872,07 | 5.022,33 | 5.127,15 | 5.286,47 |
| Gastos de Administración | 30 | 12 | 1.887,92 | 2.061,14 | 2.126,74 | 2.118,61 | 2.186,47 |
| Gastos de ventas | 30 | 12 | 1.751,37 | 1.906,79 | 1.971,39 | 2.012,90 | 2.081,27 |
| Saldo de efectivo Requerido en caja | | | 14.134,20 | 14.987,27 | 15.481,65 | 15.841,23 | 16.365,85 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

5.8 CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo contable que requiere la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla para operar sin interrupciones en términos financieros y operativos, tiene que tener los valores proyectados en las diferentes cuentas de activo corriente y pasivo corriente. Los valores se proyectaron en base a comportamiento económico supuesto que tendrá el proyecto los valores se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 5.26
CAPITAL DE TRABAJO

| CONCEPTO | AÑOS PROYECTADOS | | | | |
|---------------------------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| ACTIVOS | | | | | |
| ACTIVOS CORRIENTES | | | | | |
| 1.Caja | 14.134,20 | 14.987,27 | 15.481,65 | 15.841,23 | 16.365,85 |
| 2.Bancos | 53.008 | 93.187 | 136.091 | 181.170 | 228.137 |
| 3.Cuentas por Cobrar | 14.134,20 | 14.987,27 | 15.481,65 | 15.841,23 | 16.365,85 |
| 4. Inventario de materiales directos | 4.195,99 | 4.342,01 | 4.493,11 | 4.649,47 | 4.811,27 |
| 5. Inventario de productos en proceso | 3.151,97 | 3.309,42 | 3.418,81 | 3.516,79 | 3.669,40 |
| 6, Inventario de productos terminados | 6.197,25 | 6.546,28 | 6.761,38 | 6.920,63 | 7.208,90 |
| TOTAL ACTIVOS CORRIENTES | 94.821,60 | 137.359,26 | 181.727,61 | 227.939,35 | 276.558,28 |
| PASIVOS | | | | | |
| PASIVO CORRIENTE | | | | | |
| Cuentas por Pagar | 22.655,08 | 24.733,72 | 25.520,83 | 25.423,33 | 26.237,67 |
| TOTAL PASIVO CORRIENTE | 22.655,08 | 24.733,72 | 25.520,83 | 25.423,33 | 26.237,67 |
| CAPITAL DE TRABAJO | 72.166,52 | 112.625,54 | 156.206,78 | 202.516,02 | 250.320,61 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

5.9 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias proforma que tiene la microempresa operando la producción programada se obtienen una utilidad bruta en ventas en el primer año de \$119.061, una utilidad operativa de \$72.890, lo que origina una utilidad antes de Impuestos de \$61.877. En este primer año después de descontar participación de utilidades a trabajadores e impuesto a la renta que es del 22% según el SRI, se genera una utilidad neta de \$41.024. Para el quinto año proyectado la utilidad neta de \$49.522. Los valores de los otros años se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 5.27
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

| CONCEPTO | AÑOS PROYECTADOS | | | | |
|--|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Ingreso por ventas | 245.000 | 253.526 | 262.349 | 271.478 | 280.926 |
| Menos costo de producción | 125.939 | 132.232 | 136.602 | 140.517 | 145.177 |
| Utilidad Bruta | 119.061 | 121.294 | 125.746 | 130.962 | 135.749 |
| Menos Gastos de Administración | 22.655 | 24.734 | 25.521 | 25.423 | 26.238 |
| Gastos de ventas | 23.516 | 25.381 | 26.157 | 26.655 | 27.475 |
| Utilidad Operacional | 72.890 | 71.179 | 74.069 | 78.884 | 82.036 |
| Costos Financieros | 11.013 | 11.013 | 9.789 | 8.566 | 7.342 |
| Utilidad Antes de Participación | 61.877 | 60.166 | 64.280 | 70.318 | 74.694 |
| 15% Participación de Utilidades | 9.281 | 9.025 | 9.642 | 10.548 | 11.204 |
| Utilidad Antes de Impuesto a la Renta | 52.595 | 51.141 | 54.638 | 59.770 | 63.490 |
| Impuesto a la Renta | 11.571 | 11.251 | 12.020 | 13.149 | 13.968 |
| Utilidad Neta | 41.024 | 39.890 | 42.617 | 46.621 | 49.522 |

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

5.10 FLUJO NETO DE EFECTIVO

El flujo neto de efectivo (Entradas de efectivo menos salidas de efectivo) que tiene el proyecto en su fase de inversión y operación por concepto de ingresos operativos se tiene un valor de \$83.854; una salida total de efectivo de \$31.865, lo que origina un saldo neto de efectivo de \$51.989. El saldo acumulado de efectivo en el quinto año proyectado es de \$221.846. El valor de salvamento o remanente en el último año es de \$69.210 como muestra el siguiente cuadro.

Cuadro N° 5.28
FLUJO NETO DE EFECTIVO

| FASE AÑO | INVERSIÓN 0 | AÑOS PROYECTADOS | | | | | VALOR REMANENTE LIBROS |
|--|-------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------------|
| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | |
| NIVEL DE PRODUCCIÓN | | | | | | | |
| ENTRADAS DE EFECTIVO | | | | | | | |
| 1. Recursos Financieros | 157.330,00 | | | | | | |
| 2. Utilidad Operativa | | 72.889,68 | 71.178,71 | 74.068,94 | 78.883,75 | 82.035,64 | |
| 3. Depreciación | | 10.364,90 | 10.364,90 | 10.364,90 | 8.540,90 | 8.483,90 | |
| 4. Amortización | | 600 | 600 | 600 | 600 | 600 | |
| 5. Valor Remanente en el Ultimo año | | | | | | | 69.210,50 |
| TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO | 157.330,00 | 83.854,58 | 82.143,61 | 85.033,84 | 88.024,65 | 91.119,54 | 69.210,50 |
| SALIDAS DE EFECTIVO | | | | | | | |
| 1. Activos Fijos | 129.330,00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | |
| 2. Capital de Trabajo | 25.000,00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | |
| 3. Activos Pre operativos | 3.000,00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | |
| 4. Costos Financieros | | 11.013,10 | 11.013,10 | 9.789,42 | 8.565,74 | 7.342,07 | |
| 5. Pago a principal | | 0 | 12.236,78 | 12.236,78 | 12.236,78 | 12.236,78 | |
| 6. Impuestos | | 20.852,41 | 20.275,81 | 21.662,20 | 23.697,17 | 25.171,74 | |
| TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO | 157.330,00 | 31.865,51 | 43.525,69 | 43.688,40 | 44.499,69 | 44.750,58 | |
| ENTRADAS MENOS SALIDAS | 0,00 | 51.989,07 | 38.617,92 | 41.345,44 | 43.524,96 | 46.368,96 | 69.210,50 |
| SALDO ACUMULADO DE EFECTIVO (FNE) | 0,00 | 51.989,07 | 90.606,99 | 131.952,43 | 175.477,39 | 221.846,35 | 291.056,85 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

5.11 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es un instrumento similar al flujo neto de efectivo y su interpretación es válida desde el punto de vista contable y financiero, ya que es un instrumento que permite conocer el comportamiento y la proyección de fuentes y usos en efectivo, con la finalidad de prever su origen y aplicación:

Cuadro N° 5.29
FLUJO DE CAJA

| CONCEPTO | INVERSIÓN | AÑOS PROYECTADOS | | | | |
|-------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 0 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| A. Ingresos Operativos | | 245.000,00 | 253.526,00 | 262.348,70 | 271.478,44 | 280.925,89 |
| Recuperación Por ventas | | 245.000,00 | 253.526,00 | 262.348,70 | 271.478,44 | 280.925,89 |
| B. Egresos Operacionales | | 172.110,32 | 182.347,29 | 188.279,76 | 192.594,69 | 198.890,25 |
| Costo de Operación | | 125.938,83 | 132.232,08 | 136.602,31 | 140.516,62 | 145.177,30 |
| Gastos de Administración | | 22.655,08 | 24.733,72 | 25.520,83 | 25.423,33 | 26.237,67 |
| Gastos de Ventas | | 23.516,41 | 25.381,48 | 26.156,62 | 26.654,74 | 27.475,27 |
| C. Flujo Operacional (A-B) | | 72.889,68 | 71.178,71 | 74.068,94 | 78.883,75 | 82.035,64 |
| D. Ingresos no Operacionales | | | | | | |
| Depreciación y amortización | | 10.964,90 | 10.964,90 | 10.964,90 | 9.140,90 | 9.083,90 |
| Recursos Financieros | 157.330,00 | | | | | |
| E. Egresos no Operacionales | | 31.865,51 | 43.525,71 | 43.688,42 | 44.499,71 | 44.750,60 |
| Pago de Intereses | | 11.013,10 | 11.013,10 | 9.789,42 | 8.565,74 | 7.342,07 |
| Pago de Capital – Crédito | | 0 | 12.236,80 | 12.236,80 | 12.236,80 | 12.236,80 |
| Pago de Participación de Utilidades | | 9.281,49 | 9.024,84 | 9.641,93 | 10.547,70 | 11.204,04 |
| Pago de Impuestos | | 11.570,92 | 11.250,97 | 12.020,27 | 13.149,47 | 13.967,70 |
| Adquisición de Activos Fijos | 157.330,00 | | | | | |

| | | | | | | |
|--|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Terreno | 12.000,00 | | | | | |
| Construcción civil | 56.130,00 | | | | | |
| Maquinaria y equipos de producción | 30.300,00 | | | | | |
| Muebles y enseres producción | 8.700,00 | | | | | |
| Muebles y enseres administrativo | 2.800,00 | | | | | |
| Muebles y enseres de ventas y distribución | 1.200,00 | | | | | |
| Equipos de informática de producción | 1.900,00 | | | | | |
| Equipos de informática de administración | 2.850,00 | | | | | |
| Equipos de informática de ventas | 950 | | | | | |
| Vehículo | 12.500,00 | | | | | |
| Capital de trabajo | 25.000,00 | | | | | |
| Activos preoperativos | 3.000,00 | | | | | |
| F. Flujo no Operacional (D-E) | | -20.900,61 | -32.560,81 | -32.723,52 | -35.358,81 | -35.666,70 |
| G. Flujo Neto Generado (C+F) | | 51.989,07 | 38.617,90 | 41.345,42 | 43.524,94 | 46.368,94 |
| H. Saldo Inicial de Caja | | 0 | 51.989,07 | 90.606,99 | 131.952,43 | 175.477,39 |
| I. Saldo Final de Caja (G+H) | | 51.989,07 | 90.606,97 | 131.952,41 | 175.477,37 | 221.846,34 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Gabriela Arroyo

