



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 PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAFÉ DE FREJOL CANARIO-INJERTO MEJORADO CON COBERTURA EN EL CANTON BOLIVAR PROVINCIA DEL CARCHI”.

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

AUTORA: YASELGA, G. Verónica C.

ASESOR: EC. TABOADA Diego.

IBARRA, JULIO, 2013

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Trabajo de Grado, está enfocado a determinar una Microempresa Productora y Comercializadora de Café de Frejol, es decir incorporar valor agregado a la cadena productiva de un producto primario como es el frejol. En el diagnóstico situacional se determinó que el cantón Bolívar es eminentemente agrícola además que mantiene un atractivo turístico que favorece la creación del proyecto. Con el estudio de mercado se identificó una demanda potencial a satisfacer significativa como también la aceptación del producto por los pobladores del cantón. Con el estudio técnico se identificó la localización óptima del proyecto, siendo la parroquia urbana Bolívar, el lugar donde estará situada la microempresa para la comercialización del café de frejol debido a que cuenta con varios factores positivos que favorecen dicha comercialización. Para dar inicio con las actividades de la microempresa se necesita una inversión, la misma será cubierta una parte con capital propio y lo demás financiado con crédito bancario. Realizados los presupuestos de ingresos, costos, gastos, se estructuraron los respectivos estados financieros para posteriormente aplicar indicadores financieros que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo y determinan la factibilidad del proyecto. Se ha definido la estructura orgánica que se aplicará para tener éxito en la administración de los recursos de la microempresa de café de frejol. Los resultados obtenidos de la evaluación de impactos son positivos, lo que sustenta que la creación de la microempresa de café es favorable y no causa ningún efecto negativo al entorno del sector.

EXECUTIVE SUMMARY

This paper grade is focused on determining a micro producer and marketer of coffee beans, in other words incorporating value to the production chain of a commodity such as beans. In the situational analysis it was determined that the city Bolivar is eminently agricultural on top of that it also maintains a tourist attraction that favors the creation of the project.

With the study of the market they identified a potential demand to satisfy this just like the acceptance of the product by the people of the canton. With the technical study it was identified the optimal localization of the project, with the urban parish Bolivar being, the place where the microenterprise for the marketing of coffee beans will be located. This place was chosen because it counts with several positive factors that favors such marketing.

To start with the microenterprise activities what will be needed is an investment, parts of this will also be covered with equity and the rest will be financed by bank credit. After having made the proposed income, costs, expenses it was structured the respective financial status, to apply financial indicators that take into account the value of money over time and determine the feasibility of the project. Due to this it has defined the organizational structure that applies to having a success in the managing of the resources of micro bean coffee.

The results obtained of the assessment of impacts are positive, which supports the creation of micro coffee leading it to be favorable because it doesn't cause any negative effect to the environment sector.

It has defined organic structure was applied to succeed in the administration of the microenterprise resources of coffee beans. Optenidos drill results of the assessment of impacts are positive, which supports the creation of micro coffee is favorable and does not cause any negative effect to the environment sector....

AUTORÍA

Yo, **Verónica Yaselga**, portadora de la cédula de ciudadanía **No. 100356220-2**, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no a sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.



.....

Verónica del Carmen Yaselga Guerra

100356220-2

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Verónica Yaselga**, con cédula de identidad **No. 100356220-2** para optar por el Título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAFÉ DE FREJOL CANARIO-INJERTO MEJORADO CON COBERTURA EN EL CANTON BOLIVAR PROVINCIA DEL CARCHI”** considero el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los 23 días del mes de Julio del 2013.

Firma



.....
EC. DIEGO TABOADA.

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



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

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100356220-2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Yaselga Guerra Verónica del Carmen		
DIRECCIÓN:	Cda. Imbaya, Miguel de Jijón 1-79 y Francisco Xavier de Andrade		
EMAIL:	vero14ec@yahoo.com		
TELÈFONO FIJO: (062) 926-851		TELÈFONO MÓVIL:	0992368095
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAFÉ DE FREJOL CANARIO-INJERTO MEJORADO CON COBERTURA EN EL CANTON BOLIVAR PROVINCIA DEL CARCHI”.		
AUTORA :	Verónica Yaselga		
FECHA: AAAAMMDD	2013-07-23		

SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> * PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.
ASESOR /DIRECTOR:	EC. DIEGO TABOADA

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Verónica Yaselga**, con cédula de identidad No. **100356220-2**, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital 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.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la 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 23 días del mes de Julio del 2013

EL AUTOR:

(Firma).....

Verónica del Carmen Yaselga Guerra

C.C.: 100356220-2

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Ing. Betty Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

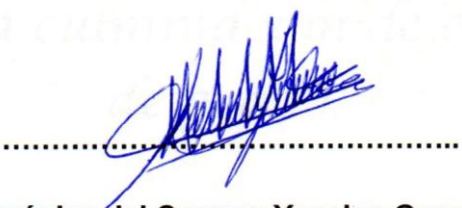
Facultado por resolución del Honorable Consejo Universitario.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **Verónica Yaselga** con cédula de identidad **No. 100356220-2**, 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 PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAFÉ DE FREJOL CANARIO-INJERTO MEJORADO CON COBERTURA EN EL CANTON BOLIVAR PROVINCIA DEL CARCHI”**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.


Verónica del Carmen Yaselga Guerra
100356220-2

Ibarra, 23 de Julio del 2013

DEDICATORIA

Este trabajo de grado lo dedico con todo mi cariño y amor, a mi Madre quien ha sido mi apoyo incondicional para lograr mi objetivo y culminar con éxito mi carrera universitaria, y por llenar mi vida con sus valiosos consejos.

GRACIAS MAMITA

A mi esposo por ser quien me brindo su ayuda en la culminación de este trabajo de grado.

VERONICA YASELGA

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser la luz que ha guiado mi camino durante toda mi vida, a mi Madre por su apoyo inquebrantable y por estar siempre conmigo.

A la Universidad Técnica del Norte, en especial a la Escuela de Contabilidad Superior y Auditoría de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas tanto autoridades y docentes por su invaluable aporte académico y de formación profesional.

Mi agradecimiento al Ec. Diego Taboada, por su paciencia y sobre todo por su profesionalismo para guiarme en el desarrollo y culminación de mi proyecto.

VERONICA YASELGA

PRESENTACIÓN

El presente trabajo titulado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAFÉ DE FREJOL CANARIO-INJERTO MEJORADO CON COBERTURA EN EL CANTON BOLIVAR PROVINCIA DEL CARCHI**, se ha desarrollado con la finalidad de conocer si es conveniente su creación. Por tal razón se desarrollan los siguientes capítulos:

Capítulo I Diagnóstico Situacional: El diagnóstico situacional permite conocer y definir los aspectos más importantes como educación, salud y más, los cuales facilitaran el desarrollo del proyecto.

Capítulo II Marco Teórico: En este capítulo se desarrolló las bases teóricas que sirven como guías de información investigativas del proyecto.

Capítulo III Estudio de Mercado: Con la información del estudio de mercado se conocerá la oferta y la demanda que tendrá el café artesanal, además de los precios que del café tradicional, ya que son quienes ofrecen productos similares.

Capítulo IV Estudio Técnico: Con el desarrollo del estudio técnico se determina la localización óptima del proyecto, como también la distribución y diseño de la planta, que la microempresa necesita para empezar con sus actividades.

Capítulo V Estudio Financiero: Con el análisis del estudio financiero se determina las inversiones del proyecto para posteriormente aplicar evaluadores financieros y determinar la factibilidad económica – financiera del proyecto.

Capítulo VI Organización de la Microempresa: Se plantea el modelo administrativo con el que la microempresa funcionará en la realización de sus actividades, tomando como base la visión, misión, el orgánico estructural y funcional de la organización especificando los niveles de mando de cada área.

Capítulo VII Impactos: Se presenta un análisis de impactos que se preveen con la creación de la microempresa, ya que pueden ser positivos y negativos para el sector tales como: socioeconómico, empresarial, educativo cultural y ambiental, que influirá en el desarrollo del presente proyecto.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada	i
Resumen ejecutivo	ii
Executive summary	iii
Autoría	iv
Certificación	v
Autorización de uso y publicación	vi
Cesión de derechos	viii
Dedicatoria	ix
Agradecimiento	x
Presentación	xi
Índice general	xiii
Índice de cuadros	xx
Índice de gráficos	xxiv
Índice de figuras	xxv
Índice de Ilustraciones	xxv
Antecedentes	xxvi
Justificación	xxx
Objetivos de la investigación	xxxi

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	32
Objetivos del diagnóstico	32
Objetivo general	32
Objetivos específicos	32
Matriz de relación diagnóstica	34
Análisis de variables diagnósticas	36
Antecedentes históricos del cantón Bolívar	36
Ubicación geográfica del cantón	37
Datos Socio – Demográficos del cantón Bolívar	40
Actividades Económicas del cantón Bolívar	47
Diagnóstico externo	54
Aliados	54
Oportunidades	55

Oponentes	55
Riesgos	55
Determinación del problema diagnóstico	56

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO	57
Introducción	57
Objetivo general	57
Producción	57
El café	58
Tipos de café	58
Clasificación Taxonómica - CAFÉ	61
Propiedades del café	61
Condiciones Climáticas	63
Producción de frejol	65
El frejol	66
Proceso de industrialización del café	72
Consumo de café en Ecuador	74
Producción alternativa de café	75
Producción de café de frejol	75
La empresa	77
Definiciones de empresa	77
Características de la empresa	78
Clasificación de la empresa	79
La microempresa	80
Características de la microempresa	81
Clasificación de la microempresa	82
Microempresa agrícola	83
Aspectos del mercado	85
El estudio de mercado	85

Oferta	86
Demanda	86
Producto	87
Precio	87
Promoción	87
Plaza	88
Estudio técnico	88
Tamaño del Proyecto	89
Localización del Proyecto	89
Macro localización del Proyecto	90
Micro localización del Proyecto	90
Ingeniería del Proyecto	90
Proceso productivo	91
Tecnología	91
Activos fijos	91
Activos diferidos	92
Capital del trabajo	92
Aspectos financieros	93
Balance general	93
Estado de resultados	93
Flujo de efectivo	94
Evaluadores financieros	94
VAN	95
TIR	95
Beneficio costo	96
Periodo de recuperación	97
Punto de equilibrio	97

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO	98
Introducción	98
Objetivos del estudio de mercado	99
Objetivo general	99
Objetivos específicos	99
Variables	99
Indicadores	99
Demanda	99
Oferta	100
Precios	100
Comercialización	100
Matriz de relación de estudio de mercado	101
Mecánica operativa del estudio de mercado	102
Identificación de la población y muestra	102
Instrumentos de recolección de la información	105
Tabulación y análisis de la investigación de campo	106
Análisis de las encuestas aplicada a los consumidores de café	106
Entrevistas dirigidas a los productores de frejol del cantón Bolívar	120
Identificación del producto	126
Mercado meta	126
Segmento de mercado	126
Segmentación geográfica	127
Segmentación demográfica	127
Segmentación conductual	128
Análisis de la demanda	128
Comportamiento histórico de la demanda	128
Demanda actual del café de frejol en el cantón Bolívar	129
Proyección de la demanda	129
Análisis de la oferta	130
Oferta actual de la provincia del Carchi	130

Oferta actual del café de frejol en el cantón Bolívar	131
Proyección de la oferta	131
Demanda potencial a satisfacer	132
Análisis de precios	133
Precio histórico	133
Estimación de precios	134
Análisis de la comercialización, distribución y publicidad del producto	134
Comercialización	134
Variables de mercado o comercialización	135
Conclusión del estudio de mercado	138

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO	139
Localización del proyecto	139
Macrolocalización del proyecto	139
Microlocalización del proyecto	140
Tamaño del proyecto	144
Factores determinantes del tamaño del proyecto	145
Capacidad productiva del proyecto	147
Distribución de la planta	147
Diseño de la instalación	148
Diagrama de procesos	150
Presupuesto técnico	155
Inversión fija	155
Inversión diferida	158
Capital de trabajo	159
Resumen de inversión fija, diferida y variable	166

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO	167
Presentación	167
Estructura de inversión	167
Ingresos	167
Proyecto de ingresos	168
Egresos proyectados	168
Costo de producción	169
Gastos administrativos	171
Gastos de ventas	174
Financiamiento	176
Gastos financieros	178
Depreciaciones	178
Amortización diferidos	178
Resumen de egresos	179
Estados financieros	179
Balance de situación inicial	179
Estado de resultados	180
Estado de flujo de caja	181
Evaluación financiera	182
Determinación del costo capital y tasa de rendimiento medio	182
Análisis del valor actual neto	183
Análisis de la tasa interna de retorno	184
Análisis del periodo de recuperación de la inversión (PRI)	184
Análisis del costo beneficio	185
Determinación del punto de equilibrio	186
Resumen de evaluación financiera	187

CAPÍTULO VI

PROPUESTA ESTRATÉGICA	188
Aspecto estratégico de la microempresa	188
Nombre de la empresa	188
Misión	189
Visión	189
Objetivos de la microempresa	189
Políticas de la microempresa	190
Valores de la microempresa	191
Aspecto organizativo	192
Organización estructural	192
Organigrama estructural	192
Niveles administrativos	193
Aspecto laboral	199
Contratación	199
Seguridad industrial	199
Seguridad social	199
Aspecto legal	200
Compañía Limitada	200
El permiso fiscal	200
El permiso municipal	201
El permiso sanitario	202
Bomberos	202
Permiso de funcionamiento	203
Titularidad o propiedad de la empresa	203

CAPÍTULO VII

IMPACTOS	204
Impacto socio-económico	205
Impacto empresarial	206
Impacto ambiental	207
Impacto educativo cultural	208
Impacto general	209
Conclusiones	210
Recomendaciones	211
Bibliografía	212
Lincografía	214
Glosario de términos	215
Anexos	222

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N°	DESCRIPCIÓN	Pág.
1.	Matriz de relación diagnóstica	34
2.	Población por sexo, tasas de crecimiento según parroquias y origen étnico	41
3.	Incidencia de pobreza en el cantón Bolívar por necesidades básicas insatisfechas	42
4.	Indicadores de educación en el cantón Bolívar	43
5.	Indicadores de salud en el área del cantón Bolívar	44
6.	Indicadores de empleo en el Cantón Bolívar	45
7.	Nivel socioeconómico del cantón Bolívar	46
8.	Población económicamente activa, según grupos ocupacionales	47
9.	Población económicamente activa, rama de actividad	48

10.	Población económicamente activa, por categoría de ocupación.	50
11.	Población económicamente activa, por sectores económicos, según cantones.	51
12.	Clasificación taxonómica del café	61
13.	Infusión de café molido, beneficios nutricionales del café por cada 100 Gr.	62
14.	Clasificación taxonómica del fréjol	68
15.	Propiedad general	69
16.	Lípidos	69
17.	Minerales	70
18.	Vitaminas	70
19.	Aminoácidos	71
20.	Matriz de relación estudio de mercado	101
21.	Nivel socioeconómico del cantón Bolívar	102
22.	Consumo de café	106
23.	Tipo de café	107
24.	Frecuencia de consumo	108
25.	Lugar de compra	110
26.	Frecuencia de compra	111
27.	Aspectos primordiales	112
28.	Precio de venta del café	113
29.	Conocimiento de las bondades nutricionales del fréjol	114
30.	Café alternativo	115
31.	Preferencia de consumo	116
32.	Presentación	117
33.	Medios de comunicación	118
34.	Demanda actual del café año 2012 (COFENAC)	128
35.	Demanda actual del café de fréjol	129
36.	Proyección de la demanda del cantón Bolívar	130
37.	Oferta de café provincia del Carchi	131

38.	Proyección de oferta del cantón Bolívar	132
39.	Demanda insatisfecha del café en el cantón Bolívar	132
40.	Precios según marcas de café	133
41.	Precio histórico	133
42.	Estimación de precios	134
43.	Matriz de factores	142
44.	Distribución área administrativas	147
45.	Distribución área de producción	148
46.	Simbología del diagrama de proceso	150
47.	Requerimiento del terreno	155
48.	Infraestructura civil	156
49.	Vehículo	156
50.	Muebles y encerres	157
51.	Equipos de computación	157
52.	Maquinaria y herramientas de producción	158
53.	Resumen de inversión fija	158
54.	Resumen inversión diferida	159
55.	Materia prima directa mensual	159
56.	Mano de obra directa mensual	160
57.	Costos indirectos de producción mensuales	161
58.	Resumen mensual de costos de producción	161
59.	Sueldos administrativos mensuales	162
60.	Gastos generales de administración mensuales	162
61.	Útiles de oficina mensuales	163
62.	Mantenimiento equipo de computación mensual	164
63.	Resumen mensual de gastos administrativos	164
64.	Sueldo de ventas mensual	164
65.	Publicidad mensual	165
66.	Resumen de gasto de ventas mensual	165
67.	Resumen mensual capital de trabajo	166
68.	Resumen de inversión	166
69.	Estructura de la inversión	167

70.	Proyección de ventas en unidades	168
71.	Proyección de ingresos	168
72.	Materia prima	169
73.	Proyección del salario básico unificado	170
74.	Proyección del costo total de mano de obra directa	170
75.	Proyección de costos indirectos de fabricación	171
76.	Proyección de costos de producción	171
77.	Sueldos administrativos	172
78.	Proyección sueldos administrativos	172
79.	Gastos generales de administración	172
80.	Útiles de oficina	173
81.	Mantenimiento equipo de computación	173
82.	Resumen de gastos administrativos	174
83.	Sueldo personal de ventas	174
84.	Proyección gasto total sueldo ventas	175
85.	Publicidad	175
86.	Resumen gastos de ventas	175
87.	Tabla de amortización	176
88.	Gastos financieros	178
89.	Depreciaciones	178
90.	Amortización	179
91.	Resumen de egresos	179
92.	Balance de situación inicial	180
93.	Estado de resultado	181
94.	Estado de flujo de caja	182
95.	Costo de capital	182
96.	Valor actual neto	183
97.	Tasa interna de retorno	184
98.	Flujos actualizados	184
99.	Tiempo de recuperación	185
100.	Costo beneficio	185
101.	Resumen de evaluación financiera	187

102.	Valoración de Impactos	204
103.	Impacto socio-económico	205
104.	Impacto empresarial	206
105.	Impacto ambiental	207
106.	Impacto educativo y cultural	208
107.	Impacto general	209

ÍNDICE DE GRÁFICOS

No.		Pág.
1.	Consumo de café	106
2.	Tipo de café	107
3.	Frecuencia de consumo	109
4.	Lugar de compra	110
5.	Frecuencia de compra	111
6.	Aspectos primordiales	113
7.	Precio de venta del café	114
8.	Conocimiento de las bondades nutricionales del frejol	115
9.	Café alternativo	116
10.	Preferencia de consumo	117
11.	Presentación	118
12.	Medios de comunicación	119
13.	Canal directo de distribución	135
14.	Canal indirecto de distribución	135
15.	Croquis de la microlocalización	144
16.	Diseño de la instalación	149
17.	Proceso de elaboración del café de fréjol	151
18.	Proceso de venta del café de fréjol	152
19.	Proceso de venta directa del café de fréjol	153
20.	Proceso de entrega del café de fréjol	154
21.	Organigrama estructural	193

ÍNDICE DE FIGURA

No.	Pág.
1. Planta de frejol	65
2. Provincia del Carchi	140
3. División parroquial del cantón Bolívar	143

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

No.	Pág.
1. Siembra del frejol	121
2. Deshierbar la planta de frejol	122
3. Cuidado del frejol	123
4. Cosecha de frejol	124
5. Frejol canario	232
6. Tueste del frejol canario	232
7. Molido del frejol canario	233
8. Presentación frasco de 350gr del café de frejol	233
9. Gobierno Municipal del cantón Bolívar	234
10. Vista panorámica de la ciudad	234
11. Molino eléctrico	235

ANTECEDENTES

La Provincia del Carchi está ubicada en el extremo norte del callejón interandino; Bolívar uno de sus cantones está integrado por las siguientes parroquias: Bolívar, los Andes, García Moreno, San Rafael, Monte Olivo y San Vicente de Pusir, las cuales están dedicadas principalmente a la producción de fréjol y de otros productos propios de la zona.

Este cantón presenta un clima que va desde el subtropical seco hasta el páramo húmedo, permitiendo la diversidad de vegetación y el apareamiento de una gran escala de zonas de producción agrícola. Los rangos de temperatura del cantón Bolívar fluctúan entre 12° C hasta 18° C, y se encuentra limitado al Norte con Colombia, al Sur con la Provincia de Imbabura, al Este con el Oriente, y al Oeste con la Provincia de Esmeraldas.

En cuanto a su economía la producción de fréjol, papas, huertos hortícolas, granjas integrales, industrialización de la cebada y quesos son la principal fuente de ingresos de este cantón. Dicho cantón posee diversas características como: vías de acceso lo que permite también el ingreso de turistas, debido a que en esta ciudad se encuentra el Museo Paleontológico, el Parque de la Mega Fauna entre otros sitios, que hacen que el turista se quede y disfrute de estos y de los diferentes lugares turísticos de esta ciudad; la afluencia de turistas en el cantón Bolívar permite que se dé a conocer varias de sus costumbres y tradiciones propias de este cantón. Bolívar cuenta también con los servicios básicos como teléfono, internet, energía eléctrica, agua potable, y de riego.

Las cinco parroquias los Andes, García Moreno, San Rafael, Monte Olivo y San Vicente de Pusir, cuentan con tierras idóneas para la agricultura especialmente para el cultivo del fréjol, siendo este un punto importante debido a que la mayoría de familias se dedican netamente a la agricultura, y es este su principal ingreso económico del cual dependen, cabe

mencionar que dichas parroquias cuentan con un clima que va de cálido a frío, siendo esto ventajoso para que dicha gramínea se cultive en grandes cantidades y en óptimas condiciones, y de esta forma sea apta para el consumo humano.

El fréjol “canario – injerto mejorado” es una gramínea o fruto comestible ya sea en grano maduro, seco y entero, que posee un color amarillo y su nombre científico es “Phaseolus Vulgaris”. El cultivo de este producto se realiza en climas cálidos y fríos, por lo que es preferido por la mayoría de personas para su consumo debido a su textura, sabor y un alto contenido de proteínas, carbohidratos, lípidos, fibra, minerales y vitaminas. Cabe destacar que este producto tiene diferentes formas de presentación como puede ser en conserva, seco y otros.

Comercialmente la producción de fréjol en el cantón Bolívar se ha venido cultivando de manera masiva en 8.300 hectáreas que representa el 42% de la producción total (III CENSO NACIONAL AGROPECUARIO-2010), lo cual ha generado problemas de sobre oferta, debido a que los productores al no poder vender el producto se ven obligados a rematar hasta en un mínimo precio, esto afecta directamente su economía al no poder recuperar la inversión y por ende es una pérdida con su cultivo, siendo los agricultores los más afectados en cuanto a sus ingresos, cabe recalcar que esto se da porque es vendido a un precio bajo y es el resultado de una sobreproducción de dicha gramínea.

Dentro del cantón Bolívar existen bodegas de acopio de granos secos, quienes en su mayoría adquieren el fréjol especialmente a los medianos y pequeños productores, ya sea para revenderlo a los mismos productores para su siembra o para la venta al consumidor final; los propietarios de dichas bodegas adquieren el producto en grandes cantidades y lo compran un precio que no llega a cubrir siquiera su inversión, siendo los dueños de estas bodegas los intermediarios quienes obtienen la mayor parte de ganancias, lo cual afecta directamente la economía de los

pequeños productores que invierten en su producto con la finalidad de obtener una ganancia.

En dicho cantón existe también un mercado mayorista, que adquiere diferentes productos como arveja, choclos y principalmente el frejol ya que es el que más se cultiva en las diferentes parroquias del cantón Bolívar, estos productos se compran a los diferentes agricultores sean estos grandes, mediano o pequeños; el precio que pagan por el producto final como es el frejol es bajo; por eso es importante indicar que cuando el intermediario compra al productor el frejol esto no asegura de que la próxima también lo haga, ya que existe una sobre oferta de esta gramínea, y por lo tanto no existe un lugar fijo donde los pequeños productores pueden ofrecer este producto.

El café tradicional como el nescafé, si café entre otros es distribuido y comercializado en los mini mercados y en las diferentes tiendas del cantón Bolívar, siendo este un punto importante ya que son estos negocios los que tienen una mayor y diaria afluencia de personas consumidoras y posibles consumidores de café. Los demás cantones de la provincia del Carchi son consumidores de café, esto según datos del (COFENAC 2012) lo que es positivo conocer, que dentro de la provincia del Carchi se comercializa el café tradicional.

Es importante mencionar que en este cantón no existen microempresas artesanales que se dediquen a la elaboración de café ni tampoco de café de frejol, las razones de la no existencia de microempresas son varias, una de ellas es el analfabetismo en las personas campesinas del sector rural, lo cual no permite tener una visualización clara de los negocios; por lo tanto las actividades económicas que por tradición o costumbre familiar lo realizan es la agricultura, siendo este su principal modus vivendi del cual dependen. Otra de las razones es la desconfianza misma en sus propias capacidades y de decisión; y la más importante es el abuso de los intermediarios en la fijación de precios.

Al ser la agricultura la principal actividad de las familias del sector, cabe mencionar que la bebida principal y de trabajo que el agricultor reparte a cada uno de sus trabajadores o jornaleros es el café sea en la mañana, a medio día o en la tarde.

Actualmente existen problemas que afectan a los productores, uno de ellos es la falta de una procesadora para la elaboración de café de fréjol, como también la inexistencia de una microempresa que brinde un producto con altos niveles de calidad para comercializar en los mercados locales y regionales.