Año: 2013

5.12 BALANCE PROFORMA

En el balance proforma se puede encontrar la posición financiera que tendrá la microempresa en su fase de inversión y operacional. En el balance se determina que en el primer año los activos corriente son de \$94.821; en activos fijos \$118.965 y en activos diferidos \$2.400; teniendo un total de activos de \$216.755. En pasivos corrientes en este mismo año se tendrá \$22.655, en pasivo a largo plazo \$110.131 dando un total de pasivos \$132.786. En patrimonio y capital \$83.969 lo que origina un total de pasivos más patrimonio de \$216.755. El balance proforma para los cinco años considerados en el análisis, se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 5.30

BALANCE INICIAL Y PROYECTADO

| DETALLE | INICIAL | AÑOS PROYECTADOS | | | | |
|---------------------------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| NIVEL DE OPERACIÓN | | | | | | |
| ACTIVOS | | | | | | |
| A. CORRIENTE | | | | | | |
| 1.Caja | | 14.134,20 | 14.987,27 | 15.481,65 | 15.841,23 | 16.365,85 |
| 2.Bancos | 25.000,00 | 53.008,00 | 93.187,00 | 136.091,00 | 181.170,00 | 228.137,00 |
| 3.Cuentas por Cobrar | | 14.134,20 | 14.987,27 | 15.481,65 | 15.841,23 | 16.365,85 |
| 4. Inventario de materiales directos | | 4.195,99 | 4.342,01 | 4.493,11 | 4.649,47 | 4.811,27 |
| 5. Inventario de productos en proceso | | 3.151,97 | 3.309,42 | 3.418,81 | 3.516,79 | 3.669,40 |
| 6, Inventario de productos terminados | | 6.197,25 | 6.546,28 | 6.761,38 | 6.920,63 | 7.208,90 |
| TOTAL ACTIVOS CORRIENTES | 25.000,00 | 94.821,60 | 137.359,26 | 181.727,61 | 227.939,35 | 276.558,28 |
| A. FIJOS | | | | | | |
| Terreno | 12.000,00 | 12.000,00 | 12.000,00 | 12.000,00 | 12.000,00 | 12.000,00 |
| Construcción civil | 56.130,00 | 54.446,10 | 52.762,20 | 51.078,30 | 49.394,40 | 47.710,50 |
| Maquinaria y equipos de producción | 30.300,00 | 27.270,00 | 24.240,00 | 21.210,00 | 18.180,00 | 15.150,00 |

| | | | | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Muebles y enseres producción | 8.700,00 | 7.830,00 | 6.960,00 | 6.090,00 | 5.220,00 | 4.350,00 |
| Muebles y enseres administrativo | 2.800,00 | 2.520,00 | 2.240,00 | 1.960,00 | 1.680,00 | 1.400,00 |
| Muebles y enseres de ventas y distribución | 1.200,00 | 1.080,00 | 960,00 | 840,00 | 720,00 | 600,00 |
| Equipos de informática de producción | 1.900,00 | 1.273,00 | 646,00 | 19,00 | 0,00 | 0,00 |
| Equipos de informática de administración | 2.850,00 | 1.909,50 | 969,00 | 28,50 | 0,00 | 0,00 |
| Equipos de informática de ventas | 950,00 | 636,50 | 323,00 | 9,50 | 0,00 | 0,00 |
| Vehículo | 12.500,00 | 10.000,00 | 7.500,00 | 5.000,00 | 2.500,00 | 0,00 |
| TOTAL ACTIVOS FIJOS | 129.330,00 | 118.965,10 | 108.600,20 | 98.235,30 | 89.694,40 | 81.210,50 |
| A. DIFERIDOS | | | | | | |
| 13.Gastos Pre operativos | 3.000,00 | 2.400,00 | 1.800,00 | 1.200,00 | 600,00 | 0,00 |
| TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS | 3.000,00 | 2.400,00 | 1.800,00 | 1.200,00 | 600,00 | 0,00 |
| TOTAL DE ACTIVOS | 157.330,00 | 216.186,70 | 247.759,46 | 281.162,91 | 318.233,75 | 357.768,78 |
| PASIVOS | | | | | | |
| P. CORRIENTE | | | | | | |
| 14.Cuentas por Pagar | | 22.655,08 | 24.733,72 | 25.520,83 | 25.423,33 | 26.237,67 |
| Pasivo a Largo Plazo | | | | | | |
| 15.Préstamo | 110.131,00 | 110.131,00 | 97.894,22 | 85.657,44 | 73.420,67 | 61.183,89 |
| TOTAL PASIVOS | 110.131,00 | 132.786,08 | 122.627,94 | 111.178,27 | 98.844,00 | 87.421,56 |
| PATRIMONIO | | | | | | |
| 16.Capital Social | 47.199,00 | 42.376,45 | 85.241,72 | 127.367,31 | 172.768,91 | 220.825,37 |
| 17.Utilidad | 0 | 41.024,17 | 39.889,80 | 42.617,32 | 46.620,84 | 49.521,84 |
| TOTAL PATRIMONIO | 47.199,00 | 83.400,62 | 125.131,52 | 169.984,64 | 219.389,75 | 270.347,22 |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 157.330,00 | 216.186,70 | 247.759,46 | 281.162,91 | 318.233,75 | 357.768,78 |

Fuente: Investigación directa
Elaborado: Gabriela Arroyo
Año: 2013

5.13 EVALUACIÓN FINANCIERA

5.13.1 Cálculo del Costo de Oportunidad de la Inversión (CK)

El costo de capital del proyecto considero, la inversión total y sus fuentes de financiamiento. Para su cálculo se consideró la tasa promedio anual de inflación del año 2013 que es de 3.48% y la tasa activa del 10%, la tasa pasiva del 5%. Para su cálculo se utilizó el siguiente procedimiento:

Cuadro N° 5.31
COSTO DE OPORTUNIDAD

| Descripción | Valor | % | Tasa de (%) ponderación | Valor ponderado |
|--------------------------|----------------|------------|----------------------------|--------------------|
| Capital Propio | 47.199 | 30 | 5 | 150,00 |
| Capital Financiado – CFN | 110.131,00 | 70 | 10 | 700,00 |
| Total | 157.330 | 100 | 15 | 850,00 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Gabriela Arroyo
Año: 2013

$$CK = 850/100 = 8.50\%$$

$$Td = 8.50 + 3.48\% = 12\%$$

El costo de oportunidad (CK) el costo de oportunidad o la tasa de descuento del proyecto es de 12%.

5.13.2 Valor Actual Neto (VAN)

El criterio de análisis debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos los flujos netos que genera el proyecto en relación a la inversión inicial actualizada a la misma tasa.

$$VAN = - \text{Inversión Inicial} + \sum FCN_{(i)}$$

Dónde:

FCN = Flujo de Caja Neto Proyectado

i = Tasa de redescuento (12%)

n = Tiempo de proyección (5 años)

$$VAN_{(12\%)} = -I_0 + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN_{(12\%)} = -157.330 + \frac{53.553}{(1+0.12)^1} + \frac{40.179}{(1+0.12)^2} + \frac{42.903}{(1+0.12)^3} + \frac{45.079}{(1+0.12)^4} + \frac{116.117}{(1+0.12)^5}$$

$$VAN = -157.330 + 199.990$$

$$VAN = 42.660$$

El Valor Presente Neto del proyecto a una tasa de interés (i) o redescuento del 12%, rinde el 12% anual en términos constantes y en adición generará una rentabilidad en unidades monetarias actuales de \$ 42.660 por lo que se justifica la inversión del proyecto desde éste punto de vista financiero.

5.13.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Con los datos obtenidos en el cuadro de flujos netos de efectivo se procedió a calcular la TIR, considerando la inversión inicial del proyecto y aplicando la siguiente ecuación:

$$TIR = - P + FCN_{(i)} = 0$$

El cálculo de la TIR será igual a

$$P = \sum FCN_{(i)}$$

$$0 = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

La “i” que satisface la ecuación es la TIR

TIR = 22%

La “i” que satisface la ecuación es 0.22 que equivale al TIR del 22% del proyecto. Interpretando el resultado se tiene, que la inversión inicial es de \$157.330 y genera una rentabilidad anual del 22% que supera al costo de oportunidad (CK= 12%) en 10%.