Frente al problema descrito se plantea estructurar una microempresa de Café de Fréjol “Canario-Injerto Mejorado”, siendo promotores de actividades nuevas y organizadas de cultivos; es importante destacar que esta microempresa se proyecta a generar plazas de trabajo.

JUSTIFICACION

La importancia de la siguiente investigación se fundamenta en que permitirá mejorar la venta del producto final como es el frejol; en los productores minoritarios, siendo ellos quienes formarán parte de la microempresa debido a que contribuirán con su producto como es el fréjol, el cual será procesado para la elaboración del café de fréjol, mediante el empleo adecuado y eficiente de recursos, y de esta manera incrementar la producción y mejorar cada vez más el producto terminado con el menor costo posible.

El presente proyecto es factible de realizarlo debido a que existen las condiciones necesarias para la elaboración de este tipo de café, puesto que se utilizara herramientas de tipo artesanal y eléctrico que se las encuentra fácilmente en el mercado; otro factor para el desarrollo de la microempresa es la disponibilidad que tiene la población para trabajar con la microempresa; además de que el sector cumple con las condiciones óptimas para el cultivo del frejol, debido a que esta es la materia prima a utilizar para la elaboración del café.

Los beneficiarios directos del presente proyecto serán los pequeños agricultores del Cantón Bolívar y sus parroquias, porque con ello se mejorará la economía de sus habitantes, brindándoles fuentes de trabajo, lo cual permitirá generar un crecimiento económico en el cantón; teniendo en cuenta que los beneficiarios indirectos son todos los habitantes de la Provincia del Carchi ya que podrán consumir un producto sano, de calidad sin la utilización de químicos ni preservantes y a un precio accesible; visto de esta forma el proyecto genera interés local y regional por brindar un aporte nutricional positivo a la población del norte del país específicamente al cantón Bolívar.

El proyecto es original ya que en el sector no existe otra microempresa que se dedique a esta actividad como es la de elaborar café artesanal ni café de frejol.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de café de fréjol “Canario-Injerto Mejorado” en el Cantón Bolívar, Provincia del Carchi.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional externo donde se llevará a cabo el proyecto para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que influirán en la creación de la microempresa de café de fréjol.
- Analizar y determinar las bases teóricas y científicas que permita garantizar la realización del proyecto a través investigaciones bibliográficas y documentales.
- Realizar un estudio de mercado para la producción y comercialización de café de fréjol en el cantón Bolívar.
- Realizar un estudio técnico enfocado a la, localización óptima de la propuesta, tamaño del proyecto, distribución de instalaciones, proceso de producción, presupuesto técnico para la nueva unidad productiva.
- Efectuar el estudio financiero para determinar datos económicos cuantitativos tales como de: ingresos, gastos, estados proforma con objeto de demostrar si es factible o no el proyecto.
- Determinar la estructura organizativa y funcional de la microempresa dedicada producción y comercialización del café de fréjol.
- Establecer los posibles impactos que se derivan del presente proyecto para mitigarlos o potencializarlos.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

A través del diagnóstico situacional se establece el área de intervención del proyecto, particularizando aspectos: históricos, geográficos, socio – demográficos y actividades económicas que se desarrollan en el Cantón Bolívar. Cabe recalcar que esto se trata de un diagnóstico situacional general, ya que el diagnóstico o estudio técnico se encuentra previo al estudio de mercado.

En el aspecto metodológico, se inició con la planificación del proceso de dicho diagnóstico, posteriormente se establecieron los objetivos del diagnóstico, variables, indicadores, matriz de relación diagnóstica y la fuentes de información. A continuación se describen los puntos señalados.

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General

- Conocer la situacional actual del entorno donde se llevará a cabo el proyecto mediante la identificación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que influirán en la creación de la microempresa de café de fréjol.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Establecer los antecedentes históricos del Cantón Bolívar.
- Determinar la ubicación geográfica del área de investigación
- Analizar datos socio demográfico del sector a indagar.
- Determinar las distintas actividades económicas del Cantón Bolívar.

1.2. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

- a. Antecedentes Históricos
- b. Ubicación Geográfica.
- c. Datos socio – demográficos
- d. Actividades económicas

1.3. INDICADORES O SUBASPECTOS

1.3.1. Antecedentes Históricos del Cantón Bolívar

- a. Origen de su nombre
- b. Rasgos históricos
- c. Parroquialización
- d. Fundación del cantón

1.3.2. Ubicación Geográfica del Cantón

- a. Ubicación
- b. Límites
- c. División política – administrativa
- d. Caracterización del medio físico

1.3.3. Datos Socio – Demográficos del Cantón Bolívar.

- a. Estadística poblacional
- b. Pobreza
- c. Educación
- d. Salud
- e. Empleo
- f. Nivel socio económico

1.3.4. Actividades Económicas del Cantón Bolívar.

- a. La Población Económicamente Activa
- b. Diversificación de las actividades económicas.

1.4. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO Nº 1
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Objetivos Específicos	Variables	Indicador	Fuente	Técnicas	Informantes
Establecer los antecedentes históricos del Cantón Bolívar	<ul style="list-style-type: none"> • Antecedentes históricos 	<ul style="list-style-type: none"> • Origen de su nombre • Rasgos históricos • Parroquialización • Fundación del cantón 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliográfica 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Bolívar.
Determina la ubicación geográfica del área de investigación.	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación geográfica 	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación • Límites • División político – administrativa • Caracterización del medio físico 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliográfica 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Bolívar.

<p>Analizar datos socio – demográficos del sector a indagar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Datos socio – demográficos 	<ul style="list-style-type: none"> • Estadística Población • Pobreza • Educación • Salud • Empleo • Nivel Socioeconómico del cantón Bolívar 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliográfica 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Bolívar.
<p>Determinar las diferentes actividades económicas del Cantón Bolívar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades económicas 	<ul style="list-style-type: none"> • La Población Económicamente Activa • Diversificación de las actividades económicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliográfica 	<ul style="list-style-type: none"> • INEC • Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Bolívar.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

1.5. ANALISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS

1.5.1. Antecedentes Históricos del Cantón Bolívar

a. Origen de su nombre

Conocida desde antes de la época de la colonia con el nombre de Puntal, en honor a su cacique, significa “tierra dura o lugar firme”. y luego bautizada como Nuestra Señora de la Purificación, tomo el nombre de los Mantayas y su precursor Martín Puntal, pero la estancia de Simón Bolívar en este territorio, provocó que años más tarde se cambie el nombre del cantón por Bolívar en honor a este acontecimiento.

b. Rasgos Históricos

Puntal, existió antes de la conquista Incásica (año 1.500) y perteneció a la cultura de los Pastos.

Este territorio incluía a Pialquer (La Paz), Cuesaca, Pistud, Pucará o Chalgvar (García Moreno), Puntales, Yascón, Alor, Muniar (los Andes) y Cúnquer.

En el período colonial, en el año de 1583 la zona pertenece a la encomienda del General Matia de Arena. Los caciques del antiguo pueblo fueron los descendientes de Martín Puntal.

En tiempo de la independencia, los puntaleños colaboraron con la causa libertaria. El propio Libertador Simón Bolívar pernoctó en este pueblo el 23 de mayo de 1825, razón por la cual, años más tarde, el pueblo cambiaría de nombre por el de Bolívar.

c. Parroquialización del cantón

El 11 de abril de 1851, el pueblo de Puntal es elevado a la categoría de parroquia civil con la creación del cantón Tulcán. Su variedad de clima, le dio una producción diversa y abundante. Como la mayoría de los pueblos de ese entonces tuvo importantes haciendas (la gran mayoría de españoles y de la iglesia). Posteriormente el 4 de septiembre de 1907, se cambia el nombre de El Puntal, por el de “Bolívar”.

d. Fundación del cantón Bolívar

Como ya se ha venido mencionando en apartados anteriores, gracias la estadía del gran libertador Simón Bolívar por estas tierras da la oportunidad de que los pobladores puedan luchar para que este lugar lleve el nombre de tan importante personaje de esa época, y es así como, el 12 de noviembre de 1995, el Congreso Nacional crea el cantón Bolívar. Al tener una jurisdicción establecida, esto es positivo para dicho cantón ya que el gobierno local apoya a la principal actividad como es la agricultura mediante la creación de políticas de desarrollo comercial para los productores del cantón Bolívar.

1.5.2. Ubicación geográfica del cantón

Geográficamente el cantón Bolívar, con respecto a sus límites y ubicación presenta las siguientes características dentro de su división política.

a. Ubicación

Con referencia al norte del Ecuador y al sur oeste de la provincia del Carchi se localiza el Cantón Bolívar, este se encuentra a 70 kilómetros de su capital la ciudad de Tulcán por la vía panamericana.

b. Límites

Los límites que demarcan al cantón Bolívar, están por el norte con el cantón Espejo, por el noreste con el cantón Montufar, por el este con la Provincia de Sucumbíos, por el occidente con el Cantón Mira y por el sur con la Provincia de Imbabura.

c. División Política y administrativa

Cabecera cantonal Bolívar

➤ **Parroquias Rurales**

García Moreno, Los Andes, Monteolivo, San Rafael, San Vicente de Pusir.

➤ **Extensión**

329,03 km²

d. Caracterización del medio físico:

➤ **Clima**

En lo referente a las zonas climáticas de las cuales goza el cantón Bolívar, tenemos que éste presenta un complejo y cambiante clima que oscila desde el subtropical seco hasta el páramo húmedo.

Los estados climáticos que se presentan en el cantón Bolívar con respecto al número de precipitaciones, podemos encontrar que se destacan dos, los cuales son: invierno que va desde enero a mayo, y el verano que se extiende desde junio a diciembre; estos estados dependen de ciertas características como son: las condiciones orográficas tales

como: altitud, orientación de las vertientes, relieve de los alrededores de la cuenca, así como la influencia de las masas de aire provenientes del Océano Pacífico.

➤ **Altura**

El cantón Bolívar, es el comienzo del punto de ascenso de la provincia del Carchi, por lo que se encuentra a 1800m.s.n.m. en el valle del Chota, hasta los 3200 m.s.n.m. en los páramos de Mondragón. La cabecera se encuentra a 2503 m.s.n.m. (Aproximadamente).

➤ **Precipitación**

La precipitación media en las micro cuencas del Cantón Bolívar varía desde 700 a 2200 mm/año.

➤ **Temperatura**

La temperatura de la cual goza el cantón Bolívar, esta fluctuante en un rango de 12° C hasta 18°C.

➤ **Suelos**

Las características que se destacan de los suelos que tiene el cantón Bolívar, tenemos que son poco profundos, bien drenados y de textura franco arcillosa y evidentemente que el valle sean arenosos, el PH de estos suelos es ligeramente ácido en la parte del páramo y ligeramente alcalinos en la parte de valle.

➤ **Producción**

El cantón Bolívar, goza de una muy variada y rica producción, a pesar de que parte de su territorio tiene extensiones de cangagua, lo que hace que ciertos pobladores estas zonas se dedican a al trabajo en el campo buscando que sus terrenos se vuelvan cultivables. A esto se debe mencionar que la producción agrícola se ha visto fortalecida por el hecho de que dentro de este cantón se encuentra el mercado mayorista del norte de la provincia, esto también ha dinamizado la economía de la población.

Al ser la agricultura la principal actividad de dicho cantón, las autoridades locales han hecho énfasis en la vialidad, es decir que existen vías de acceso, lo que permite la salida de sus productos desde los terrenos o zonas de cultivo hacia los diferentes lugares de expendio; es importante mencionar que existen centros de acopio o bodegas que compran a los pequeños productores, siendo ellos los intermediarios entre el productor y consumidor, teniendo en cuenta que los precios que pagan los intermediarios son relativamente bajos al hacer relación con lo invertido para el cultivo.

1.5.3. Datos Socio – Demográficos del Cantón Bolívar

Los datos que se reflejan en este trabajo, están fundamentados en la información que se levantón del último censo realizado en el año 2010.

a. Estadística poblacional

Población por sexo tasa de crecimiento según parroquias y origen étnico

CUADRO Nº 2

POBLACIÓN POR SEXO, TASAS DE CRECIMIENTO SEGÚN PARROQUIAS Y ORIGEN ÉTNICO

PARROQUIAS	TOTAL	%	HOMBRES	MUJERES	ORIGEN ÉTNICO	Etnia	Población	Porcentaje	
TOTAL	6.838	100	3.466	3.462				6.838	100%
Bolívar (Urbano)	2.998	20,90	1.498	1.500			Indígena	103	1%
Área rural	1.349	79,10	656	680			Afro – ecuatoriano/a Afro – descendiente	1.956	14%
Periferia	998	15,40	450	448			Negro/a	321	3%
García Moreno	1.406	9,80	695	711			Mulato/a	178	1%
Los Andes	1.260	15,80	1.082	1.178			Montubio/a	23	0%
Monteolivo	950	11,80	400	450			Mestizo/a	5.521	79%
San Vicente de Pusir	1.044	14,20	1.004	1.040			Blanco/a	110	2%
San Rafael	1.741	12,10	873	868			Otro/a	2	0%

Fuente: INEC 2010
Elaborado por: La Autora

De acuerdo a los datos arrojados en el último censo realizado en el 2010, se tiene que la población correspondiente al Cantón Bolívar, es de 6838 habitantes. Por su lado la zona urbana consta de una población de 2.998 numero que corresponde al 20,90% del total, por otro lado la periferia concierne a 998, siendo su porcentaje el 15,40% del total del cantón.

En cuanto al origen étnico, extraemos que la etnia con mayor representatividad es la mestiza con un numero de 5.521 el mismo que hace referencia al 79% de la población, siguiendo el orden numérico tenemos en segundo lugar la etnia Afro – ecuatoriano/a Afro – Descendiente que consta de 1.956 habitantes los mismo que representan

el 14% del total de la población, y consecuentemente les siguen las demás etnias.

En este sentido claramente podemos determinar que la población del cantón Bolívar es lo suficientemente numerosa como para poder justificar la formación de una micro empresa, puesto que la mano de obra y la materia prima seria dada o extraída de la misma población, ya que son las etnias mestiza y afro descendiente las que más se dedican a la agricultura en esta zona, de este modo se estaría contribuyendo al desarrollo del mismo.

b. Pobreza

CUADRO Nº 3

INCIDENCIA DE POBREZA EN EL CANTÓN BOLÍVAR POR NECESIDADES BÁSICAS INSATISFECHAS

Sector	Indicador	Unidad	Valor
Pobreza	Incidencia de pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas	%	78.53
	Incidencia de la extrema pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas	%	39.08

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar

Elaborado por: La Autora

Si bien es cierto que la población general del cantón Bolívar es de 14.347 habitantes, lo expuesto en este cuadro con respecto a las Necesidades Básicas Insatisfechas, se dividen en dos indicadores: uno la Incidencia de la pobreza por Necesidad Básica Insatisfecha con el 78, 53% lo que quiere decir que corresponde a 11.267 habitantes del total de la población; mientras que el segundo índice de la extrema pobreza por Necesidad Básica Insatisfecha esta en el 39.08% lo que equivale a 5.607 pobladores del total del cantón Bolívar, por lo tanto este proyecto a

realizarse tendría toda la factibilidad, puesto que los índices de pobreza en esta zona son sumamente elevados, la creación de una microempresa contribuiría al desarrollo y adelanto de sus condiciones de vida.

c. Educación

**CUADRO Nº 4
INDICADORES DE EDUCACIÓN EN EL CANTÓN BOLÍVAR**

Sector	Indicador	Unidad	Valor
Educación	Analfabetismo	%	7.63
	Nivel de escolaridad	Años	6.9
	Tasa de asistencia neta básica	%	93.48
	Tasa de asistencia neta bachillerato	%	48.30
	Tasa de asistencia neta superior	%	13.17
	Educación básica completa	%	30.25
	Educación básica completa (16 años y mas)	%	63.04
	Secundaria completa	%	19.40
	Secundaria completa (19 años)	%	46.31
	Madres jóvenes con secundaria completa	%	30.50

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar

Elaborado por: La Autora

Con lo referente a lo expuesto en este cuadro y a su información contenida, revela que la educación en el cantón Bolívar, se puede dividirla de la siguiente manera: analfabetismo que posee un porcentaje de 7.63%

lo que equivale a 1.095 del total de la población esto es alarmante pues existe un gran número de pobladores que no tienen ningún tipo de educación, por otro lado los que asisten a la primaria están en un porcentaje de 93.48% mismo que equivale a 13.412; los que por su lado asisten a la secundaria están en un porcentaje de 19.40% los mismos que equivalen a 2.783 del total de la población; y para destacar los niveles mas importantes de educación tenemos el superior que se encuentra en un porcentaje de 13.17% valor que equivale 1.889 habitantes del total de la población.

Como se puede observar se tiene una recurrencia a la educación básica podría decirse que es casi completa, pero paulatinamente se produce una baja o una deserción escolar en la secundaria, y por ultimo en la superior casi nadie llega; esto nos revela la situación económica que en varias ocasiones es el desencadenante para este fenómeno social, al poder propiciar a la gente una alternativa más de trabajo se estaría proporcionándole también la posibilidad de un ingreso económico con lo cual podría sustentar el estudio de los miembros de la familia.

d. Salud

CUADRO Nº 5

INDICADORES DE SALUD EN EL ÁREA DEL CANTÓN BOLÍVAR

Sector	Indicador	Unidad	Valor
Salud	Tasa global de fecundidad	%	2.64
	Población con discapacidad	%	8.34
	Tasa médicos por 10.000 habitantes	%	11.85
	Tasa de natalidad	%	18.92
	Tasa de mortalidad infantil	%	0
	Tasa de mortalidad de la niñez	%	0
	Tasa de camas por 10.000 habitantes	%	0

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar

Elaborado por: La Autora

Los datos expuestos en este cuadro nos revela la situación de salud en el cantón Bolívar, el mismo que presenta varios aspectos como es el caso de: tasa global de fecundidad la misma que se encuentra en un porcentaje de 2.64%, lo que equivale a 379 habitantes del total de la población; además la población con discapacidad esta en un porcentaje de 8.34% lo que equivale a 1.197 habitantes del total de la población; por otro lado la tasa de médicos por 10.000 habitantes esta en un porcentaje de 11.85% mismo que equivale a 1.700 habitantes del total de la población; también está la tasa de natalidad que tiene un porcentaje de 18.92% lo que equivale a 2.714 habitantes del total de la población. Estos datos nos indican que la población está un alto promedio de crecimiento pero que el nivel de atención medica no es lo suficiente, además son personas de escasos recursos económicos que poseen un familiar con discapacidad, además las plazas de trabajo son limitadas, la posibilidad de la aparición de una microempresa dinamizaría la economía de los pobladores, dándoles mayores oportunidades en el aspecto de salud, para que puedan acudir a un medico privado. De igual modo se estaría brindándoles la posibilidad de trabajo a las personas con discapacidad.

e. Empleo

**CUADRO Nº 6
INDICADORES DE EMPLEO EN EL CANTÓN BOLÍVAR**

Sector	Indicador	Unidad	Valor
Empleo	Población económicamente activa	n	5650
	Población en edad de trabajar	n	11455
	Tasa bruta de participación laboral	%	39.38
	Tasa global de participación laboral	%	49.32

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar

Elaborado por: La Autora

La información expresada en este cuadro hace referencia a los aspectos básicos que comprenden un análisis del fenómeno social empleo, en el cantón Bolívar, es así que se logra determinar que: población económicamente activa esta en un numero de 5.650 habitantes del cantón; población en edad de trabajo esta en un numero de 11.455 habitantes del cantón Bolívar; tasa bruta de participación laboral esta con un porcentaje de 39.38% lo que equivale a 5.650 habitantes del cantón Bolívar; tasa global de participación laboral esta en un porcentaje de 49.32% lo que equivale a 7.076 habitantes de dicho cantón.

En consecuencia podemos deducir que la población en edad de trabajo está en un número adecuado para poder se destinada a una plaza laboral, pero en el sector existen limitados lugares de trabajo; con la posibilidad de una microempresa se estaría generando expectativas de trabajo, y se estaría ubicando a esa población en un lugar de trabajo.

Esto lo apoyamos en el hecho de que solo la mitad de la población esta laborando, o tiene un lugar de trabajo mientras que la otra mitad esta estudiando o no tienen un lugar donde trabajar.

f. Nivel Socioeconómico del cantón Bolívar

CUADRO Nº 7
NIVEL SOCIOECONÓMICO DEL CANTÓN BOLÍVAR

NIVEL SOCIOECONÓMICO	HABITANTES	%
Alto	1.776	26
Medio	3.874	57
Bajo	1.188	17
TOTAL	6.838	100

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2010

Elaborado por: La Autora

Dentro del nivel socioeconómico del cantón Bolívar se consideran tres, los cuales son los siguientes: nivel socioeconómico alto con 1.776 habitantes que son el 26% del cantón, seguido del nivel medio con 3.874 habitantes

siendo este grupo el más numeroso con un porcentaje del 57%, y finalmente el nivel bajo con 1.188 con el 17%.

1.5.4. Actividades Económicas del cantón Bolívar

En la ejecución de este trabajo de investigación se debe tener presente que es de vital importancia pues con esto determinaremos cuales son las principales actividades económicas para tener un punto de referencia y conocer cuáles son las formas de satisfacer las necesidades con respecto de: vivienda, alimentación, vestido, educación, y salud. Pero cabe resaltar que cada una de las parroquias tiene predominancia de una cierta actividad económica, de acuerdo al lugar donde esté ubicada.

a. Población Económicamente Activa

- **La Población Económicamente Activa según grupos ocupacionales y según rama de actividad**

CUADRO Nº 8
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA, SEGÚN GRUPOS
OCUPACIONALES

GRUPO DE OCUPACIÓN (PRIMER NIVEL)	CASOS	%
Directores y gerentes	32	0,57
Profesionales científicos e intelectuales	155	2,74
Técnicos y profesionales del nivel medio	110	0,88
Personal de apoyo administrativo	166	2,93
Trabajadores de los servicios y vendedores	2.189	33,07
Agricultores y trabajadores calificados	3.898	35,55
Oficiales, operarios y artesanos	213	3,76
Operadores de instalaciones y maquinaria	128	2,26
Operaciones elementales	1.572	9,24
No declarado	485	6,80
Trabajador nuevo	124	2,19
Total	6.838	100

Fuente: INEC. Censo de población 2010

Elaborado por: La Autora

De entre una gran lista de grupos ocupacionales determinados en el cantón Bolívar, este cuadro nos revela los porcentajes mas elevados según el grupo ocupacional, es así como logramos destacar que el más elevado es: agricultores y trabajadores calificados que están en un porcentaje de 35.55% lo que equivale a 3.898 habitantes del cantón Bolívar; siguiendo en orden secuencial están los trabajadores de los servicios y vendedores con un porcentaje de 33.07% lo que equivale a 2.189 habitantes del cantón Bolívar.

Estos % ayudan a determinar la viabilidad de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de café de frejol en el cantón Bolívar, y evidentemente los resultados son positivos pues la gran mayoría de la población están en el grupo ocupacional de la agricultura, serán los que nos propicien la materia prima en este caso. Además de que dentro de este cantón no existe una microempresa que se dedique a la elaboración de esta nueva bebida, lo cual genera una expectativa alentadora por cuanto existe de los recursos para hacerlo como talento humano calificado, disposición de materia prima necesaria entre otros.

CUADRO Nº 9
POBLACION ECONÓMICAMENTE ACTIVA, SEGÚN RAMA DE
ACTIVIDAD

RAMA DE ACTIVIDAD (PRIMER NIVEL)	CASOS	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	3.898	65,71
Explotación de minas y canteras	9	0,16
Industrias manufactureras	142	2,51
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	7	0,12
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	10	0,18
Construcción	786	1,48
Comercio al por mayor y menor	2.189	42,96

Transporte y almacenamiento	91	1,61
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	49	0,87
Información y comunicación	122	0,39
Actividades financieras y de seguros	8	0,14
Actividades inmobiliarias	2	0,04
Actividades profesionales, científicas y técnicas	26	0,46
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	42	0,74
Administración pública y de defensa	210	2,79
Enseñanza	147	2,60
Actividades de atención de la salud humana	765	0,69
Artes, entretenimiento y recreación	9	0,16
Otras actividades de servicios	39	0,69
Actividades de los hogares como empleadores	157	2,77
No declarado	485	6,75
Trabajador nuevo	124	2,19
Total	6.838	100

Fuente: INEC. Censo de Población 2010

Elaborado por: La Autora

Este cuadro nos posibilita la información de una gran cantidad de rama de actividades, pero se destacaran las de mayor porcentaje para contextualizar; y es así como se logra determinar que la Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca son las más elevadas con un 65.71% lo que equivale a 3.898 habitantes del cantón Bolívar; otra de las actividades mas destacadas son el Comercio al por mayor y menor que constan de un porcentaje de 42.96% lo que equivale a 2.189 habitantes dedicados a esta actividad en el cantón Bolívar.

En consecuencia se debe destacar que estas no son las únicas actividades pero si las más destacada, por razón de estudio e investigación se toma las más representativas y en este caso, se puede deducir que el estudio de factibilidad sigue con un resultado a favor pues la actividad de la microempresa estará relacionada directamente con la actividad de la agricultura y el comercio.

- **Población Económicamente Activa según categoría de ocupación**

CUADRO N° 10
POBLACION ECONÓMICAMENTE ACTIVA, POR CATEGORÍA DE
OCUPACIÓN

Categoría de ocupación	Población
Empleado publico	210
Empleado privado	1.200
Jornalero/a o peón	3.898
Patrono/a	109
Socio/a	89
Cuenta propia - comercio	1.915
Trabajador/a no remunerado	110
Empleado/a Domestico/a	167
Se ignora	188
Trabajador nuevo	124
Total	6.838

Fuente: INEC. Censo de población 2010

Elaborado por: La Autora

De acuerdo a la información vertida por el cuadro con lo referente a la categoría de ocupación, se extrae que la categoría de jornalero o peón tiene un numero de 3.898 habitantes del cantón Bolívar, siendo esta la más numerosa; además está la segunda categoría que es la de cuenta propia que tiene un numero de 1.915 habitantes del cantón Bolívar dedicados al comercio.

En consecuencia al contextualizar esta información se extra que es de mucha importancia al realizar el estudio de factibilidad de la microempresa productora y comercializadora de café de frejol, pues los datos apoyan la tesis de que son estas dos actividades la base para el emprendimiento y la buena marcha de la microempresa.

- **La Población Económicamente Activa de la provincia del Carchi**

CUADRO Nº 11

POBLACION ECONÓMICAMENTE ACTIVA, POR SECTORES ECONÓMICOS, SEGÚN CANTONES

Cantones	Total		Sector primario	Sector secundario	Sector terciario	No específico	Trabajador nuevo
	Numero	%					
Provincia	41.131	100	24.930	6.404	30.122	5.464	1.738
Tulcán	28.468	54,57	8.307	4.039	20.980	3.045	1.097
PORCENTAJE			22,17%	10,78%	55,99%	8,13%	2,93%
Bolívar	6.838	17%	3.728	226	1200	382	124
PORCENTAJE			65,87%	3,99%	21,20%	6,75%	2,19%
Espejo	4.978	7,25	2.504	354	1.596	378	146
PORCENTAJE			50,30%	7,11%	32,06%	7,59%	2,93%
Mira	4.895	7,13	2.827	271	1.159	538	100
PORCENTAJE			57,75%	5,54%	23,68%	10,99%	2,04%
Montufar	8.562	18,30	5.868	1.300	4.394	774	226
PORCENTAJE			46,71%	10,35%	34,98%	6,16%	1,80%
San Pedro de Huaca	3.095	4,51	1.696	214	793	347	45
PORCENTAJE			54,80%	6,91%	25,62%	11,21%	1,45%
% por sectores económicos de total de la provincia	100		36	9	44	8,0	3

Fuente: INEC. Censo de población 2010

Elaborado por: La Autora

De acuerdo al último censo realizado en el año 2010, en el Cantón Bolívar se concentra más de la mitad de la Población Económicamente Activa, ubicándose el sector primario con el 65.87%, siendo este el principal sector económico constituyendo la agricultura, ganadería, pesca, y silvicultura; seguido del sector terciario que están integrado por los servicios, comercio, entre otros con el 21.20%. Mientras

que el sector secundario, relacionado con industrias manufacturas y la construcción con el 4%. Finalmente con el 6.75% y 2.19% corresponden al sector económico no declarado y al trabajo nuevo respectivamente.

Con esto logramos determinar que en el cantón Bolívar, es factible la ubicación de una microempresa productora y comercializadora de café de frejol, pues sus principales actividades están encaminadas a la labor agrícola y comercial, por lo tanto se estaría contribuyendo a la dinamización económica del mismo, con el fin de cubrir las necesidades básicas, y mejorar la calidad de vida de los pobladores.

b. Diversificación de las actividades económicas

Para el presente trabajo de investigación se hace necesario destacar las actividades económicas desarrolladas en el cantón Bolívar; en primer lugar está la agricultura, en segundo lugar se encuentra la ganadería, y en tercer lugar y sin restarle importancia están las actividades comerciales, además de esto, el Cantón Bolívar goza de una extensión de 36.085 hectáreas netamente cultivables, a esto se le añade el hecho de que sus climas son favorables para el cultivo de productos propios de una temperatura cálida, en especial el frejol el cual se constituirá en la materia prima que se empleará para la elaboración del café de frejol; en este cantón se cultiva en gran cantidad dicha gramínea pues al constituirse en un producto que se desarrolla en un clima templado y en corto tiempo es el preferido de los pequeños agricultores.

➤ **Agricultura.-** El suelo y los pisos climáticos existentes en las extensiones territoriales de cada una de las parroquias del cantón Bolívar, hacen que este se constituya en un sector favorable para la siembra de productos de ciclo corto y de ciclo largo, para este proyecto se hizo necesario destacar y focalizarnos en el frejol, pues lo económico, fácil y rápido de cultivar, hace que este sea muy preferido por los agricultores;

cabe señalar que estos aspectos han estado acarreado una sobre producción de frejol en la zona, y no existe una nueva alternativa para la utilización de esta gramínea, únicamente se optaba con la venta directa, con este proyecto se brinda una nueva oportunidad de comercialización de este producto, de esta manera se aportara con el adelanto económico del cantón.

En cifras se determina que en el cantón Bolívar según la población económicamente activa (PEA) EL 65,71%, se dedican a la agricultura, ganadería silvicultura y pesca, que viene a ser una población de 3.898 habitantes que se dedican a estas actividades (INEC 2010).

➤ **Ganadería.-** El adelanto y emprendimiento económico del cantón Bolívar, básicamente está en la agricultura y en poca medida la ganadería, la razón por la que esta última se encuentra en segundo lugar, es porque no todos los pisos son favorables para la agricultura por lo tanto se hace necesario dedicarse a otras actividades; la ubicación de la micro empresa en este cantón diversificara la economía del mismo, liberándolo del tradicionalismo de estar centrado únicamente en la agricultura y en la ganadería, se estaría brindado una oportunidad laboral a la población Bolivareense y una oportunidad a la reactivación económica en algunos casos.

➤ **Otras actividades.-** El cantón Bolívar, además de tener sus dos actividades que por naturaleza son las más destacadas, esta también cuenta con el turismo el cual se encuentra en un proceso de reactivación; esto aporta positivamente a la actividad comercial del cantón, dinamizando la afluencia del turismo tanto nacional como extranjero, proporcionando la posibilidad de que se pueda dar a conocer a este innovador producto como es el café de frejol, ya que es una alternativa sana para aquellas personas que no pueden degustar de la cafeína. Es importante denotar que la segunda actividad representativa es el

comercio al por mayor y menor que cuenta con 2.189 habitantes que realizan esta actividad, que representa el 42.96 % según (INEC 2010).

El cantón Bolívar al pertenecer a una provincia fronteriza, misma que por su condición comercial y agrícola, mantiene con su par relaciones de intercambio o compra-venta de productos agrícolas, siendo esto también una alternativa favorable para este proyecto.

1.6. DIAGNÓSTICO EXTERNO

En este punto hay que destacar que este trabajo es una idea nueva a implantarse, por lo tanto para este aspecto no se puede realizar un Diagnostico AOOD; siendo importante que se conozca el entorno donde funcionará el nuevo emprendimiento, consecuentemente se hace necesario que se ponga a estudio los: aliados, oponentes, oportunidades, y riesgos de lo referente a la ubicación y posterior funcionamiento de la empresa o microempresa.

1.6.1. Aliados

- ✓ Los agricultores serán quienes proporcionen la materia prima de forma continua.
- ✓ Los comerciantes minoritarios y mayoritarios aportarán con el proceso de compra – venta, dinamizando el trabajo de la microempresa.
- ✓ Las alianzas entre centros de acopio y la microempresa permitirán cubrir ciertos déficits de materia prima en temporada baja.
- ✓ Será el gobierno local quien por medio de sus políticas de desarrollo comercial permitirá la materialización del proyecto.
- ✓ Los turistas, se constituirán en entes de consumo del café de frejol y a la vez serán quienes realizaran una difusión indirecta.

1.6.2. Oportunidades

- ✓ El clima beneficiara el cultivo de frejol, para mantener un cadena constante de entra en materia prima a la micro empresa.
- ✓ Las vías de transporte, facilitarán el ingreso de la materia prima a la micro empresa.
- ✓ La calidad de los suelos aportan al fácil cultivo de frejol, el mismo que se destina al proceso de elaboración de café. .
- ✓ La ubicación geográfica del cantón Bolívar hace que exista un canal de comercialización hacia el interior de la provincia del Carchi y hacia la provincia de Imbabura.
- ✓ El proceso de reactivación turística permitirá establecer nuevos consumidores.

1.6.3. Oponentes

- ✓ Abuso de los comerciantes intermediarios en la fijación de precios.
- ✓ El analfabetismo en personas campesinas del sector rural no permite tener una visualización clara de los negocios
- ✓ Falta de experiencia en el mercado.
- ✓ Modelos tradicionales y artesanales de producción del café de frejol

1.6.4. Riesgos

- ✓ Cultivo de productos alternativos al frejol por influencia del mercado.
- ✓ Falta de materia prima en temporada invernal
- ✓ Crecimiento lento del mercado
- ✓ Fidelidad del cliente por un café tradicional
- ✓ Mano de obra no calificada

1.7. DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

Después de haber efectuado el análisis de las variables diagnósticas y determinado las situaciones favorables y desfavorables del lugar donde se llevará a cabo la propuesta se determina que existen las condiciones óptimas para la creación de una microempresa dedicada a producción y comercialización del café de fréjol (canario – injerto mejorado) con cobertura en el cantón Bolívar Provincia del Carchi, cuya propuesta está encaminada a mejorar las condiciones socioeconómicas del lugar y a la generación de empleo.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. INTRODUCCIÓN

Dentro de la elaboración del marco teórico se ha considerado transcripciones textuales tanto de definiciones como de teorías, las cuales serán analizadas en cada tema o subtema en el transcurso de toda la investigación realizada, esto permitirá trazar una línea de ruta ordenada para sustentar el proyecto.

2.2. OBJETIVO GENERAL

Analizar y determinar las bases teóricas y científicas que permita garantizar la realización del proyecto a través investigaciones bibliográficas y documentales.

2.3. Producción

Según DICCIONARIO CIRCULO DE LECTORES, (2009), define lo siguiente:

“Obtención de frutos o bienes de la naturaleza. Fabricación o elaboración de un producto. Suma de los productos del suelo o de la industria”. Pág. 781

Según ROBLES Washington y ROBLES José (2006), afirman:

“Es la actividad económica que tiene por finalidad crear bienes y servicios para satisfacer las necesidades individuales y colectivas”. Pág. 29

La producción es la transformación o elaboración de la materia prima en producto terminado, es decir que sigue un determinado proceso para su

fabricación hasta estar listo para la distribución y/o comercialización en el mercado, con la finalidad satisfacer la necesidad de un colectivo social, mediante la adquisición o consumo del producto elaborado.

2.4. El Café

Según tesis ORMAZA, Marcos (2012), cita a Delgado, menciona la siguiente definición:

“El café forma parte de la gran familia de las rubiáceas, a las que se incluye el género Coffea. Ecuador es uno de los 14 países del mundo que tiene producción mixta es decir cultivan las dos especies comerciales Coffeaarabica y Coffeacanehora”. Pag. 1

El café es un producto procesado que permite dar sabor a las diferentes bebidas mediante la infusión de su semilla tostada y molida, que en pequeñas cantidades su consumo no afecta a la salud, caso contrario a quienes consuman en exceso podrían afectar su sistema nervioso, esto debido al contenido cafeína.

2.4.1. Tipos de Café

Según tesis ORMAZA, Marcos (2012), destaca los siguientes tipos de café:

a. VARIETADES E HÍBRIDOS DE CAFÉ ARÁBIGO

La especie *Coffeaarabica* L. es identificada como café arábigo. Está conformada por un conjunto de variedades e híbridos que tienen características agronómicas y productivas diferenciadas. El conocimiento de las características fenotípicas de las variedades e híbridos y de su adaptación a los diversos ambientes, contribuye a tomar decisiones

apropiadas, por parte del caficultor, en la perspectiva de establecer nuevos cafetales.

b. VARIEDADES ARÁBIGAS PURAS

TYPICA

Es una variedad originaria de Etiopía (África) que presenta plantas de hasta 4 metros de altura, con ramas laterales que forman un ángulo de 50 a 70 grados.

BOURBÓN

Es originaria de las islas Reunión (antes Bourbon) y comprende dos cultivares. Bourbon rojo y amarillo. Los nombres rojo y amarillo se han dado en base al color de las cerezas.

CATURRA

Caturra fue descubierta en el Estado de Minas Gerais, Brasil, considerada como una mutación de la variedad Bourbon, situada cerca de Madagascar, al sureste de África. Se caracteriza por ser de porte alto, con ramas laterales que forman un ángulo de 45 grados, respecto de eje ortotrópico (Monroig, s.f).

PACHE

Es una variedad descubierta en Jalapa, Guatemala, en 1987 (Colindres, 2008). Se considera como una probable mutación de la variedad Típica (Ordoñez, 1991). MUNDO NOVO. Es una variedad encontrada en el Municipio de Mundo Novo, Estado de Bahía, Brasil en 1943 (IBC, 1981), citado por Duicela (2011). Probablemente se originó de un cruce natural entre Sumatra (selección de Typica) y Bourbon.

PACAS

Pacas es una selección de El Salvador y se considera como una mutación de la variedad Bourbon. Esta variedad es de porte bajo. Las ramas laterales forman un ángulo de 45 grados, respecto del eje ortotrópico (Monroig, s.f.).

CATUAÍ

Catuaí es una variedad resultante del cruce artificial entre las variedades Mundo Novo y Caturra, en 1949, en el Estado de Sao Paulo, Brasil (IBC, citado por Duicela 2011).

c. HÍBRIDOS DE CAFÉ

Al Ecuador se introdujeron los híbridos interespecíficos: Híbrido de Timor e Icatú. También se han introducido materiales genéticos derivados del H. Timor identificados como: Sarchimor, Catimor y Cavimor.

SARCHIMOR

Sarchimor es el resultado del cruzamiento entre el Híbrido de Timor y la variedad Villa Sarchi, desarrollado en el Centro Internacional de las Royas del café, Oeiras – Portugal (Quijano y Gil, 2009; IHCAFÉ, 2004).

CAVIMOR

Es un material sintetizado en el CIFC (Portugal) en base al cruzamiento e las variedades Catuaí x Catimor(Duicela y Sotomayor, 1993).

CATIMOR

Catimor es el resultado del cruzamiento entre el híbrido de Timor y la variedad Caturra (Bettencourt, 1982), citado por Duicela (2011).

2.4.2. Clasificación Taxonómica - CAFÉ

Según Ing. Norman Mora S. (Agrocadena de Café -2008), cita a Alvarado:

**CUADRO N°12
CLASIFICACIÓN TAXONÓMICA DEL CAFÉ**

TANONAMÍA	NOMBRE
Reino	Plantae
División	Magnoliophyta
Sub-División	Angiospermae
Clase	Magnoliata
Sub-clase	Asteridae
Orden	Rubiales
Género	Rubiaceae
Especie(s)	Arabica, canephora, liberica, etc.

Fuente: Alvarado, 1994

Elaborado por: La Autora

2.4.3. Propiedades del Café

Según pagina web:

<http://www.cuidadodelasalud.com/alimentos-nutritivos/tabla-nutricional-del-cafe/>

“Las propiedades del café son cada vez más aceptadas por todos los profesionales, al menos en dosis moderadas. Y es que se ha comprobado que el café puede ayudar a prevenir algunas enfermedades y contribuir a mantener en forma la memoria y acrecentar el rendimiento físico y mental”.

CUADRO N° 13
INFUSIÓN DE CAFÉ MOLIDO, BENEFICIOS NUTRICIONALES DEL
CAFÉ POR CADA 100 Gr

Calorías	0
Carbohidratos	0
Grasas	0.02 g
-saturadas	0.002 g
-trans	0 g
-monoinsaturadas	0.015
-poliinsaturadas	0.001
Proteínas	0.12 g
Agua	99.39 g
Cafeína	40 mg
Vitamina A equivale 0 Mg	0%
Beta-caroteno 0 Mg	0%
Tiamina (Vitamina B1) 0.014 mg	1%
Riboflavina (Vitamina B2) 0.076 mg	5%
Niacina (Vitamina B3) 0.191 mg	1%
Ácido pantoténico (Vitamina B5) 0.254 mg	5%
Vitamina B6 0.001 mg	0%
Vitamina E 0.01 mg	0%
Calcio 2 mg	0%
Hierro 0.01 mg	0%
Magnesio 3 mg	1%
Manganeso 0.023 mg	1%
Fósforo 3 mg	0%
Potasio 49 mg	1%
Sodio 2 mg	0%
Zinc 0.02 mg	0%

Fuente: Internet

Elaborado por: La Autora

2.4.4. Condiciones Climáticas

Según Ing. Norman Mora S. (Agrocadena de Café -2008), destaca lo siguiente:

“Para el cultivo del café, al igual que para cualquier otro, existen características climáticas y edáficas bien definidas, las cuales en cuanto más se aproximen a las condiciones ideales requeridas por el cultivo, en sus diferentes fases fenológicas, mayores posibilidades tendrá de expresar todo su potencial genético, lo que se traducirá en mayor producción, que es lo que en última instancia le interesa al caficultor. Pág. 10. Las condiciones climáticas son”:

a. Temperatura

“Los rangos de temperatura media anual señalados como óptimos para esta especie están entre 17 °C y 23°C, o aún en rangos más estrechos, ubicándose entre 18.3°C y 21,1°C. Se cita además, otro margen de oscilación de temperatura más amplio que va desde los 13°C hasta los 27°C.

b. Precipitación

Es un factor climático muy importante que tiene un efecto significativo en la floración y por lo tanto, en la producción y en su época de maduración. En Costa Rica se ha determinado que, dependiendo de la época de maduración, (temprana, media o tardía), se presentan diferencias importantes en el tamaño y calidad del grano, así como en la acidez, aroma y cuerpo del café en la taza.

c. Humedad Relativa

Se ha determinado que la humedad del aire no es un factor determinante en el cultivo del café. No obstante, se señala que un promedio de humedad relativa, de 70 a 95 %, es recomendable para Coffea arabica.

d. Luz Solar

La luz solar influye en los vegetales por el efecto de dos variables:

Duración (fotoperiodo)

Intensidad (irradiación)

e. Relieve

El cafeto, por ser una planta rústica, se adapta con facilidad a condiciones topográficas que son desfavorables para otros cultivos.

Los suelos planos o ligeramente ondulados son los más aptos para el cultivo del café por su mayor profundidad, capacidad de retención de agua y nutrientes y, por ser aptos para la mecanización.

No obstante, esta última ventaja carece de importancia para la caficultura en Centroamérica, puesto que en general, las labores de cultivo se efectúan manualmente.

f. Profundidad

La profundidad efectiva del suelo es la capa que permite la penetración de las raíces de las plantas. En el caso del cultivo de café se ha determinado que son recomendables los suelos con profundidades no menores a un metro”.

2.5. PRODUCCIÓN DE FRÉJOL

**FIGURA N° 1
PLANTA DE FREJOL**



Fuente: Internet (planta de fréjol)

Elaborado por: Autora.

Según el Centro de Información e Inteligencia Comercial (2009) expresa:

“En el Ecuador, principalmente en la región Sierra, las leguminosas son componentes de los sistemas de producción, ya que son cultivadas en asociación, intercaladas, en monocultivos o en rotación con otros cultivos; por tal motivo juega un papel muy importante en el manejo sostenible de la agricultura y la alimentación”. Pág. 3

El cultivo de frejol es una de las gramíneas más importantes en el país, puesto que es el que aporta a la economía del ecuador, mediante su producción y comercialización dentro y fuera del mismo, a la vez que es uno de los alimentos de consumo diarios, que contiene proteína y minerales.

2.5.1. EL FRÉJOL

Según GOLDBERG, Kalik Arie, (2009), expresa:

“El Fréjol es una rica fuente de proteínas e hidratos de carbono, además de ser una buena fuente de vitamina del complejo B como son la niacina, la riboflavina, el ácido fólico y la tiamina”. Pág. 8
Proporciona hierro, cobre, zinc, fósforo, potasio, magnesio y calcio y tiene un alto contenido en fibra. También es una excelente fuente de ácidos grasos poliinsaturados. El Fréjol es originario de México”.

El fréjol es una gramínea de origen vegetal, que se la puede encontrar tanto tierno como seco, esto permite que el consumidor adquiera un producto de acuerdo a su necesidad, este debe tener en cuenta que dicha gramínea proporciona la mayor fuente de energía al ser humano por su alto contenido de vitaminas y minerales.

❖ **Variedades de Fréjol**

Según GOLDBERG, Kalik Arie, (2009), expresa:

“Existen múltiples variedades de Fréjol que se caracterizan por su tamaño, por su forma, por el color de su semilla y por su tipo de crecimiento existen cerca de 70 variedades de Fréjol que se distribuyen en 7 grupos”:

- Negros
- Rojos
- Amarillos

- Blancos
- Morados
- Bayos
- Pintos
- Moteados

Según lo manifestado por el autor, para la producción de frejol existen diferentes variedades o tipos de esta gramínea, los cuales permiten al productor elegir entre las que más aceptación tenga el consumidor, mediante esta apreciación determinaremos cual tiene mayor demanda en el mercado, para posteriormente cultivarlo y sacarlo a la venta.

a. Frijol Castilla: El Fríjol Castilla es conocido también como Caupi o "haba de China". Esta leguminosa de rápida cocción y fuente natural de selenio tiene su origen en África. Adicionalmente, cuenta con la ventaja de ser de fácil digestión. Beneficios: destacan su efecto en el fortalecimiento del bazo en el proceso de eliminación de agua y toxinas del cuerpo, el alivio de los excesos de calor en el cuerpo y es recomendado como complemento en el tratamiento de la diabetes. Especificaciones Nutricionales: ½ taza contiene 110 calorías, 7 gramos de proteína, 0 de grasa, 18 gramos de carbohidratos, y 6 gramos de Fibra.

b. Frijol de palo: Es un miembro de la familia Cajanus Cajan de color crema o gris claro, moteado, punteado o jaspeado de gris. El cultivo de este fríjol data de por lo menos hace 3000 años. Tiene amplios beneficios nutricionales porque contiene altos niveles de proteínas y aminoácidos como metionina, lisina, triptófano. En combinación con cereales el fríjol de palo constituye una comida completamente balanceada. Especificaciones Nutricionales: ½ taza contiene 352 calorías, 22.3 gramos de proteínas, 0 de colesterol, 1.6 de grasa, 17.5 mg de sodio, 64.4 gramos de carbohidratos y 15.4 gramos de fibra.

c. Frijol canario injerto-mejorado: Es también conocido como "Peruano" o "Mayocoba". Este fríjol de color amarillo azufrado se produce en toda la costa y valles interandinos de Perú, México y en la última década en Estados Unidos. El Frijol Canario es el rey de los frijoles por la textura y sabor, y es el preferido por la mayoría de exigentes Cheffs latinos.

d. Red Kidney: Es un fríjol tipo riñón, pertenece a una familia de leguminosas de gran tamaño incluyendo a los frijoles pinto, bolita, mung y grandes variedades norteñas. Tiene la ventaja de conservar la forma una vez cocinado. Entre alguno de los Beneficios se encuentran: Sirve como diurético, utilizado en el tratamiento de la hinchazón por edema. Factores nutricionales: ½ taza contiene 110 calorías, 8 gramos de proteína, 0 gramos de grasa, 20 gramos de carbohidratos, 0 mg de sodio y 6 gramos de fibras.

Según página web:

<http://www.ecured.cu/index.php?title=Frijol&oldid=1580148>

❖ **Clasificación Taxonómica - FRÉJOL**

Desde el punto de vista taxonómico, ésta especie es el prototipo del género Phaseolus y su clasificación es:

CUADRO No 14

CLASIFICACIÓN TAXONÓMICA DEL FRÉJOL

FAMILIA	ORIGEN
Origen:	Rosales
Familia:	Leguminoseae
Subfamilia	Papilionoidae
Tribu:	Phaseolae
Subtribu:	Phaseolinae
Género:	Phaseolus
Especie:	Phaseolusvulgaris LINNEO

Fuente: Fernández, F.; Gepts, P. y López, M.

Elaborado por: La autora

❖ **Propiedades del Fréjol**

El fréjol tiene un alto contenido en proteínas y en fibra, siendo así mismo una fuente excelente de minerales, su contenido nutricional promedio por cada 100 gramos de alimento crudo en peso neto es el siguiente:

a. Propiedad general

CUADRO Nº 15
PROPIEDAD GENERAL

fibra 4,3 g
humedad 7,9 g
grasas 1,8 g
proteínas 19,2 g
carbohidratos 61,5 g

Fuente: Internet

Elaborado por: La Autora

b. Lípidos

CUADRO Nº 16
LÍPIDOS

grasas totales 1,8 g
colesterol 0,0 mg
saturados totales 0,12 g
monoinsaturados (oléico) 0,06 g
poliinsaturados (linoléico) g 0,18

Fuente: Internet

Elaborado por: La Autora

c. Minerales

CUADRO N° 17

MINERALES

calcio 228 mg
fósforo 407 mg
hierro 5,5 mg
magnesio 140 mg
sodio 24 mg
potasio 1406 mg
zinc 2,79 mg
fluor (no especifica cantidad)

Fuente: Internet

Elaborado por: La Autora

d. Vitaminas

CUADRO N° 18

VITAMINAS

retinol 1,0 µg
ácido ascórbico levógiro 0,0 mg
tiamina 0,62 mg
riboflavina 0,14 mg
niacina 1,7 mg
piridoxina 0,4 mg
ácido fólico 394 mg
cobalamina 0,0 mg

Fuente: Internet

Elaborado por: La Autora

e. **Aminoácidos**

CUADRO N° 19
AMINOÁCIDOS

isoleucina 927 mg
leucina 1685 mg
lisina 1593 mg
metionina 234 mg
fenilalanina 1154 mg
treonina 878 mg
triptofano 223 mg
valina 1016 mg
arginina 1257 mg
histidina 627 mg

Fuente: Internet

Elaborado por: La Autora

❖ **Condiciones Climáticas**

Para el cultivo del fréjol es importante que se tenga en cuenta las diferentes condiciones climáticas, como son clima, suelo, ciclo de cultivo, preparación del terreno, siembra, cosecha entre otros, estas permitirán y garantizaran que el producto a cosechar tenga las mejores condiciones, pero siempre y cuando el productor cumpla los requerimientos de cada condición.

a. **Clima:** Se adapta a la mayoría de las condiciones ecológicas del Litoral ecuatoriano.

b. **Suelo:** Franco arenoso-limoso o franco arcilloso, con buen drenaje. PH 6,5 a 7,5.

c. **Ciclo del cultivo:** 80 - 85 días.