5.13.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Para determinar el periodo de recuperación de la inversión se consideró los Flujos Netos de Efectivo producidos por la empresa, actualizados a una tasa de redescuento del 12% en relación a la inversión inicial que requiere el proyecto.

$$PRI = \sum FCN_{(12\%)} = \text{Inversión Inicial}$$

Cuadro N° 5.32

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

| AÑOS | INVERSIÓN | FNE | FNE ACTUALIZADO | PRI |
|--------------|------------|------------|-------------------|--------------------------|
| 0 | 157.330,00 | | | 4 años, 4 meses y 8 días |
| 2013 | | 51.989,07 | 46.427,10 | |
| 2014 | | 38.617,92 | 30.796,97 | |
| 2015 | | 41.345,44 | 29.444,64 | |
| 2016 | | 43.524,96 | 27.680,67 | |
| 2017 | | 115.579,46 | 65.641,48 | |
| TOTAL | | | 199.990,85 | |

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Gabriela Arroyo

Año: 2013

5.13.5 Relación Beneficio / Costo

La relación beneficio / costo del proyecto considerando una tasa de redescuento del 12% es el cociente que resulta de dividir los Flujos de Caja Netos proyectados actualizados a la tasa de interés manifestada y dividida para la inversión inicial del proyecto. La ecuación usada es la siguiente:

$$R\ B/C = \frac{\sum FNE_{(12\%)}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$R\ B/C = \frac{199.990}{157.330} = 1.27$$

Cuadro N° 5.33
BENEFICIO COSTO

| AÑOS | INVERSIÓN | FNE | FNE ACTUALIZADO | B/C |
|--------------|------------|------------|-------------------|------|
| 0 | 157.330,00 | | | 1,27 |
| 2013 | | 51.989,07 | 46.427,10 | |
| 2014 | | 38.617,92 | 30.796,97 | |
| 2015 | | 41.345,44 | 29.444,64 | |
| 2016 | | 43.524,96 | 27.680,67 | |
| 2017 | | 115.579,46 | 65.641,48 | |
| TOTAL | | | 199.990,85 | |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Gabriela Arroyo
Año: 2013

Al aplicar la ecuación se obtiene que el B/C de 1.27 que el proyecto es atractivo desde este punto de vista, con un retorno de 1.27 por cada dólar invertido.

5.14 PUNTO DE EQUILIBRIO

En base al programa operativo proforma y a los presupuestos de ingresos y egresos totales se procedió a determinar el punto de equilibrio o producción mínima económica que tendrá la empresa en los cinco años proyectados. El punto de equilibrio en el primer año proforma es de \$117.672 y para el quinto año proyectado \$126.351.

$$PE_s = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

CF = Costos Fijos
CV = Costos Variable
V= Ventas

Cuadro N° 5.34
PUNTO DE EQUILIBRIO

| CONCEPTO | AÑOS PROYECTADOS | | | | |
|-------------------------------|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Ingreso por ventas | 245.000 | 253.526 | 262.349 | 271.478 | 280.926 |
| Costos Totales | 183.123 | 193.360 | 198.069 | 201.160 | 206.232 |
| Costos Variable | 125.939 | 132.232 | 136.602 | 140.517 | 145.177 |
| Costos fijos | 57.185 | 61.128 | 61.467 | 60.644 | 61.055 |
| Punto de equilibrio \$ | 117.672 | 127.769 | 128.240 | 125.712 | 126.351 |

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

CAPÍTULO VI

6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1 LA EMPRESA

6.1.1 Aspectos Legales de la Microempresa

Para el funcionamiento de la microempresa, se basará en las leyes y reglamentos que rigen las actividades productivas y comerciales, entre ellas más importantes están:

- Constitución de la sociedad de hecho.
- Ubicación del domicilio legal.
- Nombramiento de un gerente de la microempresa.
- Nombramiento de un secretario de la organización.
- Registro de la empresa en la Cámara de Comercio de Ibarra.
- Inscripción ante la Asociación de Industriales Licoreras del Ecuador.
- Inscripción ante la autoridad tributaria.
- Registro del dominio del Internet.
- Apertura de cuenta bancaria

6.1.1.1 Ley de Régimen Tributario

La microempresa se regirá a los reglamentos y normativas que actualmente se encuentran vigentes en el país, los cuales son regulados por el SRI. La microempresa deberá aplicar los siguientes pasos para estar sujeto a la Ley:

- **Obtener el RUC:** El propietario o gerente de la microempresa deberá acercarse a obtener el Registro Único del Contribuyente en el SRI antes del inicio de las actividades operativas y de comercialización de la organización en un plazo máximo de treinta días.

- **Impresión y Emisión de Facturas o Notas de Venta:** Para que la microempresa realice sus actividades económicas será necesario que se confeccione los libretines de facturas respectivos de ventas, documento que debe ser elaborado en imprentas autorizadas por el SRI.
- **Llevar Registros Contables o Ingresos y Egresos:** Como toda microempresa tendrá la obligación de llevar un registro de ingresos y egresos o la contabilidad, dependiendo de los montos establecidos por la entidad nominadora SRI. Todos los movimientos económicos y financieros que tendrá el negocio se generarán a través de la emisión de facturas o notas de venta.
- **Presentar Declaraciones:** La microempresa tendrá la obligación de presentar:
 - Declaraciones mensuales de Impuesto al Valor Agregado (IVA) por la transacción financiera que realiza en el mes, en los formatos establecidos por el SRI (104 ó 104A).
 - La declaración del impuesto a la renta del periodo económico anterior, que es el resultado de la diferencia entre los ingresos obtenidos menos los egresos que sirviera para operar la empresa. Para la declaración del impuesto a la renta se utilizará el formulario establecido por el SRI (101 ó 102).

Todas las declaraciones deben de realizarse en un tiempo máximo de presentación, establecidos de acuerdo al noveno dígito del RUC.

6.1.1.2 Ordenanzas Municipales

La microempresa se ajustará a las ordenanzas respectivas en cuanto al cambio de uso de suelo que requiere para obtener el permiso definitivo para la construcción de la obra civil de la microempresa, además al cumplimiento

de la patente municipal de funcionamiento en la categoría de empresas de producción y comercialización de bebidas alcohólicas de tipo aperitivas, por lo que se obtendrá los requisitos que exige este tipo de norma jurídica del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Ibarra. Los documentos a legalizar son los siguientes;

- Patente Municipal
- Impuesto al Capital en Giro.
- Impuesto Predial. .
- Impuesto al Rodaje de Vehículos.

6.2 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

6.2.1 Tipo de Empresa

La microempresa será una unidad económica que actúa como factor dinámico en el proceso de producción y comercialización de mistelas de uvilla, mediante la forma de una sociedad agroindustrial. La microempresa se constituirá como Sociedad Anónima estará constituida por un fondo común dividido en acciones, con domicilio en la ciudad de Ibarra. Los socios y accionistas serán los responsables solo por el monto que les corresponde y será administrado por un directorio y un gerente nombrado por los accionistas de la organización. La microempresa dispondrá de un capital social inicial de USD 157.300 dividido en cinco acciones ordinarias de valor nominal de USD 31.460.

6.2.2 Nombre o Razón Social de la Empresa.

| | |
|-----------------------------------|--|
| Razón social: | “Agroindustria La Estación S.A. ” |
| Competencia de la empresa: | Producción y comercialización de bebidas alcohólicas tipo aperitivas denominadas mistelas de frutas. |
| Nombre de producto: | Mistelas La Estación |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Gabriela Arroyo

Año: 2013

6.2.3 Misión

“Ser la agroindustria licorera líder en la producción y comercialización de mistelas de uvilla en la región norte de país brindando a nuestros clientes productos competitivos satisfaciendo las expectativas de los clientes en calidad y servicio de distribución y ventas.”

6.2.4 Visión

“En los próximos cinco años contar con una red de distribuidores a nivel nacional integrado con estrategias de mercadeo brindando a nuestros clientes un posicionamiento competitivo de la mistela de uvilla, fundamentados en la constante creación de productos innovadores, sustentables y de calidad,”

6.2.5 Políticas

Respecto a las políticas que deberá tomar la empresa son:

6.2.5.1 Políticas de Organización de Recursos Humanos

Fundamentado en el análisis de la planificación y ubicación de los recursos humanos por competencias, por lo cual se diseñarán los puestos o cargos de acuerdo al organigrama de procesos. Dentro de esta política se efectuará el análisis y descripción de puestos a través del levantamiento de competencias.

6.2.5.2 Política de Integración de Recursos Humanos

Encontrar el desempeño óptimo del talento humano, en función a las competencias de los puestos de trabajo.

6.2.5.3 Política de Desarrollo de Recursos Humanos

Enmarcado en el principio de la gestión de la optimización del uso de los recursos organizacionales.

6.2.5.4 Política de Mejoramiento Continuo

Diseñar y ejecutar planes de mejoramiento continuo de los procesos de producción y de comercialización.

6.2.5.5 Políticas de Investigación y Desarrollo e Innovación

Desarrollar programas que faciliten el crecimiento cualitativo de los procesos de producción y comercialización.

6.2.5.6 Política de Gestiona Ambiental.

Establecer un sistema de gestión ambiental en la empresa con la finalidad de ajustarse a los reglamentos, normativas y procedimientos ambientales.

6.2.6 Objetivos Organizacionales

- Producir productos de calidad bajo los parámetros de la norma INEN 2456 2008.
- Disponer de personal competente en un ambiente seguro, con capacidad de tomar decisiones que aseguren la efectividad de la cadena de valor de la empresa.
- Actualizar e incorporar tecnologías que faciliten la gestión de los procesos.
- Contar con medidas proactivas de que aseguren sostenibilidad.
- Encontrar nuevos mercados de distribuidores a nivel regional y nacional.

- Manejar la seguridad y sanidad del producto dentro de la cadena global de suministros.
- Fomentar la efectividad de los programas de seguridad industrial y salud ocupacional.
- Desarrollar indicadores de desempeño clave y metas en el área de producción y comercialización.
- Cumplir con las metas de ventas que aseguren la rentabilidad de la empresa.
- Caracterizar los procesos y procedimientos de la empresa, en el marco del diseñar e implementar los mecanismos necesarios para el fortalecimiento de la comunicación tanto interna como externa para ofrecer un mejor servicio. a los clientes
- Fortalecer las competencias y atender los requerimientos en cuanto al patrimonio humano para garantizar la respuesta efectiva y segura de las operaciones.
- Obtener infraestructura, equipos y maquinaria necesarios para la producción adecuada y oportuna satisfacer al cliente.
- Atender con oportunidad los requerimientos de los distribuidores asegurando la disponibilidad del producto.
- Aplicar estrategias de manejo del sistema de gestión ambiental con la finalidad de cumplir con las normativas y reglamentos ambientales.