- d. **Preparación del terreno:** Arada, Dos pases de rastra y Nivelación.
- e. **Siembra:** Época: Realizar la siembra en los meses de abril a mayo, al finalizar la época lluviosa.
- f. **Cantidad:** 60 a 68 kilogramos de semilla por hectárea.
- g. **Población:** 200.000 a 300.000 plantas por hectárea.
- h. **Sistema:** Distancia entre surcos 0.50 m; entre planta 7 a 9 cm.
- i. **Riegos:** En lugares secos: 4 a 5 riegos. En lugares con regular humedad, 3 a 4 riegos.
- j. **Cosecha:** Se realiza a los 80 a 85 días. La cosecha y la trilla pueden mecanizarse.
- k. **Almacenamiento:** Limpie y desinfecte la semilla así como el lugar donde se va a almacenar.

Según pagina web:

<http://www.crystalchemical.com/frejol.htm#VARIEDADES2>

2.6. PROCESO DE INDUSTRIALIZACIÓN DEL CAFÉ

Según el Ing. Ind. PÉREZ, Javis V (2008). El proceso industrial del café es el siguiente:

- **Recolección del café verde:** Es la cosecha de la gramínea.

- **Despulpado:** Es simplemente lo que dice el nombre, el café pasa por maquinas las cuales separan la pulpa de las semillas y así obtener el grano verde y lógicamente sin procesar del café.
- **Limpieza:** La semilla verde pasa por un proceso de lavado en el cual se remueven los desperdicios o basura propias de la misma.
- **Torrefacción:** Es un tipo de tueste o tostado que sirve para la alteración de las propiedades físicas y química del café, entre ellas el aroma, color y sabor. Al café resultado de este proceso se le llama “café torrefacto”, que muchas veces son comercializados.
- **Molienda:** Los granos tostados de café son molidos para facilitar la extracción de los sólidos solubles.
- **Extracción:** El café tostado y molido es puesto en altas presiones de agua caliente para extraer los sólidos solubles y algunas otras sustancias propias del mismo.
- **Filtrado:** El resultado de la extracción se debe filtrar para evitar que queden impurezas solidas.
- **Concentración:** En este proceso se elimina parte del agua que contiene el resultado de los dos procesos anteriores, mediante evaporación o crio concentración. De aquí se obtiene el extracto de café, el cual es empacado y almacenado a temperaturas inferiores a -15 °C.
- **Secado:** En una cámara de secado, se elimina el agua restante por medio de altas temperaturas, de esta forma se obtiene el sólido extracto del café (extracto de café en polvo).

- **Aglomeración:** El polvo resultante se muele para volverse polvo altamente fino, luego pasa a ser rehumectado con el propio vapor saturado, un simple de polvo de café mucho más grandes y porosas, que facilitan la rehidratación.
- **Empaque:** El producto es empacado y transportado a sus destinos finales.

Pag.Web:<http://www.ingenierosinc.com/2008/09/06/proceso-industrial-del-cafe/>

2.7. CONSUMO DE CAFÉ EN ECUADOR

Según Diagnostico del Sector Cafetalero Nacional, (COFENAC-2012), señala:

“En el Ecuador, según la ICO, contrario a la tendencia mundial de crecimiento en cuanto al consumo de café, se observa un decrecimiento en el hábito de consumo. De 350.000 sacos de 60 kilos/año consumidos anualmente, en promedio, en el período 1989 – 1995, se redujo a 00.000 entre 1996 – 1998. En el período 2002 - 2011, se estima un consumo de café de alrededor de 150.000 sacos de 60 kilos/año.

La Organización Internacional del Café estimó para el 2011 un consumo per cápita de 0,66 kilos/año, nivel inferior al de otros países exportadores e importadores de café (ICO 2011a). El sector cafetalero ecuatoriano, se ha propuesto impulsar el consumo a través de campañas de difusión de las bondades del café en la salud”. Pág. 24

El consumo del café en Ecuador se ha ido disminuyendo debido a que sus consumidores lo degustan de manera continua y en exceso, teniendo como resultado daños en el sistema nervioso de las personas que han convertido el consumo normal de dicha bebida en una adicción, esto debido a su contenido de cafeína.

2.8. PRODUCCIÓN ALTERNATIVA DE CAFÉ

Una producción alternativa de café surge de una determinada necesidad del medio, ya sea por salud, por cuanto el consumo de esta bebida es frecuente, y su contenido de cafeína afecta en particular al sistema nervioso; una opción es crear un café que brinde propiedades nutricionales en base de un producto natural, que a su vez aporte al mejoramiento de la calidad de vida de las personas.

2.9. PRODUCCIÓN DE CAFÉ DE FRÉJOL

Para la elaboración de café de fréjol se debe seguir el siguiente proceso según Ingeniero Agrónomo Nelson Armas Flores.

a. Adquisición de la materia prima

La materia prima a ser utilizada en la elaboración este producto es el frejol, por tanto se puede adquirirla ya sea en bodegas de granos, mercados, o directamente a los mismos productores, es decir elegir el lugar donde el producto sea de excelente calidad y a un precio justo.

b. Clasificación

Una vez que ya se ha adquirido la cantidad necesaria de materia prima como es el fréjol, se procede a retirar las impurezas, apartar el fréjol

bueno del malo o dañado, y es importante indicar que esto se lo realizará a mano.

c. Almacenamiento

El fréjol seco es bastante estable y rentable si se lo almacena de forma correcta. Dicha gramínea se guardará en cuartos libres de humedad y calor, es decir a temperatura normal, pero con la particularidad de que va a ser empacado en costalillos o empaques de fibra que lo mantendrán limpio y seco.

d. Proceso de tueste o tostado del fréjol

Al tener la gramínea lista para su procesamiento, esta será transportada al tostador, con el peso y cantidad correctos, tomando en cuenta los siguientes pasos:

- **Niveles de tueste:** medio, marrón, marrón oscuro, seminegro y negro, pero el nivel más óptimo para la elaboración del café de fréjol es el marrón oscuro debido a que en este se conserva su sabor natural.
- **Tiempo de tueste:** el tiempo mínimo de tueste es de 25 minutos y el máximo es de 35 minutos.
- **Temperatura:** el tostador tendrá una temperatura que va desde los 190 a los 280°C.

e. Enfriamiento

Este proceso se lo realizará a temperatura ambiente en un tiempo de 30 a 35 minutos, expandiendo el fréjol tostado en latones grandes que permitan que el enfriamiento sea uniforme.

f. Molienda

Una vez que la gramínea está totalmente fría, entonces esta lista para pasar al siguiente proceso como es la molienda, para esto existen tres tipos de grados de molienda comercial como son: grueso, medio y fino, en este caso realizaremos la molienda con un grado medio, ya que esta medida es la necesaria para la elaboración del café de frejol destilado.

g. Pesado y empaquetado

Se utilizará una balanza digital computarizada la cual tomará el peso exacto de 150 gr. que es la cantidad del café de fréjol molido que será empacado en fundas de doble cerrado especial, las cuales no permitirán que los factores externos como la humedad, los cambios de temperatura y mas afecten el sabor natural de dicha bebida.

h. Etiquetado y embodegado

Se coloca la correspondiente etiqueta a cada una de las fundas del café de fréjol, para que continuo a este proceso se pase al cuarto de embodegado el cual debe estar libre de la luz solar y al humedad.

Terminado este proceso el producto final puede ser comercializado en las diferentes tiendas y locales comerciales en los cuales que puedan ser adquiridos por los consumidores.

2.10. LA EMPRESA

2.10.1. Definiciones de Empresa

Según BRAVO Mercedes (2011), afirma: **“La empresa es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción,**

comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad”. Pág.3

Según CHILQUINGA, Manuel (2007), manifiesta: **“Es una unidad económica que mediante la combinación de los factores de la producción, ofrece bienes y/o servicios de excelente calidad a precios razonables para los consumidores, con el propósito de obtener un beneficio económico y/o social”. Pág. 1**

Empresa es toda aquella institución formada por un capital, accionistas o propietarios los cuales persiguen un fin o lucro mediante el desarrollo de actividades productivas para generar venta de bienes o servicios que permitan el progreso y desarrollo de la misma.

2.10.2. Características de la Empresa

Según ASECIO, Eva y VASQUEZ, Beatriz (2008), **enumera algunas características que comparten todas las empresas y estas son:**

- a.** “La empresa está formada por un conjunto de factores de la producción.
- b.** Toda empresa persigue fines y objetivos que justifican su existencia.
- c.** Los factores de producción deben ser coordinados para alcanzar esos objetivos.
- d.** Los directivos de las empresas llevan a cabo esa coordinación.
- e.** Las empresas actúan siempre bajo condiciones de riesgo”. Pág. 7

Dentro de una empresa existen diferentes características o particularidades propias de cada entidad, las cuales están enfocadas a orientar a dicha institución al cumplimiento de objetivos. Una de ellas es la calidad de vida de la empresa que no es más que la formación de la misma, ya sea dentro de la parte financiera, talento humano especializado, y los sistemas que permitirán el progreso de una entidad.

Cada empresa debe tener en cuenta la preservación del medio ambiente puesto que es el compromiso con la sociedad, a su vez esta debe desarrollarse mediante los márgenes vigentes de la ley.

2.10.3. Clasificación de la Empresa

Según BRAVO Mercedes (2011), **“La empresa se clasifica o divide en tres grupos como son: Por su Naturaleza, Por el Sector al que pertenece y Por la integración del capital”**:
Pág. 3

a. Por su Naturaleza

- Industriales: Son aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos.
- Comerciales: Son aquellas que se dedican a la compra-venta de productos, convirtiéndose en intermediarias entre productores y consumidores.
- Servicios: Son aquellas que se dedican a la venta de servicios a la colectividad.

b. Por el Sector al que Pertenece

- Públicas: Son aquellas cuyo capital pertenece al sector público (Estado).

- Privadas: Son aquellas cuyo capital pertenece al sector privado (personas naturales o jurídicas).
- Mixtas: Son aquellas cuyo capital pertenece tanto al sector público como al sector privado (personas jurídicas).

c. Por la integración del capital

- Unipersonales: Son aquellas cuyo capital pertenece a una persona natural.
- Pluripersonales: Son aquellas cuyo capital pertenece a dos o más personas naturales.

En una empresa es necesario que se tenga presente con qué tipo de organización queremos trabajar esto permitirá elegir los recursos y medios necesarios para emprender correctamente dicha organización, mediante el desarrollo de las correspondientes actividades de la entidad.

2.11. La Microempresa

2.11.1. Definición de microempresa

Según tesis PAUCAR, Karina (2011), cita a Torres, Alberto quien destaca la siguiente definición:

“En la actualidad hablar de una microempresa es uno de los términos más importantes ya que constituye una alternativa para solucionar algunos problemas que enfrenta nuestra sociedad, como también a través de ella se busca nuevas maneras para lograr un desarrollo

económico, de esta manera contribuya a generar fuentes de trabajo, como también producir bienes y servicios de buena calidad que satisfaga las necesidades de los consumidores”. Pág. 62

Una microempresa es toda unidad económica de pequeño tamaño que surge de una iniciativa emprendedora que puede ser formada por la familia o a su vez por diferentes personas, que se dedican a la producción o comercialización de bienes y/o o servicios que satisfaga la necesidad del cliente o consumidor con la finalidad de obtener un lucro o beneficio para mejorar sus condiciones de vida.

2.11.2. Características de la microempresa

Según MERCADO, Horacio y PALMERIN, Marisol (2008) cita las siguientes características:

- a. “Formas de origen:** entre los creadores de la PYME se encuentran estudiantes, recién egresados o personas que interrumpieron sus estudios, desempleados que optan por el autoempleo, hijos de empresarios, y trabajadores que buscan la independencia económica”.

- b. “Formas de propiedad:** Varias tienen un solo dueño, otras unidades se hallan organizadas como sociedad, lo cual ofrece fuentes alternas de capital”.

- c. “Localización:** Muchos establecimientos de la PYME, dicen estar ubicadas fuera de la residencia de los microempresarios, lo cual es sorprendente ya que esto conlleva a gastos que requieren un nivel de operaciones más complejo”.

d. “La comercialización: la mayoría de los microempresarios son comerciantes. El factor de comercialización a escala empieza a considerarse un elemento importante en la operatividad de la empresa”.

e. “Marco Legal: Hoy en día las microempresas buscan iniciar operativamente un negocio con documentos legales como el SRI y otros”.

Dentro de las características que debe tener en este caso la microempresa productora y comercializadora de café de frejol será que debe estar constituida por personas capaces de emprender un nuevo desarrollo y por ende que aporten al crecimiento de la misma, la localización debe estar en su lugar de nacimiento ya que esto ayuda al desarrollo del sector, también se debe tener en cuenta los canales de comercialización para la distribución del café de frejol, esto permitirá que dicho producto llegue a todos los mercados de la provincia y así obtener mayor rentabilidad.

2.11.3. Clasificación de la microempresa

Según CANTOS, Enriqueta (2006), señala a distintas entidades del sector público quienes clasifican a la microempresa en:

a. Producción: “Son aquellas que transforman materias primas en productos elaborados, son las más importantes ya que son las que generan empleo productivo”.

b. Comercio: “Son las que tienen como actividad la compraventa de bienes y productos elaborados. Su actividad se reduce a la reventa de productos por las empresa de producción”.

c. Servicios: “La cualidad de estas microempresas es el hecho de ser inmateriales, es decir de consumo inmediato, es una acción que buscar llenar o satisfacer una necesidad”. **Pág. 19.**

Dentro de la clasificación de la microempresa se debe tener en cuenta que se divide de acuerdo a las diferentes actividades a realizar, estas se irán estableciendo conforme a la necesidad y requerimiento del sector, la formación de dichas microempresas estará predominante en los estratos sociales medio o bajo pues son quienes cuentan con un menor poder económico, pero que su objetivo principal es el de obtener una ganancia que a su vez permita aportar a su economía.

2.11.4. Microempresa Agrícola

La pequeña empresa o microempresa agrícola está formada por personas que pertenezcan o no a una misma familia, las cuales se hayan relacionado directamente o indirectamente con la agricultura, dichas personas toman como referencia la línea de trabajo de sus antecesores, para ser ellas quienes ahora se encarguen de dirigir y organizar las actividades diarias, con la finalidad de obtener nuevos ingresos o ganancias, mediante la venta de sus productos cultivados.

a. Definición

Según tesis PAUCAR, Karina (2011), cita a BRAVO, M, quien destaca la siguiente definición:

“Hoy en día las microempresas desempeñan un papel muy importante para los pequeños y medianos agricultores ya que constituye una manera o alternativa de desarrollarse como productores, es una

de las principales fuentes de empleo, puede potencialmente constituirse en apoyo importante a las grandes empresas y a la vez la oportunidad de producir y ofrecer productos a diferentes mercados de la región”. Pág. 63

La microempresa agrícola es aquella que está formada por personas que se dedican a la agricultura propia de su sector, tomado en cuenta que su principal ingreso se da de la venta de los productos obtenidos, de esta manera aporta directa o indirectamente al desarrollo económico de la provincia o cantón.

b. Características de la microempresa agrícola

Según el Ing. Agro. HERNANDEZ, Pedro (2009), la microempresa campesina debe poseer algunas características:

- ✓ Interdependencia y autonomía
- ✓ Autoestima
- ✓ Disposición al riesgo y a la prudencia
- ✓ Tenacidad y perseverancia
- ✓ Comunicación
- ✓ Capacidad para motivar
- ✓ Estudio de mercado
- ✓ Disponer de capital
- ✓ Medios de transporte
- ✓ Tener control
- ✓ Educación formal respeto mutuo, inteligencia y ser ético”. **Pág. Web:**

<http://proyectoruralcubano.org/microempresa.htm>

Del lo citado anteriormente se debe tomar en cuentas las diferentes características las cuales permitirán formar a la microempresa con optimas ideas o parámetros para realizar las diferentes actividades a las cuales se va a enfocar la microempresa, es importante que el empresario conozca o investigue sobre el mercado al cual va a dirigir el producto o servicio, la inversión que va a realizar y las oportunidades de crecimiento que esta puede tener, esto permitirá obtener el objetivo deseado como es el de tener una ganancia o utilidad.

c. Objetivo

Según el Ing. Agro. HERNANDEZ, Pedro (2009), afirma:

“La microempresa agrícola tiene como objetivo: obtener el máximo de beneficio y lograr su pertenencia en el mercado.” Pág. Web:

<http://proyectoruralcubano.org/microempresa.htm>

De lo antes citado podemos interpretar lo siguiente, el objetivo primordial de una microempresa agrícola es el llegar a obtener un lucro o ganancia mediante la explotación agraria sean estas en la venta de un producto o servicio a fin, también es importante tener en cuenta que otro de los objetivos es el de llegar a todos los mercados sean estos de una provincia o región.

2.12. ASPECTOS DEL MERCADO

2.12.1. El estudio de Mercado

Según KOTLER, Philip. (2008). Manifiesta: **“Es la información que se usa para identificar y definir oportunidades y problemas de mercado, para generar, afinar y evaluar actos**

de mercadotecnia, para vigilar la actuación de esta función y para perfeccionar la comprensión del proceso mercadotécnico. Pág. 127.

El estudio de mercado constituye una fuente de información de primera importancia para pronosticar la demanda la cual es la razón de todo proyecto productivo, los costos y definir precios que se pueden aplicar a futuro.

2.12.2. Oferta

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

La oferta se desarrolla en el mercado con la cantidad de productos o servicios que un cierto número de empresas o productores están dispuestos a llevar al mercado por un precio determinado.

2.12.3. Demanda

Según BACA, Gabriel. (2006). Dice: “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. Pág. 17.

La demanda se define como la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado, la misma espera tener por parte de los comerciantes la variedad suficiente en productos y servicio.

2.12.4. Producto

www.promonegocios.net (2007). Formula: "El producto es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaquete, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor) los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos.

El producto es un artículo, servicio o idea que consta de un grupo de atributos tangibles e intangibles que satisfacen a sus consumidores y se consiguen a cambio de dinero o algún otro elemento de valor.

2.12.5. Precio

CORDOBA PADILLA Marcial (2006). Expresa: "El precio es el regulador entre la oferta y la demanda a excepción de cuando existe protección (aranceles impuestos). Pag.173.

El precio está representado por la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, es decir es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio por los beneficios prestados.

El precio ha sido el factor que más influye en las decisiones de los compradores.

2.12.6. Promoción

STATON William, (2007). Menciona: "La promoción es el elemento de la mezcla de marketing de una organización, que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la

existencia de un producto y / o su venta, con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario”. Pág. 482.

La promoción es una herramienta de mercadotecnia diseñada para persuadir, estimular, informar y recordar al consumidor sobre la existencia de un producto o servicio, por medio de un proceso de comunicación, así como de ventas y de imagen de la empresa en un tiempo y lugar determinados.

2.12.7. Plaza

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

La plaza es conocida como una unidad de la organización, que pueden ser internos, como la fuerza de ventas propia; y externos como mayoristas, minoristas, detallistas, distribuidores, para acercar el producto al mercado.

2.13. ESTUDIO TÉCNICO

Según BACA, Gabriel (2010), expresa lo siguiente: **“El estudio técnico presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la**

planta, la ingeniería del proyecto y análisis organizativo administrativo y legal” Pág.7

El estudio de técnico permite identificar la localización óptima de la propuesta planteada; el tamaño de la nueva unidad operativa, para ello es importante identificar y analizar las características del proceso de producción, infraestructura, inversión requerido para su operación.

2.13.1. Tamaño del Proyecto

Según HARDADON, Bernard, (2005) manifiesta lo siguiente: **“Es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento, se define como la capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes, año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando”**. Pág. 211

En base a lo expuesto puedo manifestar que el tamaño del proyecto se refiere la capacidad de producción ya sea de un bien o servicio en un cierto periodo, con la finalidad de obtener réditos económicos.

2.13.2. Localización del Proyecto

www.mailxmail.com, considera lo siguiente: **“Se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos”**.

En base a lo dicho anteriormente sobre localización del proyecto puedo recalcar que se refiere a identificar el lugar idóneo donde se llevará a cabo la propuesta con objeto de minimizar costo y maximizar su utilidad a través de la optimización de los recursos materiales y tecnológicos.

2.13.3. Macro Localización

CÓRDOVA, Marcia, (2007) estipula lo siguiente: “Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y de la demanda y en la estructura existente, debe indicar con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto”. Pág. 226.

La macro localización describe la precisión del lugar geográfico donde se va ejecutar el proyecto, tomando en cuenta la región, provincia y cantón.

2.13.4. Micro localización

CÓRDOVA, Marcia, (2007), acuerda en lo siguiente: “Abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará”. Pág. 226

A través de lo enunciado puedo establecer que la micro localización se refiere a determinar la ubicación real del proyecto detallando dirección domiciliaria de la microempresa.

2.13.5. Ingeniería del Proyecto

JÁCOME, Walter, (2005) considera lo siguiente: “Es el análisis de factibilidad tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deban analizarse en forma adecuada para lograr que el proyecto a implantar tenga éxito, es decir trabajar con información confiable y adecuada, porque de los contrario se corre de tener dificultades”. Pág. 133

En la ingeniería del proyecto se debe tomar en cuenta la infraestructura y el equipamiento que se requerirá en la microempresa para producir un producto o servicio de calidad.

2.13.6. Proceso Productivo

SAPAG, Nassir, (2008), dice lo siguiente: **“El proceso productivo se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, etc.)”**. Pág. 145

Mediante lo mencionado considero que un proceso productivo es la transformación de los recursos materiales, tecnológicos y mano de obra directa e indirecta, con la finalidad de obtener un bien o servicio de calidad a ofertar a sus potenciales clientes.

2.13.7. Tecnología

BACA, Gabriel, expresa lo siguiente: **“Tecnología de fabricación es el conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se emplean para desarrollar una determinada función”**. Pág. 89

Dentro de este concepto de tecnología se entiende a cuyas maquinarias y equipos informáticos que son necesarios para la transformación de un producto o servicio.

2.13.8. Activos Fijos

MIRANDA, Juan, (2005), afirma lo siguiente: **“Son aquellos bienes tangibles, que se utilizan para garantizar la operación**

del proyecto, no son objeto de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil”. Pág.117

Los activos fijos se refieren a los bienes tales como terreno, edificación, maquinaria-equipos y mobiliario, vehículo, entre otros activos tangibles que una empresa posee en el curso normal de sus operaciones hasta que cumplan su vida útil.

2.13.9. Activos Diferidos

CÓRDOVA, Marcia, (2007), cree lo siguiente: “Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesario para su funcionamiento e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, gastos preoperativos y de instalación, puesta en marcha,, estructura organizativa, etc.” Pág. 320

De acuerdo a lo expresado anteriormente considero que activo diferido es aquel gasto pagado por anticipado para poner en funcionamiento el desarrollo de la propuesta de forma legalizada.

2.13.10. Capital de Trabajo

www.wikipedia.org, considera lo siguiente: **“El capital de trabajo (también denomino capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación o fondo de maniobra), que es el excedente de los activos de corto plazo sobre los pasivos de corto plazo, es una medida de la**

capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo”.

Conforme a lo mencionado en la página de internet se da a entender que el capital de trabajo constituye todo lo que se requiere para la producción de un bien o servicio hasta cuando el mismo proyecto puesto en marcha genere sus propios ingresos.

2.14. ASPECTOS FINANCIEROS

2.14.1. Balance general

ROMERO, Javier (2006). manifiesta: **“Es un estado financiero que muestra los recursos de que dispone la entidad para la realización de sus fines (activo) y las fuentes externas e internas de dichos recursos (pasivo más capital contable), a una fecha determinada”.** Pág. 257.

El balance general es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado.

2.14.2. Estado de resultandos

ORTIZ, Alberto G. (2005). Enuncia: **“Representa un componente del sistema de información financiera que refleja el dinamismo de la actividad empresarial durante un periodo, al contener la expresión monetaria de las realizaciones asociadas con el ejercicio comercial”.** Págs. 29 y 30.

El estado de resultados se le conoce como estado de pérdidas y ganancias, presenta los resultados de las operaciones de negocios durante un periodo específico, como un trimestre o un año y resume los ingresos generados y los gastos en que la empresa incurrió durante un periodo contable.

2.14.3. Flujo del efectivo

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

Es un estado financiero que comunica los cambios en los recursos de una entidad y sus fuentes en un periodo determinado, mostrando las actividades de operación, financiamiento, e inversión y su reflejo final en el efectivo.

2.15. EVALUADORES FINANCIEROS

La evaluación financiera busca conocer en forma anticipada su comportamiento futuro y sobre esta base, tomar decisiones de mejorarlo para llevarlo a la práctica o de archivarlo por inconveniente.