6.2.7 Valores Corporativos

La cultura organizativa se basara en los siguientes valores:

- **Equidad.-** La microempresa promulgara en su accionar el acceso a sus productos a todo los segmentos de mercado con tratamiento comercial de calidad.

- **Honestidad.-** La microempresa encuentra en la verdad su máxima expresión. Todas sus actuaciones se desarrollarán en un ambiente de ética, honestidad, confianza y armonía garantizando respaldo, seguridad y credibilidad.
- **Capacitación.-** Toda persona activa dentro de la empresa puede superarse a medida que actúa, se capacita y se esfuerza.
- **Competencia.-** Hacer el trabajo cumpliendo objetivos, reduciendo costos, obteniendo el máximo rendimiento de los recursos con los que cuenta la empresa.

6.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura orgánica de la microempresa Agroindustria La Estación S.A. contiene los siguientes niveles:

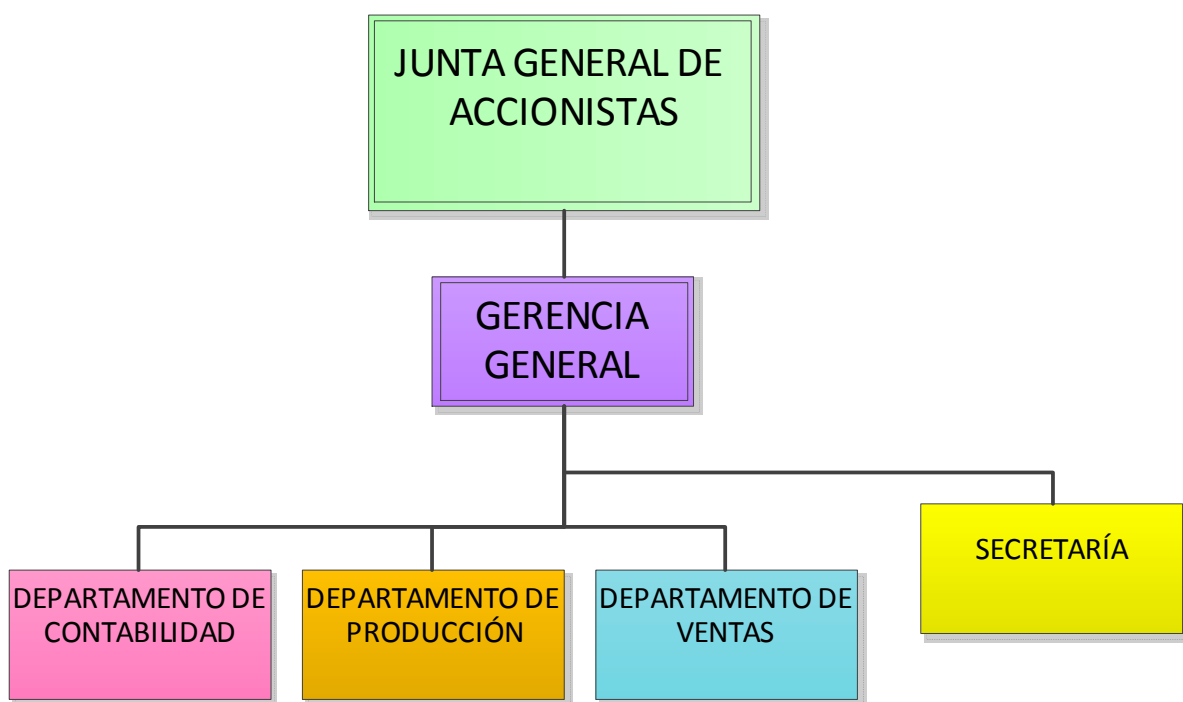
- Primer nivel: Proceso directivo o gobernante;
- Segundo nivel: Procesos de realización o agregados de valor
- Tercer nivel: Procesos de soporte o de apoyo.

Esta filosofía de estructura organizacional se fundamentó en la administración por procesos partiendo de la cadena de valor y conociendo que la estrategia se ejecutará a través de procesos que potenciará la gestión moderna y eficiente de la microempresa, lo cual se constituirá en una herramienta básica y necesaria para una incursión tecnológica que permita la información de los procesos relevantes y agregados de valor de la organización con un enfoque de mejoramiento continuo, que permitirá un uso efectivo, eficiente, eficaz de talento humano y los recursos organizacionales.

El organigrama estructural que tendrá la microempresa tiene como objetivo describir las necesidades del talento humano que se requiere para los

procesos de producción, administración y comercialización de la mistela de uvilla, para garantizar un adecuado desarrollo organizacional y de gestión. El organigrama estructural propuesto para la empresa es el siguiente:

Gráfico N° 6.1
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Fuente: Observación directa.
Elaborado por: Gabriela Arroyo
Año: 2013

6.3.1 Descripción de Áreas Funcionales

En el organigrama, se tiene los siguientes órganos de dirección:

- La Junta General de Accionistas será el organismo de nivel ejecutivo de la microempresa. Estará constituido por los socios de la microempresa y serán los responsables de la conducción de la misma hacia la

consecución de sus objetivos y metas que es la producción y comercialización de mistelas de uvilla. Las funciones principales serán:

- Elaborar reglamentos internos y normativas
 - Elaborar la planificación Estratégica de la organización
 - Formular los Planes Operativos Anuales, los Planes Anuales de Compras con la gerencia y el equipo de talento humano integrador para su aprobación
 - Desarrollar los reglamentos y normativas de los procesos en concordancia con las políticas y objetivos corporativos
 - Legislar las políticas que deben ser encaminadas en la organización
- La Gerencia General, es la responsable de poner en práctica la política establecida por los accionistas de la microempresa. Las funciones básicas serán:
 - Planeación, organización y control de la organización, responsabilidades y derechos que se determinen en los estatutos de la misma.
 - Gestionará las tres áreas, Producción, Administración Financiera Contable y Mercadeo o Ventas.
 - Sera el representante legal de la empresa, el responsable de la marcha operativa, administrativa financiera comercial,
 - Velará por el cumplimiento de las políticas reglamentos y objetivos de la organización.
 - El Área de Producción, su función principal será la de planear, organizar, dirigir y controlar las actividades relativas a las operaciones, procesos productivos de la organización, dentro de la política y presupuesto previamente estipulado y aprobado por la Gerencia General, así mismo tendrá a su cargo el personal operativo que conforma la mano de obra directa. Otras de las funciones serán:

- El ciclo de desarrollo del producto a través de las de diseño, desarrollo y producción.
- Planificación de la calidad durante el proceso de diseño y la aplicación de los procesos de producción verificando las medidas de fiabilidad en relación al programa de calidad.
- El Área Financiera Contable, dedicada a las funciones que involucre:
 - Contabilidad de la empresa, evolución de los presupuestos y Estados Financieros, costos de producción, crédito, cobros, pagos, entre otros
 - Realizar los roles de pago mensuales del talento humano de la empresa y proceder a su pago
 - Cancelar al IESS los aportes de los trabajadores de la organización
 - Realizará las actividades de agente de retención y procederá al pago de impuestos respectivos y otros de la empresa.
- El Área de Mercadotecnia o Ventas, será responsable de gestionar las funciones de posicionamiento de la empresa y del producto en el mercado meta, adicionalmente tendrá las siguientes responsabilidades:

Cuadro N° 6.1
DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

| NOMBRE DEL CARGO | FUNCIONES RELEVANTES | CANT. | REQUISITOS |
|-------------------------|--|--------------|---|
| Gerente | <ul style="list-style-type: none"> a. Aprobar programas y presupuestos b. Interpretar estados financieros c. Revisar y analizar estadísticas d. Formular planes operativos e. Estructurar las políticas y los objetivos cooperativos f. Elaborar informes para el directorio | 1 | <ul style="list-style-type: none"> a. Título universitario en ingeniería. b. Cinco años de experiencia en cargos similares. c. Manejo de paquetes informáticos |
| Jefe de producción | <ul style="list-style-type: none"> a. Administrar los procesos b. Solucionar los problemas de producción c. Programar la producción de la empresa. d. Proponer cultura organizacional e. Controlar al personal de producción. | 1 | <ul style="list-style-type: none"> a. Ingeniero Industria/ agroindustria. b. Dos años de experiencia en procesos de producción de barras energéticas. |
| Secretaria | <ul style="list-style-type: none"> a. Elaboración de documentos interna y externa de la empresa. b. Manejo de archivo. c. Manejo de correspondencia. d. Atención al público e. Procesos de referencia a su cargo. | 1 | <ul style="list-style-type: none"> a. Título de secretariado b. Manejo de paquetes de información. c. Dos años de experiencia. |
| Contadora | <ul style="list-style-type: none"> a. Llevar la contabilidad. b. Elaboración de informes financieros. c. Procesos de tributación de la empresa. d. Elaborar con la gerencia los presupuestos. e. Manejo de la información contable en general | 1 | <ul style="list-style-type: none"> a. Título de universitario en contabilidad. b. Manejo de paquetes contables. |
| Operadores | <ul style="list-style-type: none"> a. Manejo de maquinaria en los procesos de producción respectivos. b. Realizar el proceso pertinente según el diagrama. c. Realizar actividades que corresponden a los procesos de producción. | 4 | <ul style="list-style-type: none"> a. Titulo bachiller b. Dos años de experiencia en cargos similares |

| | | | |
|----------------|---|-----------|---|
| Bodeguero | <ul style="list-style-type: none"> a. Realizar la recepción y almacenamiento de materias primas, productos en procesos y de producción terminado. b. Mantener un control efectivo del inventario. c. Controlar los inventarios en relación al calendario de producción. d. Control de orden de limpieza del área de producción. | 1 | <ul style="list-style-type: none"> a. Título de Bachiller b. Experiencia en cargos similares. c. Manejo de paquetes informáticos d. Manejo de inventarios |
| Jefe de ventas | <ul style="list-style-type: none"> a. Relaciones con el portafolio de distribuidores. b. Mantener lotes de pedido de distribuidores. c. Impulso de planes de promoción y de publicidad. d. Elaborar informes técnicos respecto a la distribución, ventas. | 1 | <ul style="list-style-type: none"> a. Título en Ingeniero de marketing b. Experiencia en cargos similares. c. Manejo de portafolio de distribución de producto similares |
| Vendedor | <ul style="list-style-type: none"> a. Integrar planes estratégicos de venta con empresas privadas y públicas. b. Elaborar planes de ventas. c. Elaborar reportes de ventas y recaudación a la gerencia. | 2 | <ul style="list-style-type: none"> a. Título en ingeniero de marketing. b. Experiencia en cargos similares. |
| TOTAL | | 12 | |

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Gabriela Arroyo

Año: 2013

EL modelo de gestión organizacional por procesos se fundamenta en la implementación de buenas prácticas operativas, administrativas y de comercialización a la vez que permitirá identificar y planificar los subprocesos de producción o de realización, los de apoyo en condiciones controladas según las especificaciones del manual de operaciones respectivas y el plan de inspecciones. Todos los parámetros de los procesos de producción serán llevados a cabo en condiciones controladas, según lo especificado en los manuales de procesos y la política de calidad de la microempresa.