2.15.1. Valor actual neto

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

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

El valor presente neto VAN se utiliza para tomar decisiones de un proyecto y conocer si este es aceptable o no, para ello se debe tomar en cuenta lo siguiente:

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

El valor es el método más conocido y el más aceptado. Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello calcular el valor presente de todos los flujos de caja proyectados a partir del primer periodo de operación y le resta la inversión total expresada en el momento cero.

2.15.2. Tasa interna de retorno

KLASTORIN, Ted. (2005). Dice: **“La tasa interna de retorno es tasa de descuento que produce un valor actual neto igual a cero”** Pág. 27.

La tasa interna de retorno es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero.

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

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

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

2.15.3. Beneficio costo

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

Fórmula

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

Beneficio costo nos permite conocer el valor de inversión en relación de costos que se requieran la elaboración de un bien o servicio a ofertarse y determinar el valor monetario que genera dicha inversión.

2.15.4. Periodo de recuperación

Para CORDOBA, Marcial, (2006) en su obra Formulación y Evaluación de Proyectos afirma: **“Es como el número esperado de períodos que se requieren para que se recupere una inversión original”**. Pág. 362

El periodo de recuperación permite conocer el lapso de tiempo requerido para recuperar el costo total de la inversión.

2.15.5. Punto de equilibrio

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

El punto de equilibrio es el punto donde la empresa iguala sus ingresos totales y costos totales es una situación donde no genera utilidad ni pérdida, se encuentra en una estabilidad.

$$PE\$ = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{1 - \frac{\text{CostoVariable}}{\text{Ventas}}} \qquad PEu = \frac{\text{CostoTotal}}{PVu - CVu}$$

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado en un proyecto, constituye uno de los elementos más importantes dentro de la factibilidad, porque nos permite conocer la demanda potencial de un producto/servicio que se va a ofertar en el mercado.

3.1. INTRODUCCIÓN

En la región Norte del país, el cultivo de fréjol u otras gramíneas son componentes de los sistemas de producción, ya que son cultivadas en asociación, intercaladas, en monocultivos o en rotación con otros cultivos; por tal motivo juega un papel muy importante en el manejo sostenible de la agricultura y la alimentación pues el fréjol es una rica fuente de proteínas e hidratos de carbono, además de ser una buena fuente de vitamina del complejo B, hierro, cobre, zinc, fósforo, potasio, magnesio, calcio y tiene un alto contenido en fibra que ayuda al metabolismo del ser humano; es por ello que se pretende utilizar esta materia prima para procesarla de manera artesanal y ofertar un producto novedoso (café de fréjol) para el consumo humano.

En el cantón Bolívar no existe empresas dedicadas a la producción y comercialización del café de fréjol, puesto que este tipo de producto es prácticamente nuevo e innovador, por ende es de suma importancia realizar un estudio de mercado como instrumento administrativo que me permitirá tener una visión amplia del mercado meta, es decir nos ayuda a obtener información sobre la demanda, oferta y canales de comercialización con el objeto de conocer la situación actual del entorno en el que se desarrollará el proyecto; y para la toma correcta de decisiones, y el análisis previo del estudio técnico, económico y financiero.

3.2. Objetivos del estudio de mercado

3.2.1. Objetivo general

Realizar un estudio de mercado para la producción y comercialización de café de fréjol en el cantón Bolívar.

3.2.2. Objetivos específicos

- Identificar la demanda potencial del café de fréjol en el cantón Bolívar.
- Analizar la oferta actual del café de fréjol en el sector de influencia del proyecto.
- Realizar el análisis de precios del producto y de la competencia de la microempresa.
- Definir estrategias de comercialización del café de fréjol.

3.3. Variables

3.3.1. Demanda

3.3.2. Oferta

3.3.3. Precios

3.3.4. Comercialización

3.4. Indicadores

3.4.1. Demanda

- Cantidad de consumo
- Frecuencia de compra

- Presentación
- Lugar de compra
- Marca del producto
- Calidad del producto

3.4.2. Oferta

- Tiempo de la actividad
- Sistema de producción
- Nivel de producción
- Mercado meta
- Financiamiento
- Capacidad instalada
- Materia prima
- Infraestructura

3.4.3. Precios

- Precio de venta
- Precio de compra
- Asignación de precios

3.4.4. Comercialización

- Producto
- Precio
- Plaza
- Publicidad

3.5. Matriz de relación estudio de mercado

**CUADRO N° 20
MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO**

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICA	INFORMANTES
Identificar la demanda potencial del café de fréjol en el cantón Bolívar.	Demanda	• Cantidad de consumo	Primaria	Investigación directa	COFENAC
		• Frecuencia de compra	Primaria	Encuesta	Consumidor final
		• Presentación	Primaria	Encuesta	Consumidor final
		• Lugar de compra	Primaria	Encuesta	Consumidor final
		• Marca del producto	Primaria	Observación directa	Competencia
		• Calidad del producto	Primaria	Observación directa	Competencia
Analizar la oferta actual del café de fréjol en el sector de influencia del proyecto.	Oferta	• Sistema de producción	Primaria	Encuesta	Productor de fréjol
		• Nivel de producción	Primaria	Encuesta	Productor de fréjol
		• Mercado meta	Primaria	Encuesta	Productor de fréjol
		• Financiamiento	Primaria	Encuesta	Productor de fréjol
		• Capacidad instalada	Primaria	Encuesta	Productor de fréjol
		• Materia prima	Primaria	Encuesta	Productor de fréjol
		• Mano de obra	Primaria	Encuesta	Productor de fréjol
Realizar el análisis de precios del producto tanto de la competencia como de la misma microempresa	Precios	• Precio de venta	Primaria	Encuesta	Productor de fréjol
		• Precio de compra	Primaria	Encuesta	Consumidor Final
		• Presentación del productos	Primaria	Encuesta	Consumidor Final
		• Asignación de precios	Primaria	Encuesta	Consumidor Final
Definir estrategias de comercialización del café de fréjol.	Comercialización	• Producto	Primaria	Encuesta	Productor de fréjol
		• Precio	Primaria	Observación directa	Competencia
		• Plaza	Primaria	Encuesta	Productor de fréjol
		• Publicidad	Primaria	Encuesta	Productor de fréjol

Elaborado por: La Autora

3.6. Mecánica operativa del estudio de mercado

El presente estudio de mercado se lo realizó utilizando el siguiente procedimiento:

3.6.1. Identificación de la población y muestra

a. Población

Para la población se tomó en cuenta en base al nivel socioeconómico alto y medio del cantón Bolívar.

CUADRO N° 21
NIVEL SOCIOECONÓMICO DEL CANTON BOLIVAR

NIVEL SOCIOECONÓMICO	HABITANTES	PORCENTAJE
Alto	1776	26
Medio	3874	57
Bajo	1188	17
TOTAL	6838	100

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2010

Elaborado por: La Autora

Según las proyecciones del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del año 2010, considera que la jerarquía económica tanto alta como media está compuesta por 5.650 habitantes del cantón Bolívar, lo cual para este proyecto se tomará en cuenta estos dos niveles socioeconómicos, por ser quienes tienen un mayor y continuo poder adquisitivo que les permitirá obtener este innovador producto como es el café frejol, debido a que la principal y mayor actividad de estos dos grupos sociales es la agraria, y para la alimentación diaria de sus trabajadores la primordial bebida a servir es el café.

b. Muestra

Para la presente investigación se analizará a la población socioeconómica según el nivel alto y medio del cantón Bolívar, siendo un total de 5.650 habitantes según las proyecciones del INEC año 2011; cuyo valor se ha dividido para 4, como componente familiar (INEC), para obtener el número de familias a los cuales se aplicará la investigación de campo.

$$\text{Numero de Familias} = \frac{\text{Nivel Socioeconomico}}{\text{Componente Familiar}}$$

$$\text{Número de Familias} = \frac{5650}{4}$$

Número de Familias aproximadas = 1.413

Tomando en cuenta el número de familias, en base al nivel socioeconómico del cantón Bolívar es importante realizar el muestreo, para ello se utiliza la siguiente fórmula:

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

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

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

Z = Varianza (0,25)

d² = Nivel de Confianza (1,96)

Datos:

$$N = 1.413$$

$$d^2 = 1,96$$

$$Z = 0,25 \quad n = \frac{(1,96)^2 (0,25) (1.413)}{(0,05)^2 (1.413 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$e = 5\%$$

n= 302

A través de la aplicación de la fórmula de muestreo nos da a conocer que se debe aplicar 302 encuestas en el Cantón Bolívar.

❖ Dentro del cantón Bolívar se ha identificado a 9 productores que se dedican a la mayor producción de frejol, y son a quienes se les realizó un censo para el desarrollo de este proyecto productivo, por cuanto dichos agricultores serán quienes proveerán de la materia prima (frejol).

Los 9 productores de frejol son quienes siembran de forma permanente dicha gramínea, y a continuación se detallan los siguientes:

- Pozo Carlos
- Chalacan Pedro
- Valencia Eduardo
- Villota Luis
- Pozo Diego
- Paspuel Rafael
- Cabrera José
- Cayambe Luis
- Aldaz Abel

3.6.2. Instrumentos de recolección de la información

a. Información Primaria

Para recopilar cuya información se aplicó los siguientes instrumentos:

➤ **Entrevista**

Se realizará a los productores de fréjol del cantón Bolívar.

➤ **Encuestas**

Esta técnica será aplicada a la población urbana representados por sus familias del cantón Bolívar.

➤ **La Observación directa**

Consiste en visitar directamente a las mini despensas y tiendas de la localidad.

b. Información Secundaria.

La información secundaria a utilizar es:

- Libros
- Documentos especializados.
- Internet
- COFENAC

3.7. Procesamiento de datos y análisis de resultados

3.7.1. Análisis de las encuestas aplicadas a los consumidores de café en el Cantón Bolívar.

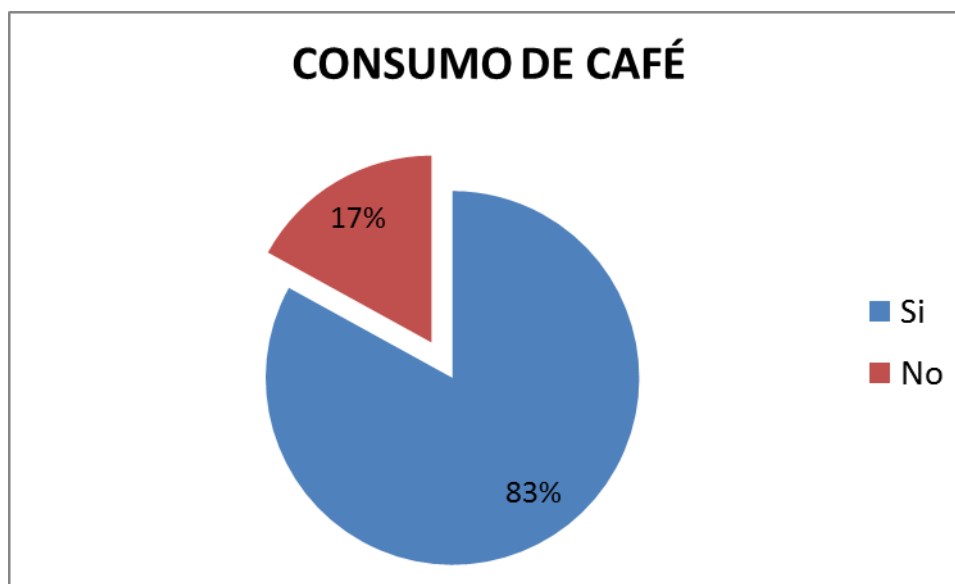
1. ¿Consume usted café?

**CUADRO Nº 22
CONSUMO DE CAFE**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	250	83%
No	52	17%
TOTAL	302	100%

Fuente: Consumidores de café
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO Nº 1



Fuente: Consumidores de café
Elaborado por: La Autora

Análisis:

A través de la investigación de campo efectuada, en el cantón Bolívar se puede apreciar que la mayor parte de los encuestados como es el 83% consumen café de manera cotidiana puesto que para ellos es

parte de su desayuno diario, y muchas de las veces consumen también en el almuerzo y la merienda, ya que tienen por costumbre consumirlo de forma cotidiana; mientras que el 17% manifiesta que no consumen café con frecuencia por tener preferencia con la infusión de hierbas medicinales como la manzanilla entre otras.

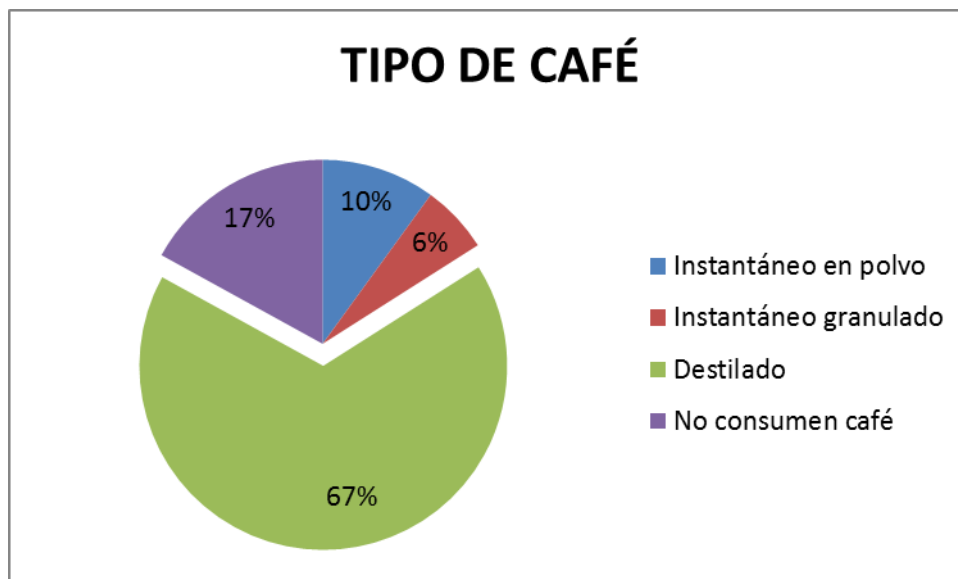
2. ¿Qué tipo de café consume usted?

**CUADRO Nº 23
TIPO DE CAFÉ**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Instantáneo en polvo	30	10%
Instantáneo granulado	17	6%
Destilado	203	67%
No consumen café	52	17%
TOTAL	302	100%

Fuente: Consumidores de café
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO Nº 2



Fuente: Consumidores de café
Elaborado por: La Autora

Análisis:

En base a la indagación de campo efectuada se puede manifestar que el 67% de los encuestados prefieren el café destilado ya que consideran, que su sabor es muy rico y natural porque no ha sufrido muchos procesos que afecten al producto, debido a esto, este tipo de café no afecta la salud y además conserva su sabor original; En cambio un 10% lo prefiere instantáneo en polvo ya que les permite prepararse su café de manera rápida en poco tiempo; y el 6% tienden a una preferencia de instantáneo granulado puesto que consideran que este tipo de café posee un sabor muy particular que de los demás; y el 17% corresponde a las personas que no consumen café

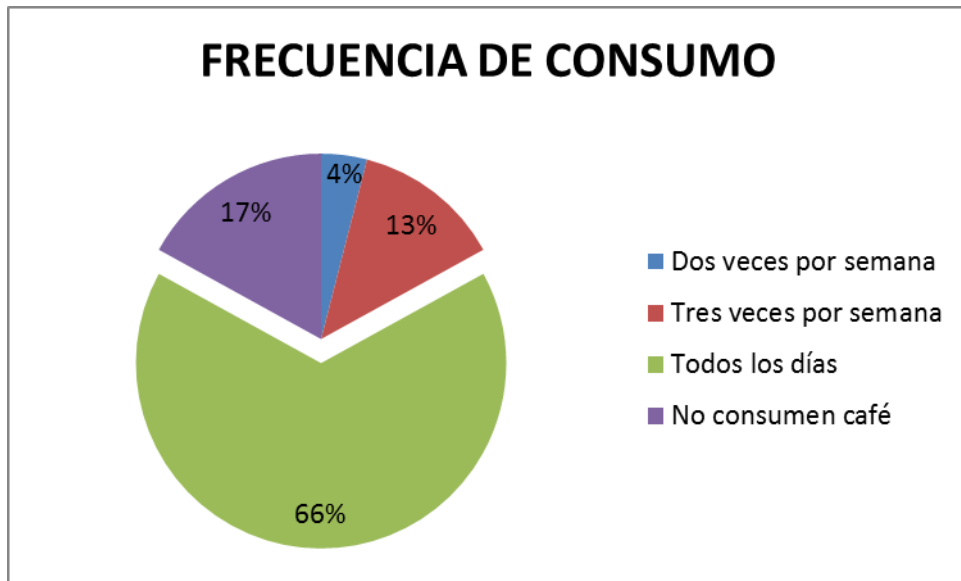
3. ¿Con qué frecuencia consume usted café?

**CUADRO N° 24
FRECUENCIA DE CONSUMO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Dos veces por semana	12	4%
Tres veces por semana	38	13%
Todos los días - taza	200	66%
No consumen café	52	17%
TOTAL	302	100%

Fuente: Consumidores de café
Elaborado por: La Autora

GRAFICO N° 3



Fuente: Consumidores de café
Elaborado por: La Autora

Análisis:

En base a la indagación realizada de la frecuencia de consumo de café, la población encuestada manifestó que el 66% consumen diariamente dicha bebida ya sea por vasos o tazas, puesto que la consideran como un complemento de su desayuno diario, y sobre todo es una costumbre que han venido desarrollando de sus antepasados, pudiese decir que los mantienen activos, debido a que lo consumen en las mañanas y al medio día; 13% de los encuestados mencionaron que lo consumen tres veces por semana por cuando también consumen el chocolate, mientras que el 4% lo consumen dos veces por semana; y el 17% corresponde a las personas que no consumen café

4. ¿Dónde compra usted el café?

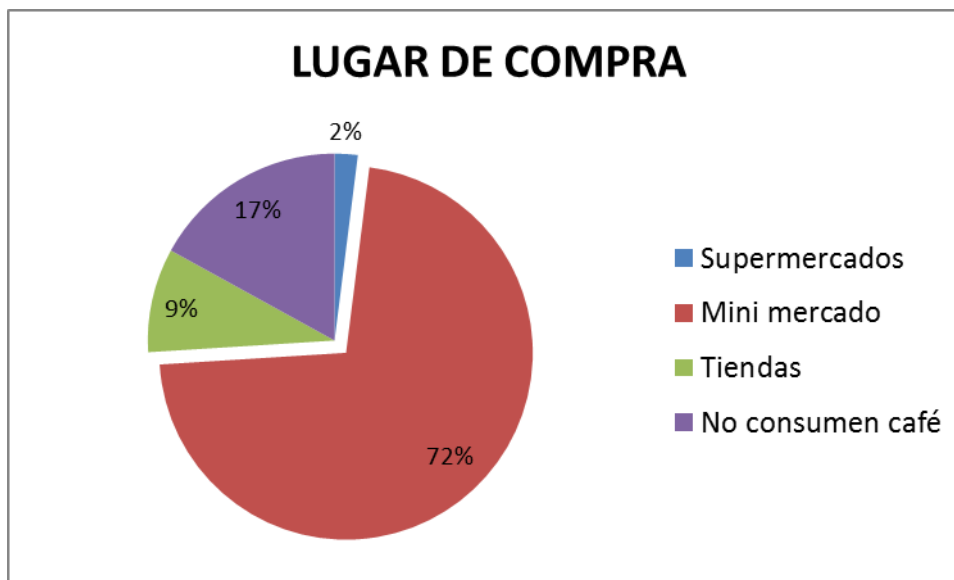
**CUADRO Nº 25
LUGAR DE COMPRA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Supermercados	5	2%
Mini mercado	218	72%
Tiendas	27	9%
No consumen café	52	17%
TOTAL	302	100%

Fuente: Consumidores de café

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO Nº 4



Fuente: Consumidores de café

Elaborado por: La Autora

Análisis:

El 72% de los consumidores de café manifestaron que compran café en los mini mercados puesto que este tipo de lugar les ofrece variedad de productos a precios cómodos y accesibles para el consumo diario; el 9% de los encuestados adquieren café en las tiendas de la localidad pues consideran que es un lugar más cercano para adquirir

dicho producto; un grupo pequeño del 2% de los encuestados expresaron que compran café en los supermercados cuando existen descuentos y promociones pero para ir a estos lugares tienen que trasladarse a Tulcán y eso solo hacen cada fin de mes; y el 17% corresponde a las personas que no consumen café.

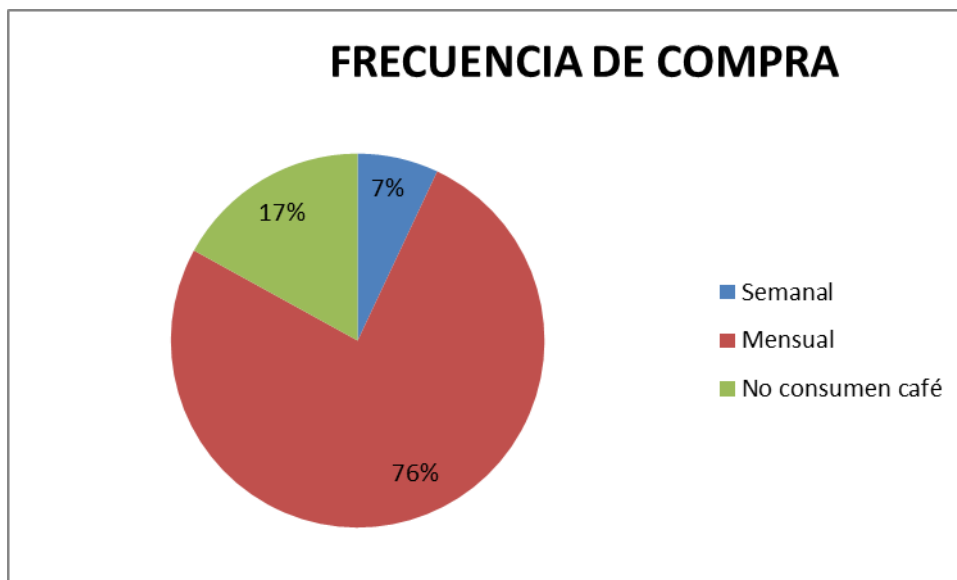
5. Cada qué tiempo compra usted café?

CUADRO Nº 26
FRECUENCIA DE COMPRA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Semanal	97	7%
Mensual	153	76%
No consumen café	52	17%
TOTAL	302	100%

Fuente: Consumidores de café
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO Nº 5



Fuente: Consumidores de café
Elaborado por: La Autora

Análisis:

En base a la investigación desarrollada en el cantón Bolívar, puedo manifestar que la frecuencia de compra del consumidor es mensual con un 76%, puesto que tienen por cultura comprar esta bebida de consumo continuo al momento de adquirir los demás víveres del mes; seguido del 7% de los encuestados que compran el café semanalmente en funditas pequeñas, para prepararlo y llevarlo como debida durante el trabajo en la agricultura; y el 17% corresponde a las personas que no consumen café

6. ¿Qué aspectos toma en cuenta al momento de comprar café?

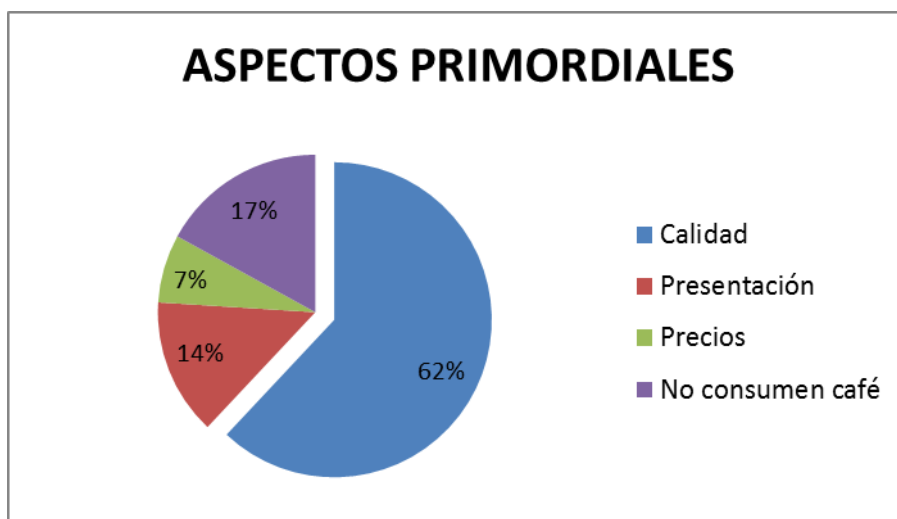
CUADRO Nº 27
ASPECTOS PRIMORDIALES

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Calidad	186	62%
Presentación	43	14%
Precios	21	7%
No consumen café	52	17%
TOTAL	302	100%

Fuente: Consumidores de café

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 6



Fuente: Consumidores de café
Elaborado por: La Autora

Análisis:

Mediante la investigación de campo efectuada, puedo manifestar que un 62% de las personas encuestadas, consideran que el aspecto más importante para el consumo del producto es la calidad para que no perjudique la salud; mientras un 14% menciona que la presentación es relevante, puesto que al momento de comprar piensan en poder reutilizar los frasquitos de café y sobre todo lo más llamativo es lo externo; y un 7% creen que el factor más importante es el precio ya que al momento de comprar cualquier bien o servicio eligen lo más económico; y el 17% corresponde a las personas que no consumen café.