6.4 IMAGEN CORPORATIVA DE LA MICROEMPRESA

6.4.1 Producto



6.4.2 Uniforme

Identificación



6.4.3 Tarjeta de Presentación



6.4.4 Fachada



6.4.5 Hojas Membretadas



Dir.: Los Ceibos Río Quinde 324 Telf.: 062458798
Ibarra - Ecuador

CAPÍTULO VII

7 IMPACTOS O EFECTOS DEL PROYECTO

7.1 IMPACTOS

La evaluación de impactos tiene como objetivos; Identificar las interacciones ambientales negativas o positivas de las actividades pre-operativas (construcción de obras civiles de la empresa.) y de los procesos operativos industriales y como estos podrían causar sobre el conjunto de factores y recursos ambientales presentes en la zona de influencia del proyecto de producción y comercialización de mistela de uvilla así como evaluar y calificar los impactos ambientales negativos o positivos de los procesos pre-operativos y operativos de la empresa que producirá sobre el entorno natural y humano.

La metodológica para validar los impactos positivos y negativos que posiblemente generará la empresa se base en los siguientes parámetros:

Cuadro N° 7.1

VALORACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA

| Valoración cualitativa | Valoración cuantitativa |
|-------------------------------|--------------------------------|
| Muy alto | 5 |
| Alto | 4 |
| Medio | 3 |
| Bajo | 2 |
| Muy bajo | 1 |
| Indiferente | 0 |

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Gabriela Arroyo

La calificación de los impactos medidos puede tener valores positivos o negativos de los indicadores según, la magnitud y la valoración subjetiva aplicada. Para sistematizar la evaluación se procedió a elaborar matrices para cada uno de los impactos positivos y negativos

7.1.1 Impactos Positivos

7.1.1.1 Impactos Económicos

Los indicadores de impacto económico que tiene el proyecto tiene relación con la asociatividad como eje fundamental para el desarrollo productivo de los cultivadores de uvilla del cantón Ibarra y la provincia de Imbabura así como el mejoramiento de la cadena productiva de la uvilla Otro indicadores representativos son, aprovechar las capacidades locales mediante la unión de esfuerzos y la creación de sinergias entre los actores. Generar alianzas estratégicas entre la empresa de producción y comercialización para que exista un equilibrio entre productores y compradores Esto requerirá de una estrategia orientada a la generación de confianza – colaboración y gestión socio- organizativa.

Cuadro N° 7.2
MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

| Indicadores | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | TOTAL |
|---|----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|
| - Asociatividad de los cultivadores de uvilla | | | | x | | 4 |
| - Aprovechamiento de las capacidades locales | | | | x | | 4 |
| - Beneficio /costo de la inversión económica del proyecto | | | | | x | 5 |
| - Integración de nueva unidad económica microempresarial en la ciudad de Ibarra. | | | | | x | 5 |
| - Crear diez puestos de trabajo directos y fortalecer las fuentes de empleo rural | | | | X | | 4 |
| - Márgenes de rentabilidad generada por la empresa | | | | X | | 4 |
| Total | 0 | 0 | 0 | 16 | 10 | 26 |

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Gabriela Arroyo

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{26}{6} = 4,33 \text{ Positivo alto}$$

El valor cuantitativo de este impacto es de 4.33 que significa impacto positivo “Alto”. Un impacto significativo para la empresa porque la inversión ejecutada tendrá los reportes de rentabilidad esperados. Se pretende obtener una rentabilidad operativa que maximice las utilidades planeadas en las diferentes áreas organizacionales. A la vez se pretende generar fuentes de trabajo en el sector rural del cantón Ibarra, que permita el desarrollo económico del sector agrícola del cultivo de uvilla.

7.1.1.2 Impacto Comercial o de Mercado

Los indicadores propuestos en este componente describen las relaciones de mercado que podrá tener la microempresa , con el mercado meta que son las empresas de distribuidores e importadores de licores en general del país y los supermercados y licorerías de la ciudad de Ibarra y la región norte del mismo .

Cuadro N° 7.3

MATRIZ DE IMPACTO COMERCIAL O DE MERCADO

| Indicadores | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | TOTAL |
|---|----------|----------|----------|-----------|----------|--------------|
| - Demanda de mistelas de frutas especialmente de uvilla | | | | x | | 4 |
| - Mercado de potenciales clientes que tienen preferencia por la mistela de uvilla . | | | x | | | 3 |
| - Alta posibilidad de posicionamiento en el mercado | | | | | x | 5 |
| - Fortalecer la comercialización de bebidas de bajo nivel de alcohol. | | | | x | | 4 |
| - Posicionamiento de la mistela de uvilla en el mercado meta a nivel local, regional y nacional | | | x | | | 3 |
| - Mejorar la comercialización de mistelas de frutas exóticas del medio | | | | x | | 4 |
| - Innovación de nuevas bebidas combinadas a base de frutas | | | | x | | 4 |
| - Posicionar en el mercado productos innovadores en la categoría de mistelas de frutas | | | x | | | 3 |
| Total | 0 | 0 | 9 | 16 | 5 | 30 |

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Gabriela Arroyo

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{30}{8} = \mathbf{3,75} \text{ Positivo medio}$$

El valor cuantitativo de este impacto es de 3.75 que significa impacto positivo “Medio”

Este impacto es positivo para la implementación de la empresa ya que ofertará una bebida nueva en el mercado en la categoría de bebidas alcohólicas combinadas de tipo aperitivas como es la mistela de uvilla.

7.1.1.3 Impacto Empresarial

Cuadro N° 7.4

MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL

| Indicadores | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | TOTAL |
|---|----------|----------|----------|-----------|----------|--------------|
| - Desarrollo de la microempresa en la ciudad de Ibarra | | | x | | | 3 |
| - Generación de desarrollo microempresarial | | | | x | | 4 |
| - Aplicación de modelos de gestión microempresarial. | | | x | | | 3 |
| - Implementación de Cultura de emprendimiento microempresarial | | | | x | | 4 |
| - Desarrollar Cultura organizacional de gestión por procesos | | | | x | | 4 |
| - Emprendimiento de unidades micro empresariales agroindustriales | | | | | x | 5 |
| Total | 0 | 0 | 6 | 12 | 5 | 23 |

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Gabriela Arroyo

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{n} = \frac{23}{6} = \mathbf{3,83} \text{ Positivo medio}$$

El impacto empresarial es de 3.83 puntos que equivale a impacto positivo medio, considerando los indicadores de desarrollo empresarial, generación de estrategias que fundamenten la integración a fin de

alcanzar comportamientos de calidad eficiencia, eficacia sobre el principio de uso racional de los recursos organizacionales.

7.1.1.4 Impacto Social

Los impactos sociales que generará el proyecto son internos y externos. Los internos están representados por la integración de diez puestos de trabajo directos, y por el mejoramiento económico y de calidad de vida del talento humano que laborará en la misma. El impacto social externo es entregar al consumidor que tiene preferencias de bebidas alcohólicas de bajo concentración tipo aperitivo como es la mistela de uvilla que está elaborada de acuerdo a la norma INEN 2456 2008, que responda a los criterios técnicos que exige el mercado .Otros de los impactos sociales relevantes son los que detalla la siguiente matriz:

Cuadro N° 7.5
MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL

| Indicadores | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | TOTAL |
|---|----------|----------|----------|-----------|----------|-----------|
| - Apoyo al crecimiento de empleo en el sector rural | | | | | x | 5 |
| - Fomento al cultivo de la uvilla | | | | x | | 4 |
| - Mejoramiento de la cadena productiva de la uvilla | | | x | | | 3 |
| - Fortalecimiento del uso de suelo agrícola con potencialidad para el cultivo de uvilla | | | | x | | 4 |
| -Aportar efectivamente al tejido social de los cultivadores de la uvilla | | | | x | | 4 |
| -Satisfacción de los consumidores que tienen preferencia por la mistela de uvilla. | | | | x | | 4 |
| Total | 0 | 0 | 3 | 16 | 5 | 24 |

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Gabriela Arroyo

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{24}{6} = \mathbf{4,00} \text{ Positivo alto}$$

La calificación cuantitativa de este impacto es de 4.00 que significa impacto positivo “Alto.