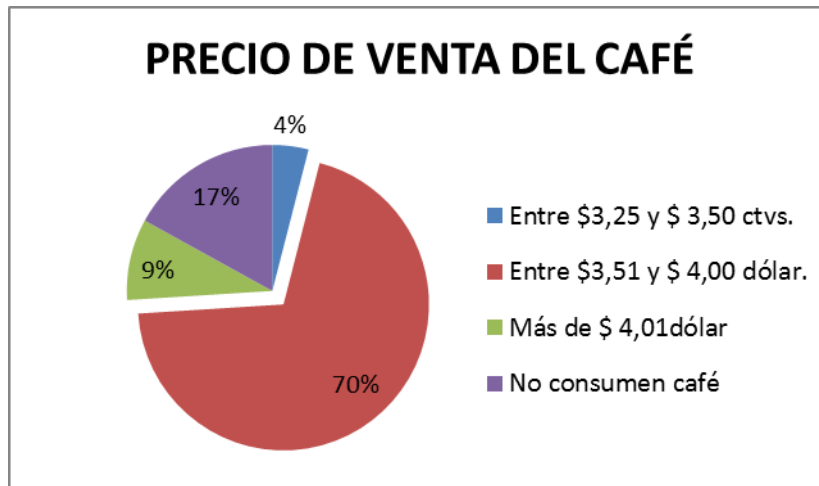
7. ¿Cuánto paga usted por un frasco plástico de café de 350gramos?

**CUADRO N° 28
PRECIO DE VENTA DEL CAFÉ**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Entre \$3,25 y \$ 3,50 ctvs.	12	4%
Entre \$3,51 y \$ 4,00 dólar.	210	70%
Más de \$ 4,01dólar	28	9%
No consumen café	52	17%
TOTAL	302	100%

Fuente: Consumidores de café
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 7



Fuente: Consumidores de café
Elaborado por: La Autora

Análisis:

De acuerdo a la indagación realizada podemos observar que el 70% de los encuestados compran café de 350gramos a un precio de \$3.51 y \$4.00 ctv. de dólar siendo este un precio económico que está al alcance del consumidor, y que solo se lo puede encontrar en los mini mercados; un 9% de los encuestados expresaron que por un café de calidad pagan más de 4,01 centavos de dólar y finalmente un 4% está entre 3.25 y 3.50 ctv. de dólar; y el 17% corresponde a las personas que no consumen café.

8. ¿Conoce usted las bondades nutricionales del fréjol?

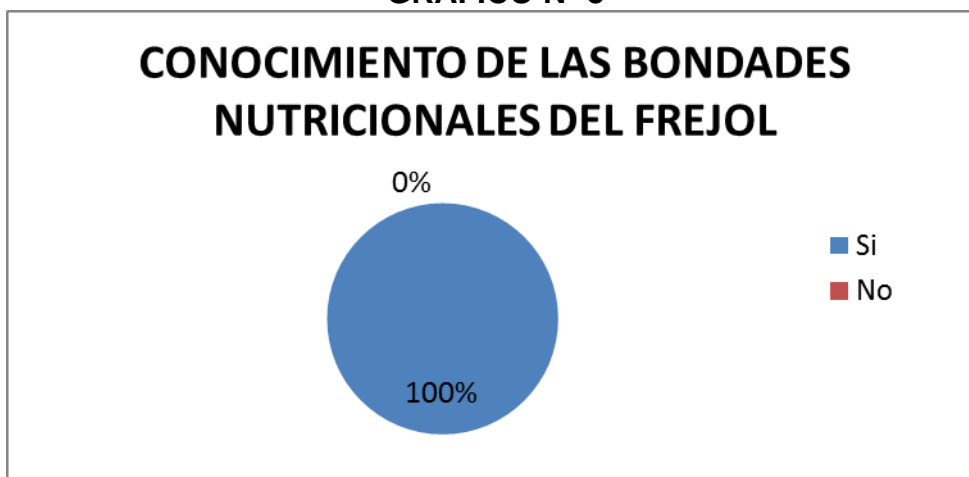
CUADRO N° 29

CONOCIMIENTO DE LAS BONDADES NUTRICIONALES DEL FREJOL

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	302	100%
No	0	0%
TOTAL	302	100%

Fuente: Consumidores de café
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 8



Fuente: Consumidores de café
Elaborado por: La Autora

Análisis:

Mediante la encuesta aplicada, puedo expresar que el 100% de los encuestados indicaron que tienen conocimiento sobre las bondades nutricionales del fréjol, sobre todo dijeron que es un producto muy comercializado en Bolívar, y a la vez que muchos negociantes de otras provincias cercanas llegan a comprar por cementeras dicha gramínea para comercializarlo.

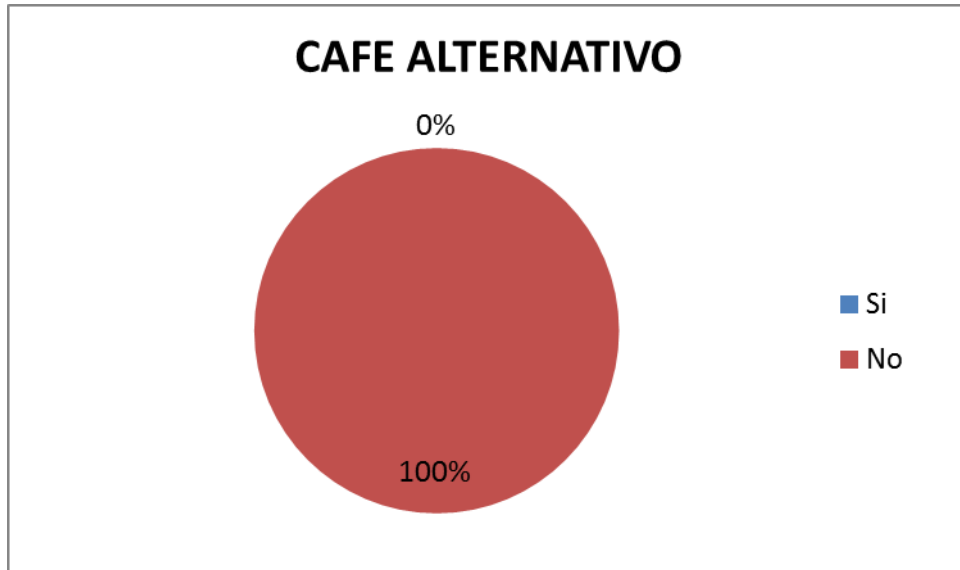
9. **¿En el mercado, encuentra usted cafés alternativos como el café de fréjol?**

**CUADRO N° 30
CAFÉ ALTERNATIVO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	0	0%
No	302	100%
TOTAL	302	100%

Fuente: Consumidores de café
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 9



Fuente: Consumidores de café
Elaborado por: La Autora

Análisis:

De los encuestados el 100%, expresaron que desconocen la existencia del café de fréjol, ya que es la primera vez que lo escuchan, por lo que indicaron que el fréjol es el que más se produce en este cantón y procesarla sería la vía de solución hacia la sobre-producción de esta gramínea, además de que el café de fréjol será un gran contenedor de vitaminas y nutrientes.

10. **¿Cambiaría usted el café tradicional por el café de fréjol descafeinado, que contiene óptimas propiedades nutricionales?**

CUADRO N° 31
PREFERENCIA DE CONSUMO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	302	100%
No	0	0%
TOTAL	302	100%

Fuente: Consumidores de café
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 10



Fuente: Consumidores de café
Elaborado por: La Autora

Análisis:

El 100% de la población encuestada está dispuesta a consumir el café de fréjol ya que consideran que es una muy buena opción al momento de tomar una bebida como es el café, pues al no contener cafeína este nuevo producto será de gran aporte para la salud, debido a que será elaborado a base un grano que tiene vitaminas y minerales.

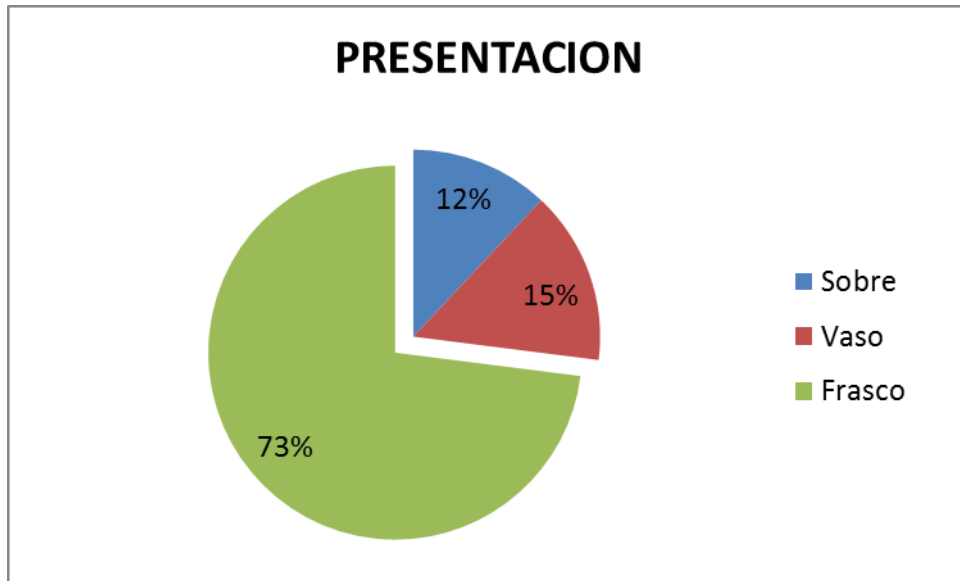
11. ¿Cómo le gustaría que sea la presentación del café de fréjol?

**CUADRO N° 32
PRESENTACIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Sobre	36	12%
Vaso	46	15%
Frasco vidrio	220	73%
TOTAL	302	100%

Fuente: Consumidores de café
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 11



Fuente: Consumidores de café
Elaborado por: La Autora

Análisis:

Sobre la presentación del café de fréjol, el 73% de los encuestados prefieren que sean en frascos plásticos, puesto que prefieren reutilizar este para de esa manera contribuir con el medio ambiente y sobre todo prefieren comprar en cantidades significativas para que les dure un tiempo considerable; un 15% tienden a preferir por vasos pues consideran que compran un producto y llevan dos; un 12% prefieren en sobres pues consideran que es más económico.

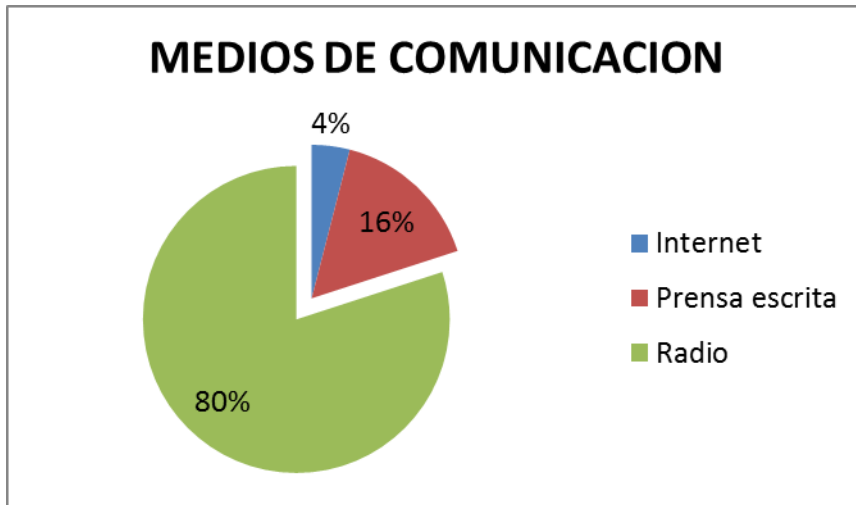
12. ¿De los siguientes medios de comunicación cuál es de su preferencia?

CUADRO N° 33
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Internet	12	4%
Prensa escrita	48	16%
Radio	242	80%
TOTAL	302	100%

Fuente: Consumidores de café
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 12



Fuente: Consumidores de café

Elaborado por: La Autora

Análisis:

El medio de comunicación que los encuestados prefieren en un 80% es la radio porque les permite mantenerse informados a cada momento sobre cualquier acontecimiento que suceda en el diario vivir; mientras que el 16% manifiestan que elegirían la prensa escrita ya que es un medio publicitario muy bueno para que todas las personas tengan conocimiento sobre el producto que uno quiere vender y un 4% prefieren el internet por su costo.

3.7.2. Entrevistas dirigidas a los productores de fréjol del Cantón Bolívar

A continuación se resumen la información más relevante de las entrevistas efectuadas.

1. ¿Considera usted que la producción de fréjol es una actividad rentable?

Hoy en día todo lo relacionado a la agricultura se cree que no genera dinero, pero es todo lo contrario porque si se llega a producir más de 2.000 metros cuadrados es una actividad rentable. En la actualidad la mayoría de los productores están relacionados con la producción de fréjol canario injerto-mejorado, debido a que esta variedad de frejol tiene la mejor aceptación en el mercado ya sea en tierno o seco, pero al ser cada vez más los productores de frejol esto se está convirtiendo en un problema debido a que existe una sobre producción de frejol.

2. ¿Qué tipo de fréjol siembra usted y porque?

Hace un año atrás se sembraba el fréjol matambre puesto que no se requería de mucho riego y en épocas de verano es muy factible, pero ahora la mayoría de agricultores están sembrando fréjol de canario injerto-mejorado porque no se daña mucho en lluvia o verano, y curamos con fertilizantes orgánicos.

3. ¿Cuál es el proceso productivo para cosechar el fréjol?

Desde nuestros antepasados se ha venido sembrando en base al ritmo lunar ya que para cualquier siembra se ve si hay luna tierna para que la cosecha sea un éxito caso contrario se hecha a perder la producción.

FOTO N° 1
SIEMBRA DEL FRÉJOL



Fuente: Observación directa (Siembra del Frejol)
Elaborado por: Autora

Para sembrar se requiere por lo menos empezar con 2.000 metros cuadrados o dos cementeras de terreno al cual se debe abonar con gallinaza (un camión de gallinaza cuesta 200 dólares), luego se tractora dos manos y se empieza hacer surcos (tractor, yunta o con mano de obra), se riega el agua y se procede a sembrar con pala; luego de 15 días empieza a germinar.

FOTO N° 2
DESHIERBAR LA PLANTA DEL FRÉJOL



Fuente: Observación directa (Deshierbar)
Elaborado por: Autora

Luego de lo germinado a los 15 días se empieza a desherbar con el azadón; y al mes de procede hacer huecos en los surcos para poner los palos que sostengan a la mata de fréjol ya que al mes empieza a salir las guías (tallos) de las matas, se debe comprar alambre delgado para colocar en los palos alrededor del surco para que en ello se cuelgue el fruto, y por último se compra tubos de sogas (se corta a un metro) delgada para empezar amarrar desde la raíz hasta el alambre.

FOTO N° 3 CUIDADO DEL FRÉJOL



Fuente: Observación directa (Cuidado de los sembríos)
Elaborado por: Autora

Transcurrido el mes desde la siembra se procede a abonar y tapar con el azadón para que se desarrolle pronto y florezca a la semana se pone la tierra alrededor de la mata y se manda riego 1 veces por semana si es necesario. Luego de 3 meses empieza a dar fruto y se empieza vender el fréjol tierno y si se desea seco se deja un 1 mes más para que sirva como semilla o para vender en seco.

**FOTO N° 4
COSECHA DEL FRÉJOL**



Fuente: Observación directa (Cosecha del frejol)
Elaborado por: Autora

Durante el año se puede tener 3 cosechas de fréjol de fréjol canario porque este tiene una producción más rápida y no se afecta mucho con los climas cambiantes.

4. Al momento de llevar al mercado su producto lo lleva tierno o seco y porqué?

La preferencia de los comerciantes de fréjol es cuando compran por cementeras o hectáreas de fréjol tierno y compran todo para ellos comercializar en otras provincias. Lo seco también se puede comercializar en el mercado local para la alimentación de las familias. El fréjol seco necesita otra forma de comercialización ya que hay mucha oferta.

5. Usted entrega su producto a intermediarios (comerciantes de fréjol) o vende directamente a los consumidores finales?

Si se tiene mucha producción se vende a los intermediarios, pero ellos no pagan el precio justo porque ellos ganan más revendiendo, y si se produce poco como de 500 metros cuadrados se vende a los consumidores finales para su alimentación. El problema es porque somos bastantes agricultores que nos dedicamos a la siembra de fréjol porque no es muy costoso el cultivo, pero cuando se vende el fréjol no se recupera ni la inversión, por no tener un lugar seguro donde entregar.

6. Vendería su producto final, como es el fréjol seco, a una empresa que le pague un precio justo y lo adquiriera de forma permanente?

Claro que sí, sería la mejor manera de que los productores del fréjol canario injerto-mejorado podamos tener un canal de venta seguro y permanente que nos permita producir con tranquilidad, sabiendo que el producto será adquirido a un precio justo y con la seguridad de que nos compren de forma permanente.

7. Cuántos metros cuadrados destina usted para la siembra de fréjol?

Se destina como base 2000 metros cuadrados pero para que salga para el mes de abril se siembra 5000 metros cuadrados. Porque en ese mes se vende a un precio más alto y hay bastantes compradores.

8. Al momento de comercializar el fréjol vende por libras o por quintales y a qué precio entrega?

Se vende por cementeras a los comerciantes y ellos venden (1 dólar la libra). La cementera se vende por lo bajo a 600 dólares.

9. Usted para la producción de fréjol utiliza químicos?

En la época de verano empieza atacar los plagas ahí se utiliza para matarlas, si la plaga recién está entre una mata y otra solo se hace un preparado con algas y melaza, o se compra pesticidas naturales.

3.8. Identificación del producto

Para este proyecto la materia prima a utilizar es el frejol, ya que dicha gramínea es de suma importancia dentro de la pirámide alimenticia y su comercialización se la realiza para el mercado local y regional, debido a que su consumo es continuo; y teniendo en cuenta este particular, se va a elaborar un nutritivo e innovador producto como es el café de frejol.

3.8.1. Mercado meta

El mercado meta al cual está enfocado este proyecto es a la parroquia urbana Bolívar debido a que en esta se encuentra concentrado el mayor movimiento comercial de dicho cantón, es decir tanto a jóvenes, adultos y personas de la tercera edad serán quienes adquieran este producto en los diferentes micro mercados y tiendas de la localidad debido a que este es un producto que por tradición se lo consume diariamente.

3.8.2. Segmento de mercado

La segmentación de mercado tiene como objetivo identificar a los posibles consumidores potenciales que demanden este nuevo e innovador producto como es el café de fréjol; pero debido a que la mayoría de la población se dedica a la agricultura y entre ellos están jóvenes, adultos y personas de la tercera edad, que adquieren el café como la bebida a repartir tanto a trabajadores como en la familia; se

puede decir que el segmento de mercado se encuentra dentro de estos tres grupos de personas por ser quienes adquieren la bebida diariamente.

Para la segmentación del mismo se considera los siguientes variables:

3.8.3. Segmentación geográfica

Está dirigido a la parroquia urbana del cantón Bolívar en la provincia del Carchi con expectativas futuras de ampliación a los diferentes cantones de dicha provincia; y posterior se puede decir que se comercializara en las provincias aledañas.

Teniendo en cuenta el estudio del consumo de café que existe en la provincia del Carchi (COFENAC 2012), se tomara como parte de la comercialización al cantón Montufar por ser otro de los cantones con movimiento comercial y consumo de café, este no esta tomado en cuenta en el estudio de mercado pero para alcanzar mercados se comercializara en la diferentes tiendas y micro mercados de este cantón, siendo esta la forma de dar a conocer este innovador producto como es el café de frejol dentro de la provincia del Carchi, para así poder abrir mercados regionales.

3.8.4. Segmentación demográfica

Este producto es recomendable para toda la población, pero esta enfocado para jóvenes, adultos y personas de la tercera edad; debido a que es un producto natural y elaborado artesanalmente sin contenido de cafeína que no afecta la salud ya que contiene vitaminas y minerales propios de una gramínea que en este caso es el fréjol.

3.8.5. Segmentación conductual

Por ser un producto nutritivo que contiene una gran fuente de vitamina del complejo B como son la niacina, la riboflavina, el ácido fólico y la tiamina, la actitud de aceptación del producto es alta, debido a que brinda el aporte nutricional que debe estar presente en la dieta diaria.

3.9. Análisis de la demanda

Para el presente estudio la demanda está compuesta por el número de personas dispuestas a adquirir el producto; la cual se determinó mediante las encuestas aplicadas en la que se arrojó un dato significativo a favor del proyecto, puesto que existe la aceptación de todos los encuestados de acuerdo a la pregunta N° 10, esto debido a que es un producto nuevo en el mercado y dicha aceptación se da ya sea porque si conocen sobre el frejol o por curiosidad.

3.9.1. Comportamiento histórico de la demanda.

Según el Consejo Cafetero Nacional (**COFENAC**), determina que para el año 2012 la provincia del Carchi, posee un consumo aproximado de 175.850.715 gramos de café.

CUADRO N° 34
DEMANDA ACTUAL DEL CAFÉ AÑO 2012 (COFENAC)

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	TOTAL
CONSUMO DE CAFE	GRAMOS	175.850.715

Fuente: COFENAC 2012

De acuerdo a la información recopilada en el COFENAC se presenta la estimación de la demanda en unidades de 350gramos, el resultado se obtiene de realizar la siguiente operación para la cual se divide 175.870.715g para 350g ($175.870.715g / 350g = 502.431$), es decir que existe una demanda de 502.431 envases de café de 350g en la provincia del Carchi.

3.9.2. Demanda actual del café de fréjol del Cantón Bolívar de la provincia del Carchi

CUADRO N° 35
DEMANDA ACTUAL DEL CAFÉ DE FRÉJOL CANTON BOLIVAR

AÑO	DEMANDA POTENCIAL PROV. CARCHI (COFENAC 2012)	DISPONIBILIDAD PARA ADQUIRIR EL CAFE DE FREJOL (350g.) 14% POBLACION BOLIVAR
2012	502.431	70.340

Fuente: COFENAC, Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

La demanda actual para el presente proyecto se establece de la siguiente manera: del total de la población de la provincia del Carchi se calcula el porcentaje para el nivel socioeconómico alto y medio del cantón Bolívar dando como resultado mediante una regla de tres el 14%, mediante este análisis se obtuvo la demanda actual para el proyecto planteado.

3.9.3. Proyección de la demanda

Para obtener la demanda futura se aplicó la tasa de crecimiento poblacional del cantón Bolívar que asciende a un ritmo del 0.81% anual, cuyo porcentaje es emitido por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010), la misma que se aplica en la siguiente fórmula:

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

Donde:

C_n = Consumo Futuro

C_o = Consumo Histórico

I = Tasa de crecimiento

n = Año proyectado

Una vez aplicada la fórmula se obtuvo los siguientes resultados:

**CUADRO N°36
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DEL CANTON BOLIVAR**

AÑO	DEMANDA PROYECTADA EN FRASCOS DE 350g.
2013	70.910
2014	71.484
2015	72.063
2016	72.647
2017	73.236

Elaborado por: La Autora

3.10. Análisis de la Oferta

La oferta está compuesta por el número de empresas que ofrecen un producto similar al propuesto en el proyecto. En el mercado existen varios ofertantes de café tradicional ya sea nescafe, dolca entre otros, que se los adquiere en mini mercados, tiendas y más; pero no existen microempresas que se dediquen a la elaboración de café artesanal, lo cual indica que para el mercado este es un producto que aparece por primera vez dentro de este cantón y tiene grandes expectativas de aceptación y consumo por ser un producto nutritivo y natural.

3.10.1. Oferta actual de la provincia del Carchi

El Consejo Cafetero Nacional (**COFENAC 2012**), provee la siguiente información de la comercialización de café en el Carchi al año 2012, la cual se detalla a continuación:

CUADRO Nº 37
OFERTA DE CAFÉ PROVINCIA DEL CARCHI

DETALLE	OFERTA DE CAFÉ EN GRAMOS
Sí café	21.429.768
Café Bustelo	5.714.605
Café castel	7.143.256
Café Bravo	14.286.512
Colcafé	17.143.814
Otros	166.781.536
TOTAL	232'499.491

Fuente: COFENAC 2012

Elaborado por: La Autora

En base a los datos del COFENAC 2012 se procede a determinar en unidades los gramos de café, es decir 232.499.491gramos / 350 gramos nos arroja 664.284 envases de 350 gramos de café para el año 2012.

3.10.2. Oferta actual del café de frejol en el cantón Bolívar provincia del Carchi

Procedemos a efectuar una regla de tres para determinar lo que se oferta en el cantón Bolívar con la finalidad de efectuar proyecciones verídicas para la propuesta, en base a ello puedo establecer un estimado de 22.813 frascos de café de 350gr que se oferta en el cantón Bolívar.

Dentro del cantón Bolívar no existe un producto con iguales características a las del café de frejol, ya que no hay microempresas que elaboren un café artesanal, sino más bien existe la venta del café tradicional que se puede adquirir en los diferentes abarrotos, lo que quiere decir que es un producto único por sus propiedades nutricionales y naturales que hacen la diferencia con del café tradicional.

3.10.3. Proyección de la oferta

Para establecer la proyección de la oferta se tomó en cuenta la tasa de crecimiento del cantón Bolívar en función a la demanda, aplicando el 0.81%, cuyo porcentaje es del último censo 2010 (INEC).