7.1.1.5 Impacto Cultural

El impacto positivo en el ambiente educativo – cultural tiene los siguientes indicadores:

Cuadro N° 7.6
MATRIZ DE IMPACTO EDUCATIVO – CULTURAL

| Indicadores | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | TOTAL |
|--|----------|----------|-----------|-----------|----------|-----------|
| - Desarrollo de destrezas, habilidades y pensamiento | | | x | | | 3 |
| - Ética organizacional | | | | x | | 4 |
| - Valores culturales organizacionales | | | x | | | 3 |
| - Mejoramiento continuo de procesos | | | | x | | 4 |
| - Desarrollo de la capacidad administrativa del talento humano | | | | x | | 4 |
| - Vinculación laboral u ocupacional | | | x | | | 3 |
| - Integración a economías con aprendizajes en procesos agroindustriales de producción de mistela de uvilla | | | x | | | 3 |
| Total | 0 | 0 | 12 | 12 | 0 | 24 |

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Gabriela Arroyo

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{24}{7} = \mathbf{3,43} \text{ Positivo medio}$$

La calificación cuantitativa del impacto cultural es de 3,43 que significa impacto positivo “medio”. Lo que significa que la empresa articulará su cultura organizativa en base valores corporativos innovadores como una herramienta de gestión, complementada con el código de ética que la

organización aplicara En el ámbito externo el impacto educativo cultural tendrá que ver con la estructura técnica del proyecto que puede servir como una guía para la formulación de otros proyectos de factibilidad o planes de negocio.

7.1.1.6 Impacto General

Cuadro N° 7.7
IMPACTO GENERAL

| INDICADOR | VALORACIÓN CUANTITATIVA | | | | TOTAL |
|------------------------------|-------------------------|---|---|----|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| Impacto Económico | | | | x | 4 |
| Impacto Comercial o mercadeo | | | x | | 3 |
| Impacto Empresarial | | | x | | 3 |
| Impacto Social | | | | x | 4 |
| Impacto Educativo - Cultural | | | | x | 4 |
| TOTAL | | | 6 | 12 | 18 |

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Gabriela Arroyo

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{n} = \frac{18}{5} = \mathbf{3.6} \text{ Positivo medio}$$

Con estos resultados se determina que el proyecto generará impactos positivos medio, lo que significa que la empresa de producción y comercialización de mistela de uvilla es viable desde este punto de vista.

7.1.2 Impactos Negativos

7.1.2.1 Impactos Negativos en la Etapa de Construcción Civil

Impacto Ecológico

El sistema de gestión medio ambiental (SGMA) que está enmarcado bajo la norma ISO 14001 plantea que todos los proyectos productivos tienen efectos positivos y negativos lo que es pertinente realizar estudios que identifiquen estos impactos.

Los impactos negativos que posiblemente podrá causar en la etapa de construcción del área física de la empresa y en la operatividad. Para identificar los principales impactos se determinó los procesos principales que tendrá la empresa; basado en la siguiente información:

- Diagrama de los procesos
- Infraestructura que tendrá la empresa (edificios)
- Equipos que se utilizará para la producción del producto.
- Personal que utilizará en la empresa.

Los impactos negativos que genera el proyecto son principalmente en la etapa de construcción de la obra civil. Los impactos que generalmente se ocasionan en la construcción civil son el siguiente:

Aspectos Ambientales.

A la Atmosfera o Aire. – por contaminación del aire por emisión de polvo que se ocasionara en los procesos de la construcción civil de la infraestructura de la planta de la empresa. Contaminación del aire por emisión de ruidos y vibraciones sobretodo en la etapa de fundición de losas y de contra pisos.

Al Suelo.- alteración al suelo debido al cambio en el uso de agrícola o de reserva urbana a suelo de uso industrial. Alteración por contaminación de desechos sólidos generados en los procesos de la construcción civil; como desperdicios de madera, arena, y otros áridos.

Al Agua.- por efecto de los vertidos líquidos que se generan con agregados de cemento a la alcantarilla.

Al Paisaje.- Afectación a las viviendas colindantes o espacios naturales debido al cambio de uso de suelo en detrimento del paisaje natural existente.

Riesgos.- se pueden sucintar por el ingreso de vehículos con materiales de construcción que puede pasar accidentes de trabajo o con peatones que estén circulando en esos momentos por el sector

Cuadro N° 7.8
MATRIZ DE IMPACTO NEGATIVOS

| IMPACTO NEGATIVOS EN LA ETAPA DE LA CONSTRUCCIÓN CIVIL | | |
|---|--|---------------------|
| Aspecto | Parámetros para evaluar | Calificación |
| - A la atmosfera | - Contaminación del aire por demoliciones, remoción de la capa vegetal, excavaciones, cubrimientos, preparación y vaciado de concreto, etc.) de los edificios de la empresa. | 4 |
| - Al suelo | - Debido al cambio en el uso. - Alteración por contaminación de desechos sólidos generados en los procesos de la construcción civil. | 2 |
| - Al agua | - Por efecto de los vertidos líquidos que se generan con agregados de cemento a la alcantarilla. | 2 |
| - Al paisaje | - Modificación del paisaje urbanístico residencial a paisaje urbanístico comercial. - Afectación a las viviendas colindantes con la empresa por los ruidos que generan los vehículos al ingresar a los patios con los materiales de construcción. | 3 |
| - Riesgos | - Riesgos al ingreso de vehículos con materiales de construcción que puede pasar accidentes de trabajo o con peatones que estén circulando en esos momentos por el sector. | 2 |
| TOTAL | | 13 |

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Gabriela Arroyo

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{n} = \frac{13}{5} = \mathbf{2,60} \text{ Negativo bajo}$$

La evaluación de los impactos negativos en la etapa de construcción civil es de 2.6 que equivale a una magnitud del impacto Bajo.

7.1.2.2 Impactos Negativos en la Etapa de Funcionamiento

Los impactos negativos que se originarán con el funcionamiento de la empresa de producción y comercialización de mistela de uvilla son los siguientes:

Cuadro N° 7.9
MATRIZ DE IMPACTO NEGATIVOS

| IMPACTO NEGATIVOS EN LA ETAPA DE FUNCIONAMIENTO | | |
|--|---|---------------------|
| Aspecto | Parámetros para evaluar | Calificación |
| - A aire | - El proceso de elaboración de bebidas alcohólicas combinadas no tendrá contaminación alta al aire ya que se utilizará un producto vegetativo como es la uvilla que no ocasiona olores desagradables. | 1 |
| - Al suelo | - La alteración al suelo es mínima, ya que se implantará la empresa de producción y comercialización de mistela de uvilla en suelos de textura apta para la implantación de la empresa. | 1 |
| - Al agua | - El impacto sobre el agua no afecta al entorno local ya que las aguas servidas serán depositadas en la red general de alcantarillado. | 1 |
| - Al paisaje | - No tienen impacto al paisaje porque no causará daños a la vegetación y fauna, por lo que el sitio donde se ubicará la empresa no cuenta con paisajes naturales sensibles o en proceso de extinción. | 1 |
| TOTAL | | 4 |

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Gabriela Arroyo

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{n} = \frac{4}{4} = \mathbf{1,00} \text{ Negativo bajo}$$

Los impactos negativos tienen una valoración cualitativa de 1 de categoría muy bajo, lo que significa que la empresa de producción y comercialización de mistela de uvilla en su etapa de funcionamiento no generará impactos negativos significativos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8 CONCLUSIONES

- Se establece que en el sector de Cochapamba de la comunidad la Florida del cantón Ibarra se localizan 18 agricultores que cultivan uvilla, con una extensión de 9,34has. Estos pequeños cultivadores no tienen un mercado estable donde comercializar su producción y por lo general comercializan su producto a los intermediarios. El canal de comercialización es corto y tiene altas debilidades en la cadena productiva de esta fruta fresca que no se le ha dado un valor agregado a través de la agroindustria para producir mermeladas, dulces, almíbar y bebidas combinadas como vinos y mistelas.
- Del análisis de la oferta se determina que no existe en el mercado la comercialización de mistela de uvilla, lo que ofrece una oportunidad para el posicionamiento de este producto.
- La oferta de mistela de frutas y cereales a nivel nacional en el año 2012 fue de 2'150.000 botellas de mistela, la cual es producida y comercializada por empresas localizadas principalmente en la provincia del Azuay, Pichincha y Guayas. La demanda futura de mistelas de frutas y cereales para el año 2013 es de 2'894.400. La demanda insatisfecha es de 649.800 botellas de mistela a nivel nacional, de la cual el proyecto captará el 10,77% que significa 70.000 botellas de mistela de uvilla. Desde este punto de vista el producto tiene óptimas probabilidades en el mercado.
- El mercado meta o destino de la empresa de producción y comercialización de mistela de uvilla son las empresas de distribución e importación de licores y bebidas a nivel nacional además de los supermercados y licorerías de la región norte del país.
- La localización de la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla se ubicaría en el sector de Los

Ceibos de la ciudad de Ibarra, en vista de que reúne las características óptimas para esta actividad económica. El área total de espacio físico que se requiere para una operación óptima de la empresa es de 374,20 m² de acuerdo a la capacidad instalada y operativa. La inversión necesaria para la implementación de la empresa es de \$ 157330,00.

- La empresa generara un VAN positivo \$ 42660,00, la TIR es del 22%, que supera al Costo de Oportunidad (12%) en 10%. El PRI es de 4 años, 4 meses y 8 días, el B/C es de 1,27.
- La razón social de la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla es “Agroindustrias La Estación S. A.”, el nombre del producto será: “Mistelas La Estación”. Se estableció la filosofía empresarial además de la estructura organizacional y funcional de manera que sustente un funcionamiento óptimo y productivo.
- La empresa generará impactos positivos con un nivel “medio”. Los impactos negativos de midieron considerando los aspectos que genera la empresa en los procesos de producción, los cuales presentaron una valoración muy baja, por lo que no se requerirá laborar un Plan de Manejo Ambiental, pero si elaborar una ficha ambiental.

9 RECOMENDACIONES

- El implementar la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla, mejorará la cadena productiva de los 18 pequeños agricultores de esta fruta, localizados en los sectores de Cochapamba de la comunidad La Florida del cantón Ibarra.
- Consolidar la participación de estos agricultores como proveedores directos de uvilla para la microempresa. Se requiere que las entidades que tienen relación con esta actividad económica realicen esfuerzos para mejorar las características de calidad de la fruta aprovechando las favorables condiciones que dispone el cantón Ibarra para este cultivo.
- Producir mistela de uvilla con las normas técnicas INEN 2456-2008, y aplicando los principios de calidad, para desarrollar un producto acorde a las exigencias técnicas del mercado nacional de bebidas alcohólicas combinadas.
- Para que la microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla logre tener un posicionamiento en el mercado nacional será necesario establecer un plan estratégico de marketing que permita tener interrelaciones comerciales directas con las empresas de comercialización y distribución de bebidas alcohólicas a nivel nacional además de un plan de ventas directo con las licorerías del región norte del país.
- La infraestructura física (construcción civil) de la planta de producción y comercialización de mistela de uvilla, tendrá que regirse a las normas ASTM e INEN en lo que se refiere a los aspectos constructivos que deben tener los diferentes ambientes donde se generarán los procesos de elaboración de la mistela de uvilla.
- Establecer programas de gestión de costos en los procesos de producción y comercialización, con la finalidad de que los indicadores financieros obtenidos en el proyecto se mantengan en

los valores estimados, dando la viabilidad y sustentación económica financiera a la inversión inicial del proyecto y se ajusten a los principios de calidad, desempeño, efectividad y eficacia, para que el proyecto tenga sostenibilidad desde el punto de vista económico financiero.

- Aplicar una estructura organizativa y funcional por procesos, para que la organización establezca: controles, supervisiones, optimización de sus recursos, implementación de políticas de mejoramiento continuo, control de costos, balanceo de cargas además de definir específicamente las funciones y responsabilidades del talento humano.
- Cumplir los requerimientos que exige el Ministerio de Ambiente para este tipo de actividad económica, para lo cual se deberá elaborar la ficha ambiental, con la finalidad de obtener el permiso de funcionamiento en forma legal desde el punto de vista ambiental.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- ARMSTRONG, G. K. (2008). Fundamentos de la Mercadotecnia.
- BESLEY, S., & BRIGHAM, E. (2009). Fundamentos de Administración Financiera. Mexico: McGrawHill Interamericana Editores S.A.
- COLLAHUAZO, J. (2008). Manual de Evaluación de Proyectos. Perú: San Marcos.
- Diccionario de Contabilidad y Finanzas. (2008). Diccionario de Contabilidad y Finanzas. Madrid - España: Inmagrage.
- DOUGLAS, R. (2009). Fundamentos de Administración Financiera. México: Inmagrage.
- DUANE, M. (2009). Administración estratégica una herramienta para la competitividad. California: 2da Edición.
- ENCOMENDERO, A. D. (2008). Gestión de empresas para ser competitivos. Lima: Arnold.
- ETZEL, M. (2009). Proyectos, formulación, evaluación y control. Quito: Plublicaciones S.A.
- FRIEND, G., & ZEHLE, S. (2008). Como diseñar un plan de negocios. Quito: El Comercio S.A.
- GORDON, P., HILTON, R. W., & WELSCH, G. (2008). Planificación y Control de Utilidades. Mexico: Maureen Wilson.
- ILLERA, C. (2009). Administración de Empresas, Practicas y Ejercicios. Editorial Ramon Areces.
- LEY DE COMPANIAS. (2008). Ley de Companias. Quito.

MIRANDA, J. J. (2008). Gestión de proyectos. Identificación, formulación, evaluación financiera, económica, social, ambiental. Adventure.

MORENO, J. (2008). Las Finanzas en la Empresa, Informacion, Analisis, Recursos y Planeacion. México: Mc Graw Hill.

ORTÍZ, A. (2008). Gerencia Financiera un Enfoque Estrategico. Bogotá - Colombia: McGrawHill.

PAREDES, I. (2008). Floklore Nitricional Ecuatoriana. Quito: Artes Gráficas Señal Empresarial.

PUJOL, B. (2010). Dirección de Marketing y Ventas. Madrid: G.F Printing.

SARMIENTOS, R. (2008). Contabilidad General. Quito: Adventure.

TAPIA, M., & MAZAR, I. (2008). Guia de campo de los cultivos andinos. Lima: FAO ANPE.

LINCONGRAFÍA

<http://www.sri.gob.ec/ice>

<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/rgl-evol/2.4.1.htm>

<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/rgl-evol/2.4.2.htm>

<http://www.ispjae.cu/eventos/colaeiq/Cursos/Curso12.doc>

<http://www.monografias.com/trabajos11/metods/metods.shtml#SINTET>

<http://www.promer.cl>

<http://www.zonadiet.com/bebidas/a-licor.htm>

<http://www.aulafacil.com/Contabcoste/Lecc-1.htm>, acceso 2012-03-10

<http://www.monografias.com/trabajos10/conco/conco.shtml>, acceso: 2012-03-10

<http://www.distrogeek.com/2011/02/10-pasos-para-crear-tu-empresa/>, acceso 2012-02-28

<http://www.administracion-de-empresas.com>, acceso 201-03-15

<http://www.aulafacil.com/Contabcoste/Lecc-1.htm>, acceso 2012-02-28.

<http://www.elcontador.com.ec/imagesFTP/2367.boletin101.pdf>, 2012-03-15.

ANNEXOS

ANEXO 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS AGRICULTORES DE UVILLA

Objetivo: Determinar la factibilidad que tiene el proyecto en relación a proveedores de materia prima (uvilla) en el cantón Ibarra.

1. ¿Qué cantidad de terreno dedica al cultivo de uvilla?

- 0.10 a 0.50 has ()
- 0.51 a 0.75 has ()
- 0.75 a 1 has ()
- >de 1has ()

2. ¿Qué rendimiento promedio obtiene por hectárea de cultivo de uvilla?

- 9000 a 9500kg ()
- 9500 a 10000kg ()
- 10000 a 10500kg ()
- >10500kg ()

3. El precio del kilo de uvilla es de:

- \$0.75 - \$1.00 ()
- \$1.00 - \$1.25 ()
- >\$1.25 ()

4. El precio que actualmente recibe por la venta de la uvilla considera que es:

- Alto ()
- Bajo ()
- Normal ()

5. ¿Cuál es el destino inmediato de su producción?

- Intermediario ()
- Agroindustrial ()
- Consumidor ()
- Otras.....
-

6. ¿Cuál es la factibilidad de que usted sea proveedor de uvilla para el proyecto?

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

7. ¿Qué porcentaje de la producción estaría dispuesto a comercializar a la microempresa?

- 20 al 25% ()
- 25 al 30% ()
- >30% ()

8. ¿Cuál considera usted que debería ser la forma de pago al ser proveedor de la Microempresa?

- Crédito ()
- Contado ()
- Mixto ()

9. ¿Considera usted que es una oportunidad la creación del proyecto para los agricultores de uvilla?

- Si ()
- No ()
- Porque.....
-

GRACIAS

ANEXO 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**CARRERA DE INGENIERÍA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y
AUDITORIA**

**FORMATO DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL ING. AGROINDUSTRIAL
GERMÁN SIGÜENCIA**

Objetivo

Obtener información relevante en relación a los procesos de producción, características de la materia prima, maquinaria y equipo, talento humano y detalles técnicos que se deben considerar la ejecución del proyecto de elaboración de mistela de uvilla.

Datos generales

Fecha:.....

Dirección:.....

CUESTIONARIO

1. ¿Cuál es el proceso de producción que se requiere para la elaboración de mistelas?

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

2. ¿Qué características debe tener la materia prima para elaborar mistelas?

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

3. ¿Qué talento humano debe tener la microempresa para la producción de mistelas?

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

4. ¿Qué tipo de maquinaria se requiere para elaborar mistelas?

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

5. ¿Qué característica técnica debe tener la mistela?

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

GRACIAS

ANEXO 3

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**CARRERA DE INGENIERÍA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y
AUDITORIA**

**FORMATO DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL ARQUITECTO MARIO
GUAMANÍ CONSULTOR, EXPERTO EN CONSTRUCCIONES
AGROINDUSTRIALES.**

Objetivo

Obtener información relevante en relación a los espacios físicos, ambientes necesarios, detalles técnicos que se deben considerar para la construcción de una empresa de producción y comercialización de mistela de uvilla.

Datos generales

Fecha:.....

Dirección:.....

CUESTIONARIO

1. ¿Cuál es el área aproximada de construcción civil que debe tener una microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla?

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

2. ¿Qué medida debe tener el área de producción?

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

3. ¿Qué características técnicas debe considerar el área de producción?

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

4. ¿Qué otros ambientes físicos debe tener una planta de producción de mistelas?

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

5. ¿Para que la empresa tenga los espacios físicos acordes a su capacidad, que tipo de emplazamiento se requiere?

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

GRACIAS

ANEXO 4

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS O GERENTES DE LAS LICORERÍAS Y SUPERMERCADOS DE LA CIUDAD DE IBARRA

Objetivo: Establecer la factibilidad que tiene la empresa en relación al nivel de aceptación de las licorerías y supermercados de mistela de uvilla.

1. **¿Qué tipo de mistelas son las que usted comercializa?**
Frutas ()
Cereales ()

2. **¿Qué marcas de mistelas son las que más comercializa?**
BOLS ()
ESPÍRITU DEL ECUADOR ()
ZHUMIR ()

3. **¿Con que frecuencia se provee de mistelas?**
Semanal ()
Quincenal ()
Mensual ()

4. **¿Qué cantidad de cajas de mistelas son las que usted adquieren en forma mensual?**
1 A 3 ()
4 A 7 ()
>7 ()

5. ¿Se encuentra satisfecho con la variedad de mistelas que le proveen?