**CUADRO N° 38
PROYECCIÓN DE OFERTA DEL CANTON BOLIVAR**

AÑO	OFERTA PROYECTADA
2013	22.997
2014	23.184
2015	23.371
2016	23.561
2017	23.752

Elaborado por: La Autora

3.11. Demanda potencial a satisfacer

Mediante el análisis de la demanda y oferta se determina que existe un mercado significativo para el café de fréjol, lo cual avizora un éxito para este proyecto planteado y a continuación se presenta la siguiente tabla:

**CUADRO N° 39
DEMANDA INSATISFECHA DEL CAFÉ EN EL CANTON BOLIVAR**

DETALLE	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER (Frascos 350gr de café)	DEMANDA CAPTADA POR EL PROYECTO 45%
2013	70.910	22.997	47.913	21.561
2014	71.484	23.184	48.301	21.735
2015	72.063	23.371	48.692	21.911
2016	72.647	23.561	49.086	22.089
2017	73.236	23.752	49.484	22.268

Elaborado por: La Autora

Esto analizando desde una realidad en la que una empresa nueva que lanza un nuevo producto en el mercado no puede captar toda la demanda potencial sino en este caso la empresa considera que el 45% de esta; y para el primer año se establece un crecimiento del 2% hasta el tercer año, al cuarto año se estima crecer en un 2,5%, para que al quinto año se logre cumplir con el restante 0,05%.

3.12. Análisis de precios

Los precios de café varía según el tipo de café y el proceso utilizado para su producción, por ello se ha efectuado la siguiente investigación de campo en los mini mercados del cantón Bolívar para conocer el precio de la competencia, la misma se detalla a continuación:

CUADRO N°40
PRECIOS SEGUN MARCAS DE CAFÉ

DETALLE	PRESENTACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO DE VENTA
Sí café	Frasco	350 gramos	3,90
Café Bustelo	Frasco	350 gramos	4,10
Café castel	Frasco	350 gramos	4,32
Café Bravo	Frasco	350 gramos	3,45
Colcafé	Frasco	350 gramos	3,50
PRECIO PROMEDIO			3,85

Fuente: Observación directa

Elaborado por: La Autora

3.13. Precio Histórico

En base a la información proporcionada por el COFENAC 2012, se determina que el precio histórico del café de 350 gramos de diferentes variedades de café se puede visualizar en el presente cuadro.

CUADRO N° 41
PRECIO HISTÓRICO

AÑO	PRECIO
2008	2,90
2009	2,95
2010	3,10
2011	3,35
2012	3,50

Fuente: COFENAC 2012

Elaborado por: La Autora

3.14. Estimación de precios

**CUADRO Nº42
ESTIMACIÓN DE PRECIOS**

DETALLE	PRECIO CAFÉ DE 350GRAMOS	TASA DE INFLACIÓN	INCREMENTO DEL PRECIO
2013	3,65	4,16%	-
2014	3,80		0,15
2015	3,96		0,16
2016	4,12		0,16
2017	4,29		0,17

Elaborado por: La Autora

El cuadro anterior presenta la proyección del precio del café de frejol en frascos de 350 gramos, proyectados hasta el año 2017, con una tasa de inflación del 4,16% que corresponde a la inflación del 2013, se ha utilizado este índice para la proyección, debido a que es consistente a la realidad económica de la sociedad.

3.15. Análisis de la comercialización, distribución y publicidad del producto

3.15.1. Comercialización

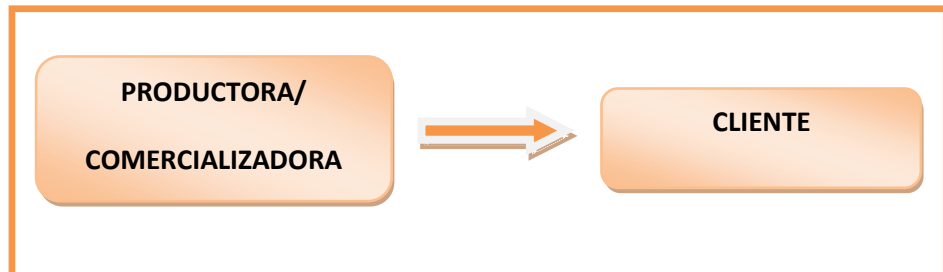
La identificación de los canales de comercialización es de suma importancia debido a que estos son los que permiten llegar con el producto en el momento oportuno y lugar adecuado. Por ende la microempresa productora y comercializadora empleará dos tipos de canales de distribución.

a) Canal directo

La microempresa tendrá un punto de venta directa en la dirección donde funcionará, en el centro de la ciudad de Bolívar en la Calle Patiño entre Sucre y Av. Mantilla vendiendo directamente al cliente

o consumidor final y a su vez también se distribuirá a los diferentes micromercados del cantón Bolívar.

GRAFICO Nº 13
CANAL DIRECTO DE DISTRIBUCIÓN



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

b) Canal indirecto

La microempresa para orientar sus ventas distribuirá su producto a minimercados y supermercados de la zona los cuales serán intermediarios para poder llegar a más clientes y elevar sus ventas.

GRAFICO Nº 14
CANAL INDIRECTO DE DISTRIBUCIÓN



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

3.15.2. Variables de mercado o comercialización

Las estrategias de mercado o comercialización contemplan las cuatro variables de la mercadotecnia el producto, precio, plaza y

promoción-publicidad con objetivo de introducir un nuevo producto al mercado y lograr su posicionamiento en el mismo.

a) Producto

Para la venta del café de fréjol se elaborará de manera artesanal con objeto de mantener el sabor natural y que contribuya al alimento diario de los consumidores, para lo cual se producirá la materia prima de calidad sin utilizar químicos que atente la salud humana.

- Se entregará un producto de calidad, la cual será elaborado de manera artesanal, tomando en cuenta que el cliente siempre tiene la razón.
- Para la venta del producto se expenderá en frascos de plástico que contenga 350 gramos de café de fréjol natural, la misma que contendrá un logo de la microempresa cafetera con detalles de los beneficios nutricionales del producto;
- Incluir servicios al cliente potencial como por ejemplo entregar a domicilio, facilidades de pago y proveer asesoría en la compra de producto y en la producción de fréjol.

b) Precio

- Para establecer el precio adecuado se tomará en cuenta todos costos directos e indirectos y sobre todo el precio de la competencia, ya que en base aquellos aspectos se podrá establecer un precio competitivo.
- En los precios se dará descuentos de acuerdo al volumen de compra.

c) Publicidad y promoción

- Al ser un producto nuevo es importante realizar estrategias de mercadotecnia para persuadir, estimular, informar y recordar al consumidor sobre la existencia del café de fréjol, a través de un proceso de comunicación por ende se plantea realizar cuñas radiales que lleguen al consumidor y a la vez diseñar hojas volantes que contenga información primordial del producto con la finalidad lograr posicionar en el mercado cafetero.
- Dar plena garantía de la calidad del producto durante todo el proceso de producción.
- Se establecerá mecanismos de publicidad de acuerdo al mercado meta a través de propagandas, por televisión en canales locales, por emisoras y periódicos locales. El propósito de esta publicidad dar a conocer la oferta del producto.
- Se ofrece ventajas económicas con respecto a los competidores teniendo en consideración los costos de producción a fin de lograr el posicionamiento del producto.
- Garantizar la regularidad de entrega, calidad y volúmenes del producto con el objeto de no desprestigiar la microempresa.
- Realizar una evaluación permanente de diagnóstico sobre investigación de mercado a fin de determinar variaciones en el diseño, forma de presentación, empaque y medios de llegada del producto al mercado meta.
- Realizar descuentos de acuerdo a los volúmenes ofrecidos a fin de desarrollar estrategias de introducción del producto al mercado meta.

3.16. Conclusión del estudio de mercado

De acuerdo al estudio de mercado efectuado se determina que existe una demanda potencial a satisfacer con tendencia creciente, lo cual es una oportunidad para desarrollar la propuesta de crear una microempresa dedicada a la producción y comercialización del café de fréjol.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

Este capítulo tiene como finalidad determinar la, localización óptima de la propuesta, tamaño del proyecto, distribución de instalaciones, proceso de producción, presupuesto técnico, los cuales permitirán establecer las condiciones óptimas, para que la nueva unidad productiva se desarrolle de manera eficiente.

4.1. Localización del proyecto

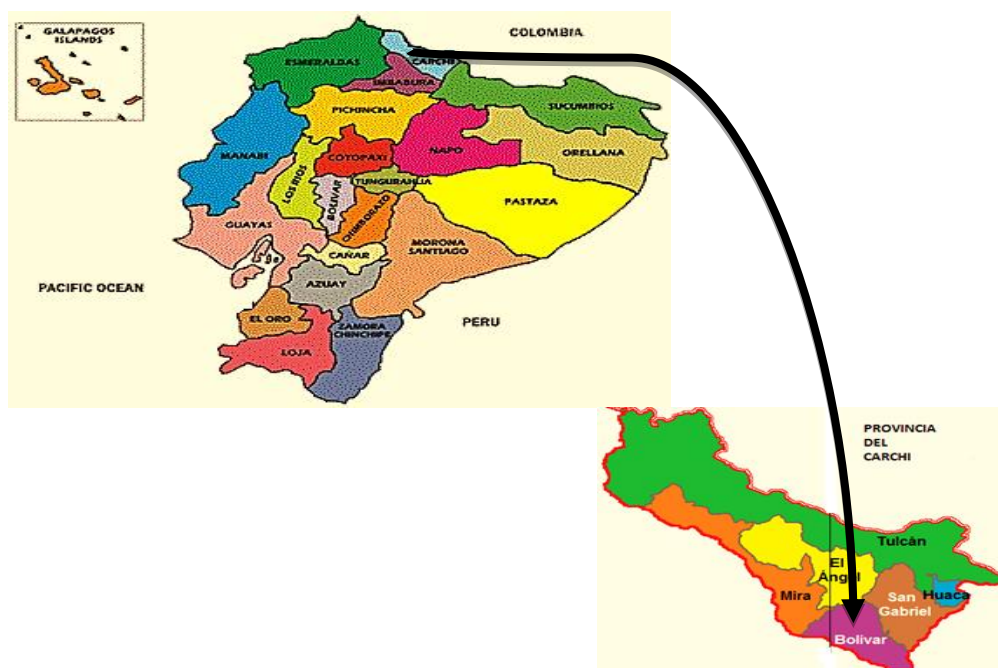
Es el lugar geográfico en donde se llevará a cabo el proyecto para ello es importante tomar en cuenta, la región, provincia, cantón con la finalidad de conocer con exactitud el lugar donde se va a desarrollar el proyecto.

4.1.1. Macrolocalización del proyecto

La microempresa productora y comercializadora de café de fréjol estará ubicada en el Cantón Bolívar provincia del Carchi; cuya zona se encuentra a 2503 m.s.n.m. cuenta con una temperatura que fluctúa de un rango de 12° C hasta 18°C lo que indica que el clima va desde el subtropical seco hasta el páramo húmedo.

Esta zona Carchense se caracteriza por ser una zona eminentemente agrícola, puesto que su tipo de suelo es muy fértil para la producción de papas, hortalizas, y principalmente de fréjol entre otros productos propios de la zona.

FIGURA Nº 2
PROVINCIA DEL CARCHI



FUENTE: Internet

ELABORADO POR: La Autora

4.1.2. Microlocalización del proyecto

La microlocalización ayuda a determinar el lugar idóneo acorde a las necesidades de la unidad productiva, mediante el análisis de varios factores con la finalidad de que el lugar selecto sea apto para la microempresa.

El proyecto se encuentra ubicado específicamente en la calle Patiño entre Av. Mantilla y calle Sucre, debido a que en este lugar existe disponibilidad de mano de obra calificada y no calificada suficiente para el normal funcionamiento y la posibilidad de causar un menor impacto ambiental.

a. Matriz de factores

b. Selección de la alternativa óptima

Para la ubicación de la planta se tomó como referencia cuatro posibles alternativas para el correcto funcionamiento de la misma, las alternativas son las siguientes:

- Ubicar el proyecto en la parroquia Bolívar
- Ubicar el proyecto en la parroquia García Moreno
- Ubicar el proyecto en la parroquia Los Andes
- Ubicar el proyecto en la parroquia San Rafael

Para determinar la mejor alternativa se establece los niveles de evaluación (escala de 1 al 5) que se detalla a continuación:

5 —————> ÓPTIMO

4 —————> MUY BUENO

3 —————> BUENO

2 —————> REGULAR

1 —————> MALO

CUADRO Nº 43
MATRIZ DE FACTORES

FACTORES	Bolívar	García Moreno	Los Andes	San Rafael
Costo de terreno	4	3	3	3
Servicio de agua potable	5	4	5	4
Servicio telefónico	5	5	5	5
Alcantarillado	4	3	4	4
Concentración poblacional	4	3	3	3
Vías de acceso	5	4	4	5
Recolección de basura	5	5	5	5
Movimiento económico	5	4	3	4
Seguridad	4	3	3	4
Cercanía a la ciudad	5	4	4	4
Transporte	5	5	5	5
Impuesto predial	4	4	4	4
Actitud de la comunidad frente al proyecto	5	4	4	4
Factores naturales	5	4	4	5
Plusvalía	5	4	4	4
Costos de Transferencia	4	3	3	3
Total	74	62	63	66
Prioridad	Primero	Cuarto	Tercero	Segundo

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La Autora

Análisis:

La microempresa productora y comercializadora de café de fréjol está ubicada en la Provincia del Carchi, Cantón Bolívar en la Parroquia Bolívar, y en base a los análisis realizados anteriormente, se puede determinar que este sector cumple con las condiciones necesarias para

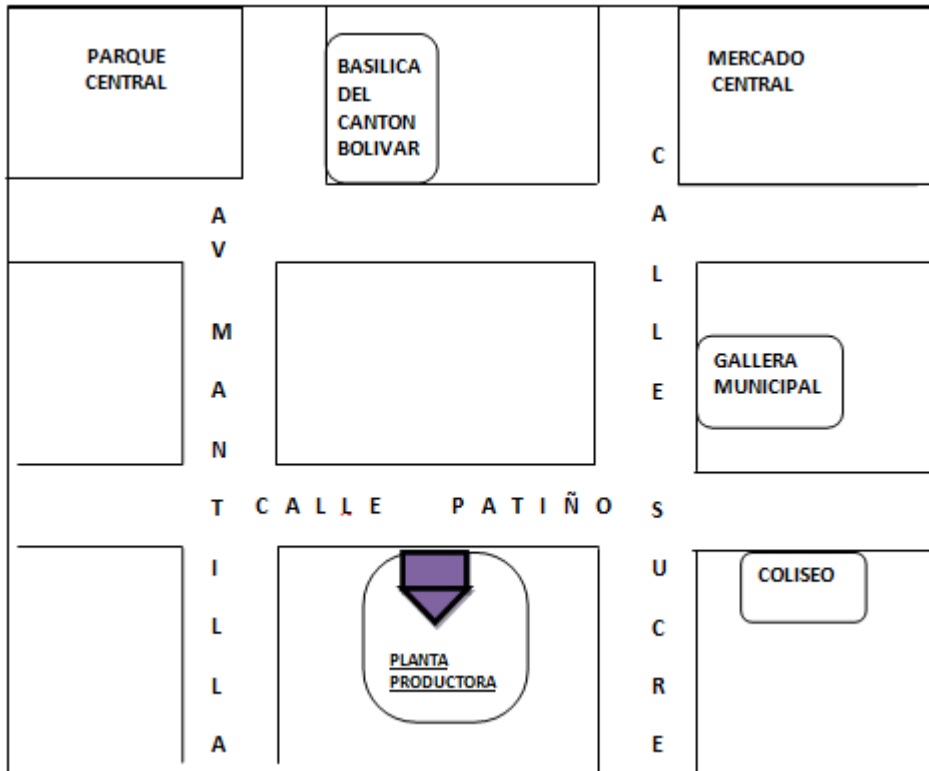
crear la nueva unidad productora, debido a existen los servicios básicos, las vías de acceso y más alternativas positivas para dicha microempresa; cabe recalcar que los costos de transferencia son primordiales dentro de la matriz de factores, pues son aquellos costos que influyen al momento de adquirir la materia prima, al trasladar el producto terminado para su distribución y/o comercialización, y entre otros que permiten desarrollar cada uno de los procesos para la elaboración del café de frejol.

FIGURA Nº 3
DIVISION PARROQUIAL DEL CANTON BOLIVAR



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora

GRÀFICO N° 15 CROQUIS DE LA MICROLOCALIZACIÓN



Elaborado por: La Autora

Análisis:

La microempresa productora y comercializadora de café de fréjol está ubicada en la siguiente dirección: calle, Patiño entre Av. Mantilla y la calle Sucre, a pocos pasos del Coliseo de la ciudad.

4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o la prestación de un servicio.

4.2.1. Factores determinantes del tamaño del proyecto

El tamaño del presente proyecto viene determinado por los siguientes factores relevantes tales como: mercado, disponibilidad de materia prima, tecnología y financiamiento para el desarrollo de la propuesta.

a. Mercado – Estudio de Mercado

La propuesta de la unidad productiva tiene como finalidad primordial la producción y comercialización del café de fréjol artesanal de buena calidad para los consumidores potenciales del cantón Bolívar. Dentro de este se establece que, la demanda a satisfacer en el año 2013 es de 21.561 frascos de plástico de 350gr de café de frejol, tomando en cuenta que este rubro es el 45% que se estimó de la demanda total insatisfecha (47.913) esto debido a que por ser una empresa nueva puede existir la posibilidad de no poder abastecer al total de la demanda insatisfecha.

b. Disponibilidad de materia prima

En lo que se refiere a materia prima (frejol) para obtener el producto terminado como es el café de frejol, es importante que esta sea de óptimas condiciones y en la cantidad que se requiera, por cuanto esto ayudara a que el producto final como es el café frejol sea de excelente calidad y se pueda entregar a tiempo al consumidor final.

Para el abastecimiento de la materia prima como es el frejol, la compra de dicha gramínea se lo hará a los pequeños productores, ya que son ellos los cuales mantienen un desequilibrio e inseguridad al momento de vender su producto, puesto que los intermediarios al adquirir el producto en alguna ocasión esto no asegura de que lo vuelva hacer, por cuanto la mayoría de agricultores se dedican a la siembra del frejol y esto hace que

exista una sobre oferta de esta gramínea, además de no tener un lugar seguro donde puedan vender u ofertar su cultivo; de darse un posible desabastecimiento, existen bodegas de granos, también el mercado de la localidad, mercado mayorista y de ser el caso a los agricultores de los cantones aledaños, por cuanto la principal actividad de la provincia del Carchi es la agricultura y en gran parte sus pobladores se dedican a la producción del frejol canario injerto-mejorado, con lo cual se asegura que la producción del café de frejol no será interrumpida por el desabastecimiento de la materia prima.

c. Disponibilidad tecnológica

La tecnología que se aplicará para la elaboración del café de fréjol es una fusión entre lo tradicional y eléctrico esto debido a que la única herramienta a utilizar es el molino eléctrico; y no es necesario contar con maquinaria sofisticada, simplemente es indispensable equipos, herramientas básicas y una estructura ergonómica acorde a las necesidades del personal.

Cabe recalcar que en el cantón Bolívar si existe la accesibilidad a los servicios básicos como agua potable, luz eléctrica, línea telefónica y acceso a internet, los cuales son primordiales para el óptimo desarrollo de este proyecto.

d. Disponibilidad de recursos financieros

Este rubro es de suma importancia para que el proyecto inicie sus actividades sin complejidad, por ende se considera realizar una inversión propia del 17,67% (8.583,85) y lo financiado el 82,33% (40.000,00) mediante un préstamo otorgado por la Corporación Financiera Nacional, teniendo una inversión total de: 48.583,85 dólares americanos.

4.2.2. Capacidad productiva del proyecto

Se estima que la capacidad de producción de la microempresa será de 21.561 frascos de 350gr; para el segundo y tercer año tiene un crecimiento del 2% respectivamente, al cuarto año se estima crecer en un 2,5%, para que al quinto año se logre cumplir con el restante 0,05%; en una jornada de 8 horas diarias, los seis días laborales de la semana durante todo el año.

Esto analizando desde una realidad en la que una empresa nueva que va a lanzar un nuevo producto en el mercado no puede captar toda la demanda potencial sino en este caso la empresa considera el 45% de esta.

De acuerdo a lo establecido se considera la capacidad de la microempresa de la siguiente manera:

Capacidad: $(21.561 \text{ frascos } 350\text{gr/ año}) / (8 \text{ horas } * 6 \text{ días } * 48 \text{ semanas})$

Capacidad: 9,35 frascos 350gr/ hora

Significa que la microempresa tiene capacidad de producir 9 frascos 350gr por hora.

4.3. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Con respecto a la distribución de las instalaciones, el área que ocupa el proyecto es de 110 m², la cual estará distribuida de la siguiente manera:

CUADRO N° 44
DISTRIBUCION ÁREA ADMINISTRATIVA

AREA DE CONSTRUCCION	M ²
Gerencia	7
Contabilidad	7
Ventas	7
Baño	4
TOTAL	25

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 45
DISTRIBUCION ÁREA DE PRODUCCIÓN**

AREA DE CONSTRUCCION	M²
Bodega	* Materia prima 18 * Producto terminado 18
Tostador	15
Moedor	15
Empacado-Sellado	15
Baño	4
TOTAL	85

Elaborado por: La Autora

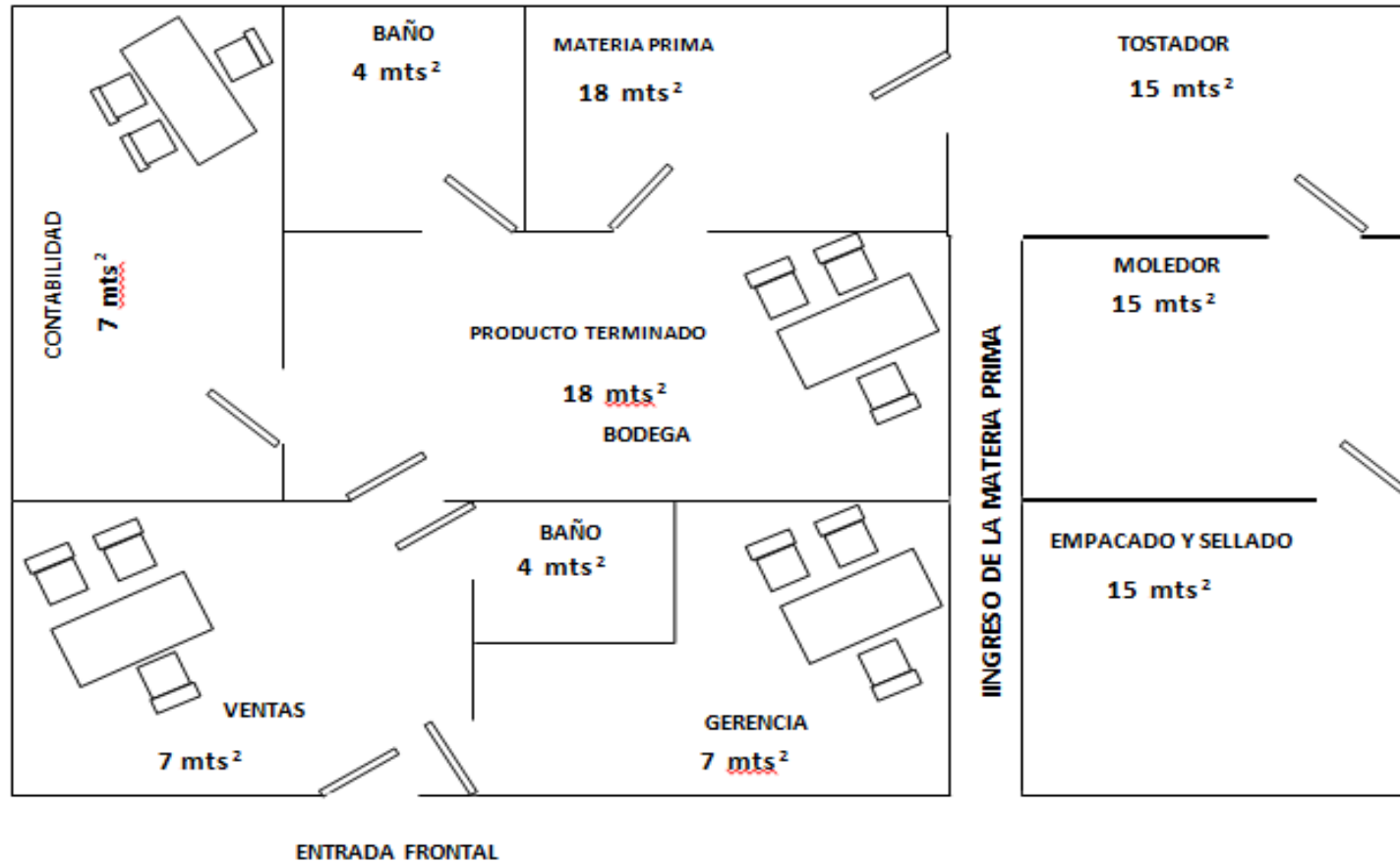
4.3.1. Diseño de la instalación

El diseño de las instalaciones va acorde con los procesos para la recepción del producto, procesamiento, empaçado y comercialización del café de frejol.

Para la instalación de la planta y de las áreas administrativas y de ventas se tomara en cuenta los siguientes aspectos:

- Las oficinas de los directivos estarán ubicadas en un lugar donde puedan mantener una amplia supervisión de sus departamentos, tenga acceso al cliente y pueda desempeñar un trabajo satisfactorio.
- Cada una de las áreas a construir de este proyecto se lo hará de una sola planta, es decir será de un solo piso tomando en cuenta el tamaño exacto de acuerdo a la necesidad de cada departamento, esto dará como resultado la eficiencia de cada uno de los empleados, por lo tanto la apariencia de las oficinas será impecable y atractiva que inducen al orden, y al respeto de quienes lo conforman, esto será atractivo para nuestro clientes y visitantes ya que ellos al tener un buen servicio se verán comprometidos a adquirir el producto (café de frejol).