Si ()

No ()

Porque.....

.....

6. ¿En qué meses considera usted que existe mayor comercialización de este producto?

Febrero ()

Marzo ()

Mayo ()

Noviembre ()

Diciembre ()

Otros Meses ()

7. Considera que las que personas que generalmente consumen mistelas son:

Hombres ()

Mujeres ()

8. ¿De qué edad generalmente considera usted que son los clientes que adquieren mistelas?

25 A 45 ()

>45 ()

9. ¿De qué nivel socio económico son generalmente los clientes que adquieren mistelas en su licorería?

Alta ()

Media ()

Baja ()

10. ¿Con que frecuencia sus clientes adquieren mistelas en su licorería de forma mensual?

1 A 2 ()

3 A 4 ()

>4 ()

11. ¿Considera usted que la mistela de uvilla tendrá aceptación en las licorerías de la ciudad de Ibarra?

Si ()

No ()

Porque.....

.....

12. ¿Está de acuerdo que en la ciudad de Ibarra se implemente una microempresa de producción y comercialización de mistela de uvilla?

Si ()

No ()

Porque.....
.....

13. ¿Qué probabilidad existe de que usted adquiriera mistela de uvilla a la microempresa?

Alta ()

Media ()

Baja ()

14. ¿Qué factores consideraría usted para adquirir mistela de uvilla a la microempresa?

Producto ()

Precio ()

Marca ()

Publicidad ()

Promoción ()

Ninguno ()

15. ¿Cuál es el precio referencial promedio que debería tener una mistela de uvilla?

3,50 A 4,50 ()

4,50 A 5,50 ()

>5,50 ()

16. ¿Qué tipo de publicidad considera usted que debería aplicar la microempresa para dar a conocer su producto (mistela de uvilla)?

Televisión ()

Radio ()

Prensa ()

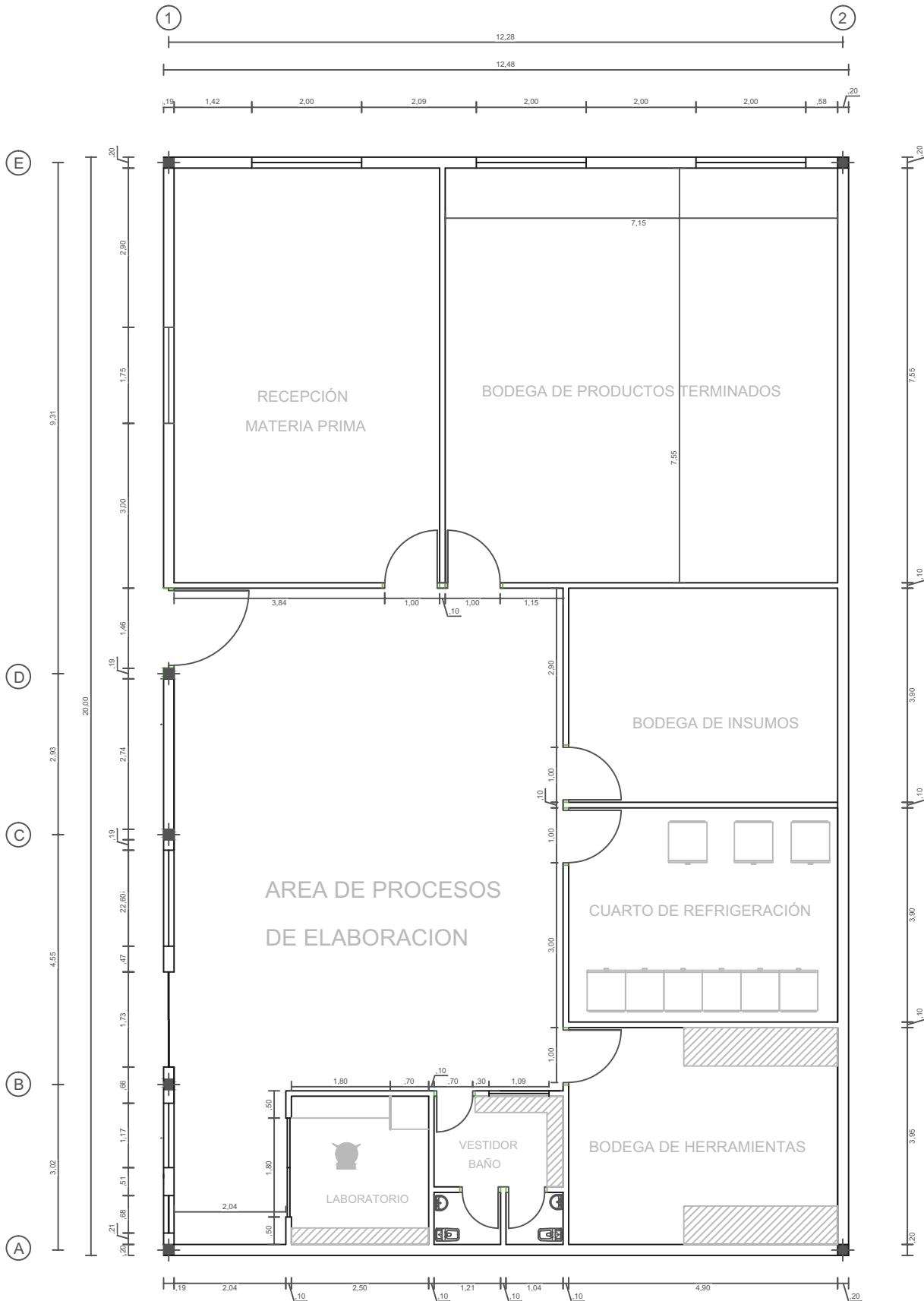
Internet ()

Boletines ()

Vallas ()

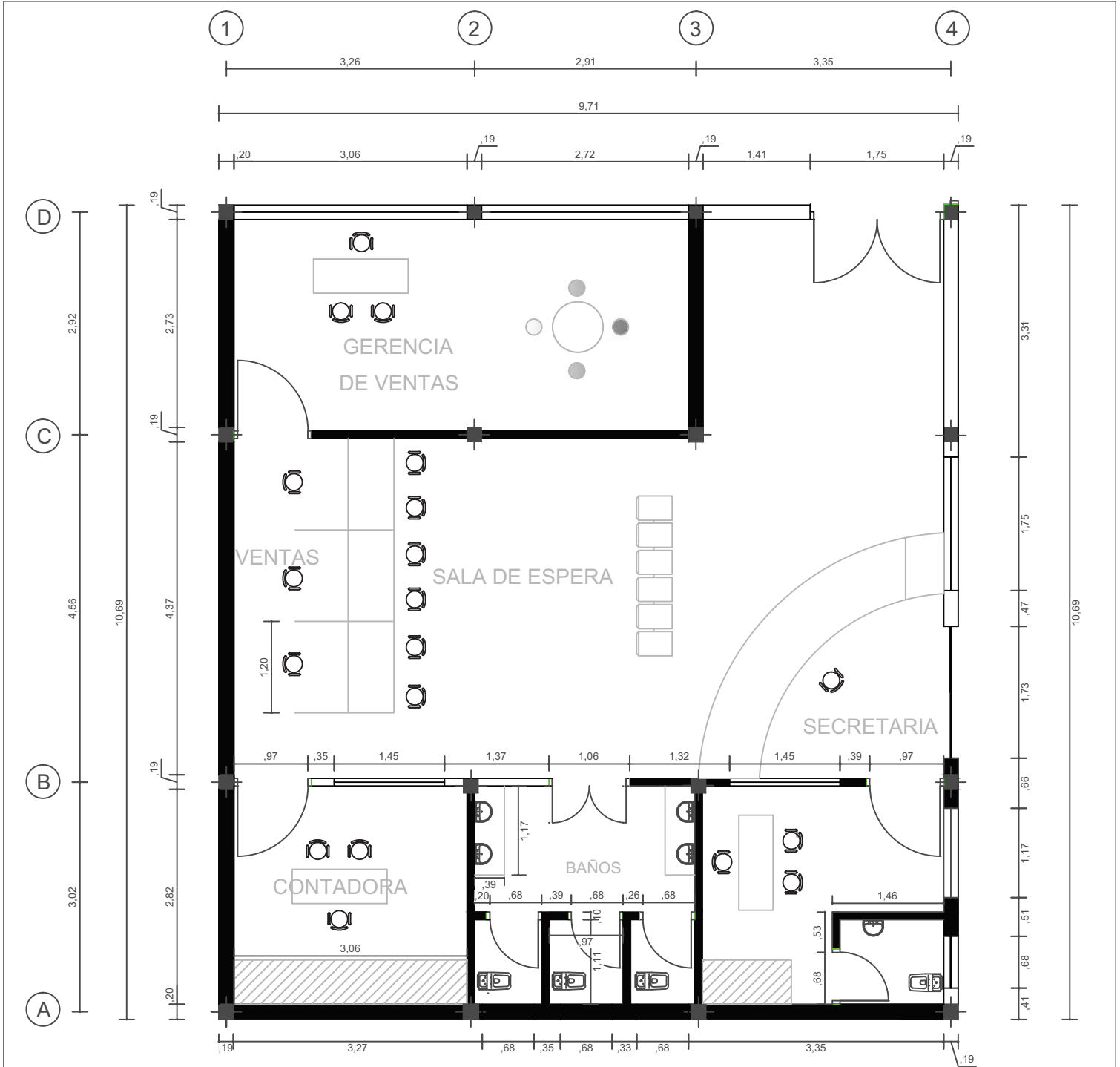
GRACIAS

**ANEXO 5
PLANOS DE LA MICROEMPRESA "LA ESTACIÓN"**



PLANTA ARQUITECTONICA DEL BLOQUE DE OPERACIONES

ESCALA 1:100



PLANTA ADMINISTRATIVA

ESCALA 1:100

22.00



IMPLANTACION GENERAL

ESCALA 1:100