**GRÁFICO Nº 16
DISEÑO DE LA INSTALACIÓN**




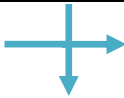


Elaborado por: La Autora

4.3.2. Diagramas de procesos

a. Simbología del diagrama de proceso

CUADRO N° 46
SIMBOLOGÍA DEL DIAGRAMA DE PROCESO

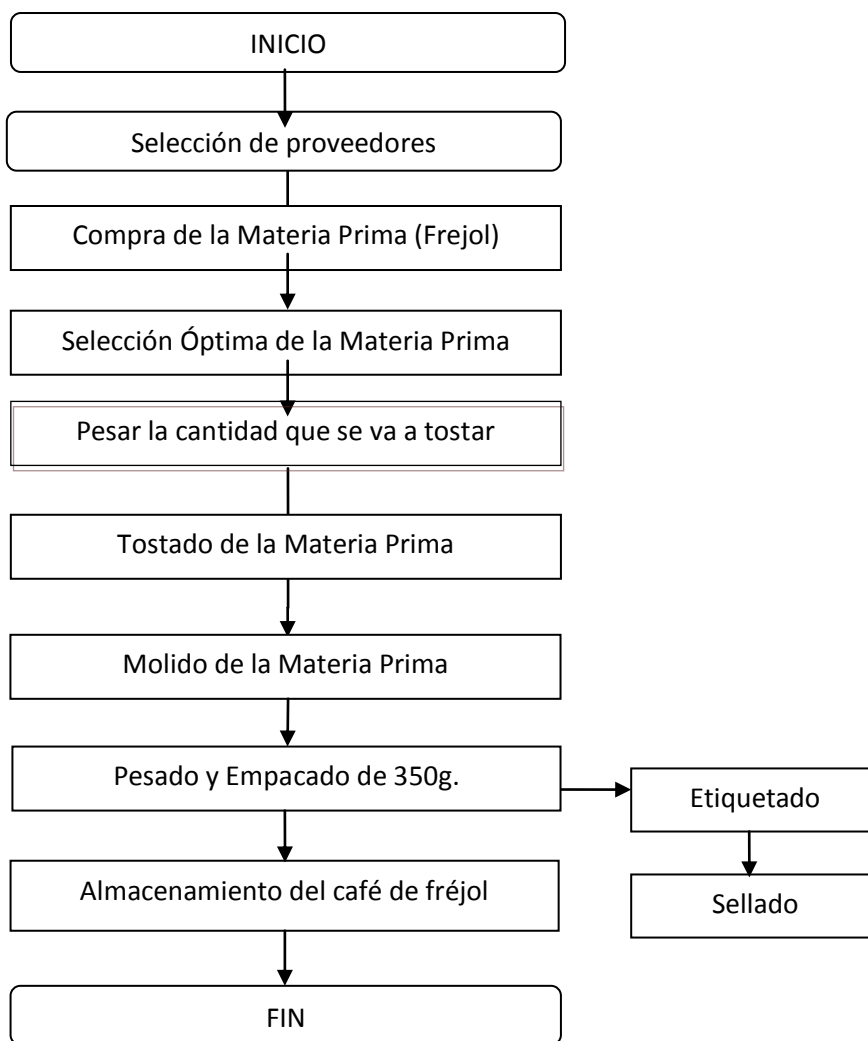
SIMBOLOGÍA	SIGNIFICADO
	Inicio o fin del proceso
	Decisión
	Proceso
	Flechas conectoras

Fuente: Internet

Elaborado: Por la autora

b. Proceso de elaboración del café de fréjol

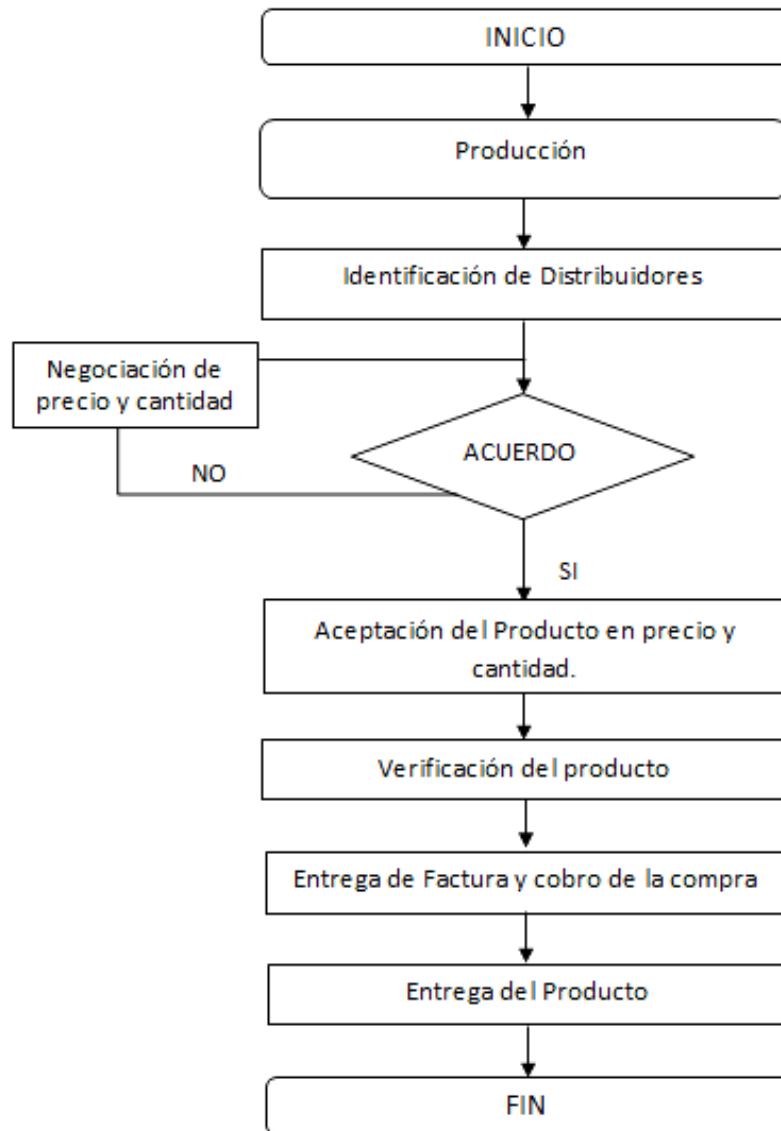
GRÁFICO N° 17
Proceso de elaboración del café de fréjol



Elaborado por: La Autora

c. Proceso de venta del café de frejol

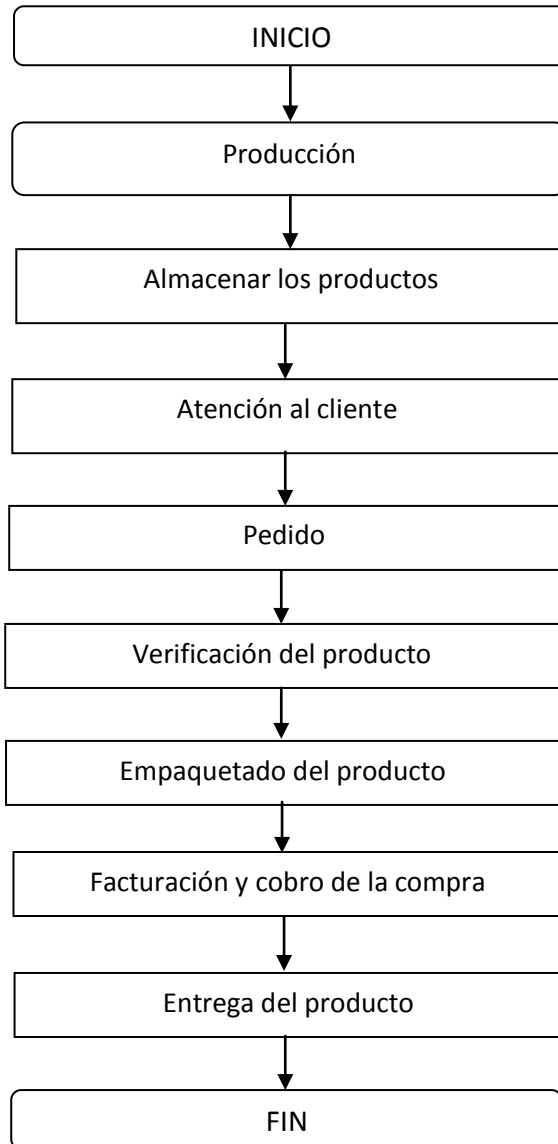
GRÁFICO N° 18
Proceso de venta del café de frejol



Elaborado por: La Autora

d. Proceso de venta directa del café de frejol

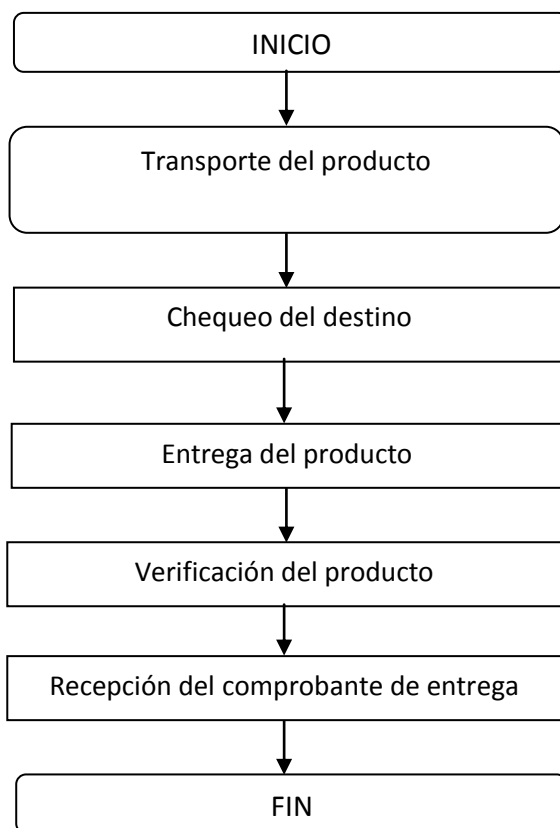
GRÁFICO N° 19
Proceso de venta directa del café de frejol



Elaborado por: La Autora

e. Proceso de entrega del café de frejol

GRÁFICO N° 20
Proceso de entrega del café de frejol



Elaborado por: La Autora

4.4. PRESUPUESTO TÉCNICO

4.4.1. Inversión Fija

a. Terreno

Para llevar a cabo la presente propuesta productiva se optará por invertir en un terreno de 110 mtrs² valorado en el mercado según el avalúo y catastro del Municipio de Bolívar en 9.000,00 dólares americanos, este valor es significativo puesto que se encuentra en un lugar estratégico, con la facilidad y cercanía hacia los diferentes servicios y el accesos de vías que permitan el normal desarrollo del proceso de producción y comercialización del café de frejol; es importante recalcar que el precio de los terrenos destinados para la siembra es más costoso que un terreno que en la urbe por cuanto el cantón Bolívar es considerado agrícola por excelencia esto debido a que sus tierras son fértiles y cultivables.

**CUADRO N° 47
REQUERIMIENTO DEL TERRENO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	M ²	VALOR UNITARIO m2	VALOR TOTAL
Terreno para el proceso y comercialización de café de fréjol	1	110	81,82	9.000,00
TOTAL REQUERIMIENTO DE TERRENO				9.000,00

Fuente: GAD Municipal de Bolívar

Elaborado por: La Autora

b. Infraestructura civil

El valor estimado de la infraestructura civil está avaluado en 16.036,56 dólares americanos según el Arq. Fernando Jaramillo; el valor de esta inversión es necesaria e importante ya que dicho profesional realizara la correcta distribución de cada una de las áreas de la planta productora, esto hará que las actividades que se desarrollen para obtener

el producto final como es el café frejol sean eficientes y a la vez cumplan con los requerimientos establecidos dentro de la empresa. (VER ANEXO D)

**CUADRO N° 48
INFRAESTRUCTURA CIVIL**

DESCRIPCIÓN	M ²	VALOR UNITARIO m2	VALOR TOTAL
Infraestructura civil	110	145,79	16.036,56

Fuente: Arq. Fernando Jaramillo.

Elaborado por: La Autora

c. Vehículo

Se cuenta con un vehículo de segunda mano valorado en: 10.000,00 dólares americanos, que permita buscar y negociar en las diferentes bodegas, mercados o directamente con los productores del cantón Bolívar la materia prima necesaria, para la elaboración del café de frejol, siendo este medio de transporte también muy útil e imprescindible para realizar la comercialización y distribución del producto terminado.

**CUADRO N° 49
VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	AÑO	VALOR TOTAL
Camioneta cabina simple	1	2009	10.000,00
TOTAL VEHICULO			10.000,00

Fuente: Investigación directa cantón Bolívar

Elaborado por: La Autora

d. Muebles y Enseres

Los muebles y enseres detallados a continuación son necesarios e importantes para amoblar cada una de las oficinas administrativas y de producción, que tienen un valor de 1.570,00 dólares americanos (VER ANEXO E), lo cual permitirá el óptimo desarrollo de cada una de las actividades de la planta procesadora:

**CUADRO N° 50
MUEBLES Y ENCERES**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios	4	95,00	380,00
Sillas giratorias	4	80,00	320,00
Sillas Usuarios	6	75,00	450,00
Archivadores Aereo	4	90,00	360,00
Teléfono	3	20,00	60,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			1.570,00

Fuente: Ver ANEXO E
Elaborado por: La Autora

e. Equipos de Computación

El valor de los equipos de computación es de 2.160,00 dólares americanos, que se adquieren para la planta productora son imprescindibles para poner en marcha y llevar un control exhaustivo de cada uno de los procesos llevados a cabo:

**CUADRO N° 51
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadores	4	480,00	1.920,00
Impresora multifuncional	2	120,00	240,00
TOTAL EQUIPO DE COMPUTACIÓN			2.160,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

f. Maquinaria y Herramientas de Producción

El precio de las herramientas y maquinarias para poder obtener el producto terminado como es el café de frejol es de: 2.550,00 dólares americanos, se debe tener en cuenta que es indispensable contar con las siguientes:

**CUADRO N° 52
MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<u>MAQUINARIA</u>			
Tostadora (pailas de bronce)	3	100,00	300,00
Moledora adaptado	2	400,00	800,00
Subtotal Maquinaria			1.100,00
<u>HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN</u>			
Cucharones de palo	3	15,00	45,00
Cocina Industrial de 3 quemadores	2	375,00	750,00
Tanque de gas doméstico	8	60,00	480,00
Latones para enfriamiento	5	35,00	175,00
Subtotal Equipo de Producción			1.450,00
TOTAL MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN			2.550,00

Fuente: Internet, Investigación directa cantón Bolívar

Elaborado por: La Autora

g. RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA

En este cuadro resumen que se detalla a continuación nos refleja la estructuración de la inversión fija del proyecto por 41.316,56:

**CUADRO N° 53
RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA**

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Terreno	9.000,00
Infraestructura Civil	16.036,56
Vehículo	10.000,00
Muebles y Enseres	1.570,00
Equipos de Computación	2.160,00
Maquinaria y Herramientas de producción	2.550,00
TOTAL INVERSIÓN FIJA	41.316,56

Fuente: Anexos, GAD Municipal de Bolívar

Elaborado por: La Autora

4.4.2. Inversión Diferida

El valor de la inversión diferida es de: 2.150,00 dólares americanos, en el que constan los gastos iniciales para los estudios y constitución de la microempresa que a continuación se detallan los siguientes:

**CUADRO N° 54
RESUMEN INVERSIÓN DIFERIDA**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Estudios y Diseños	1.000,00
Trámites de constitución	1.150,00
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	2.150,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

4.4.3. Capital de Trabajo

La Inversión Variable o comúnmente denominada Capital de Trabajo, es en la que consta de los siguientes elementos: Costo de producción, Gastos administrativos y Gasto de Venta; esta inversión se encuentra presupuestado para un mes.

a. Materia Prima Directa Mensual

La materia prima directa (frejol) a utilizarse al mes está valorada en: 1.039,77 dólares americanos, la cual será adquirida en las diferentes bodegas de granos y mercados de la localidad, esta gramínea tiene la ventaja de que se la podrá encontrar en cualquiera de los lugares antes mencionados por cuanto en el cantón Bolívar existe una sobre producción de frejol.

**CUADRO N° 55
MATERIA PRIMA DIRECTA MENSUAL**

DESCRIPCIÓN	Gr. MENSUAL	Kg. MENSUAL
Cantidad de frejol en gramos	628.855	628,86
Precio en gramos	0.0017	1.65
TOTAL MENSUAL	1039.77	1037.61

Fuente: Investigación directa cantón Bolívar

Elaborado por: La Autora

b. Mano De Obra Directa Mensual

El costo mensual de la Mano de Obra Directa es de 1.308,55 dólares americanos dentro de este valor están comprendidos tres empleados, a los cuales les corresponde los beneficios sociales que por

ley tiene cada uno de ellos, es decir son aquellos que transforman la materia prima en producto terminado como en este caso es el café de frejol.

**CUADRO Nº 56
MANO DE OBRA DIRECTA MENSUAL**

DESCRIPCION	C/ Empleado	MENSUAL
Salario Básico Unificado		986,00
Jefe de producción	350,00	
OBRERO	318,00	
OBRERO	318,00	
Aporte Patronal		119,80
Fondos de Reserva		-
Decimo Tercero		82,17
Decimo Cuarto		79,50
Vacaciones		41,08
TOTAL MOD MENSUAL		1.308,55

Fuente: Pagina web MRL

Elaborado por: La Autora

c. Costos Indirectos de Producción Mensuales

El valor de los costos indirectos de producción mensual es de: 882,65 dólares americanos, los cuales son el complemento para darle el toque final al producto terminado como son el envase, el sellado y etiquetado, para luego ser comercializados en el mercado; a lo cual también se toma en cuenta la depreciación por ser herramientas manuales en caso de sufrir algún daño.

Es importante mencionar que el molino es la única maquinaria eléctrica que interviene en la elaboración del café frejol, por lo que se considera esencial que el mantenimiento sea mensual, ya que este es una fusión entre el método tradicional y eléctrico, esto teniendo en cuenta que las partes de dicho molino son adaptadas y el mantenimiento permite seguir con un óptimo funcionamiento del mismo, siendo virtuoso y ventajoso para la empresa y sus clientes.

**CUADRO Nº 57
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION MENSUALES**

MATERIA PRIMA INDIRECTA		
DESCRIPCIÓN	CANT - PRECIO	
<u>Envase Vidrio Tapa</u>		
Cantidad	1.797	
Precio	0,40	
Subtotal		718,69
<u>Etiqueta</u>		
Cantidad	1.797	
Precio	0,05	
Subtotal		89,84
DEP. MAQ. Y HERRAM. DE PROD.		
Maquinaria y Herramientas	19,13	
Gas Doméstico	20,00	
Mant. Molino Eléctrico	35,00	
Subtotal		74,13
TOTAL MENSUAL		882,65

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

d. RESUMEN MENSUAL DE COSTOS DE PRODUCCION

**CUADRO Nº 58
RESUMEN MENSUAL DE COSTOS DE PRODUCCION**

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL
Materia Prima Directa	1.039,77
Mano de Obra Directa	1.308,55
Costos Indirectos de F.	882,65
TOTAL MENSUAL	3.230,97

Fuente: Investigación directa cantón Bolívar, Pagina web MRL

Elaborado por: La Autora

e. Sueldo Administrativo Mensual

El valor mensual de la Mano de Obra Indirecta es de: 987,88 dólares americanos, este valor corresponde a dos empleados, dentro de este están todos los beneficios que por ley les corresponde, y son aquellos empleados que forman parte del área administrativa sea esta

financiera y de ventas; son la fuerza laboral que no se encuentra en contacto directo con el proceso de la fabricación del producto terminado de la empresa.

**CUADRO N° 59
SUELDOS ADMINISTRATIVOS MENSUALES**

DESCRIPCION	C/ Empleado	VALOR MENSUAL
Salario Básico Unificado		750,00
Gerente	400,00	
Contadora	350,00	
Aporte Patronal		91,13
Fondos de Reserva		-
Decimo Tercero		62,50
Decimo Cuarto		53,00
Vacaciones		31,25
TOTAL MENSUAL		987,88

Fuente: Pagina web MRL

Elaborado por: La Autora

f. Gastos Generales de Administración Mensuales

El valor de los gastos generales de administración es de: 88,50 dólares americanos, el cual está distribuido por los servicios básicos indispensables para el normal desarrollo de las actividades en la empresa, cabe recalcar que en el cantón Bolívar estos servicios son accesibles.

**CUADRO N° 60
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION MENSUALES**

DESCRIPCIÓN	MENSUAL
Energía Eléctrica	20,00
Agua Potable	12,50
Combustible Vehículo	18,00
Servicio de teléfono	20,00
Servicio de internet	18,00
TOTAL	88,50

Fuente: Investigación directa cantón Bolívar

Elaborado por: La Autora

g. Útiles de Oficina Mensuales

El valor a adquirir en lo que se refiere a útiles de oficina mensuales es de: 49,10 dólares americanos, que dentro de este están los suministros primordiales para desarrollar las actividades diarias en cada una de las áreas de la empresa.

Cabe mencionar que para reflejar el valor mensual se toma en cuenta a todos los útiles de oficina en un mes, esto quiere decir que no en todos los meses compraremos cada uno de estos suministros, sino que se lo hará una sola vez y de acuerdo a la utilización esto puede ser trimestral o semestral.

CUADRO N° 61
UTILES DE OFICINA MENSUALES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.U	V. MENSUAL
Caja de papel bond x10	1	33,00	33,00
Grapadora	1	2,80	2,80
Perforadora	1	3,70	3,70
Carpetas Archivadoras	1	2,90	2,90
Caja clips	1	0,30	0,30
Recibero pequeño	1	0,50	0,50
Caja grapas	1	1,10	1,10
Esferos pm todos los colores	1	0,30	0,30
Frascos de tinta para impresora	1	4,50	4,50
TOTAL MENSUAL			49,10

Fuente: Ver ANEXO F

Elaborado por: La Autora

h. Mantenimiento Equipo de Computación Mensual

El gasto mantenimiento de equipos de computación es de: 12,50 dólares americanos, es aquel que se lo hace a cada una de las computadoras que son parte de la empresa, siendo este paso necesario para el normal funcionamiento de cada una de ellas.

Cabe recalcar que para reflejar el valor mensual del mantenimiento de las computadoras se lo divide para doce, lo cual no debería ser así por

cuanto al ser equipos nuevos tienen la ventaja de una garantía y por lo tanto el gasto podría ser trimestral o semestral.

CUADRO N° 62
MANTENIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACION MENSUAL

DESCRIPCIÓN	V. MENSUAL
Mantenimiento de Computación	12,50
TOTAL MENSUAL	12,50

Fuente: Investigación directa cantón Bolívar

Elaborado por: La Autora

i. Resumen Mensual de Gastos Administrativos

CUADRO N° 63
RESUMEN MENSUAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	V. MENSUAL
Sueldos	987,88
Gastos generales de adm.	88,50
Útiles de oficina	18,48
Mantenimiento computación	12,50
TOTAL MENSUAL	1.107,36

Fuente: Pagina web MRL, Investigación directa cantón Bolívar, ANEXOS

Elaborado por: La Autora

j. Sueldo de Ventas Mensual

El sueldo de ventas mensual es de: 462,78 dólares americanos que corresponde a un empleado, teniendo presente que por ser una empresa pequeña y que se está constituyendo se cuenta con un solo vendedor, que realizara las actividades de comercialización y/o venta.

CUADRO N° 64
SUELDO DE VENTAS MENSUAL

DESCRIPCION	MENSUAL
Salario Básico Unificado	350,00
Aporte Patronal	42,53
Fondos de Reserva	0,00
Décimo Tercero	29,17
Décimo Cuarto	26,50
Vacaciones	14,58
TOTAL MENSUAL	462,78

Fuente: Pagina web MRL

Elaborado por: La Autora

k. Publicidad Mensual

La publicidad mensual es por: 72,50 dólares americanos, la cual permite dar a conocer el producto, ya sea prensa radio o en la televisión, los cuales permitan difundir el nuevo producto como es el café de frejol, con la finalidad de captar más clientes.

**CUADRO N° 65
PUBLICIDAD MENSUAL**

DESCRIPCIÓN	MENSUAL
Prensa escrita	20,00
Radio	33,33
Hojas volantes	4,17
Página web	15,00
TOTAL MENSUAL	72,50

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

l. Resumen Gasto de Ventas Mensual

**CUADRO N° 66
RESUMEN DE GASTO DE VENTAS MENSUAL**

DESCRIPCIÓN	MENSUAL
Sueldo ventas	462,78
Publicidad	72,50
TOTAL	535,28

Fuente: Pagina web MRL. Investigación directa

Elaborado por: La Autora

m. Resumen Capital de trabajo

En este cuadro se detalla la unificación del capital de trabajo, describiendo cada uno de los componentes de: Costos de Producción, Gastos Administrativos y Gastos de ventas, es importante tener en cuenta que el valor de cada uno de estos elementos es mensual.

CUADRO N° 67
RESUMEN MENSUAL CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
<u>COSTOS DE PRODUCCIÓN</u>		3230,97
Materia prima Directa	1.039,77	
Mano de obra Directa	1.308,55	
Costos indirectos de producción	882,65	
<u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u>		1.107,36
Sueldo administrativo	987,88	
Gastos generales de administración	88,50	
Útiles de oficina	18,48	
Mantenimiento Equipo de computación	12,50	
<u>GASTOS DE VENTA</u>		535,28
Sueldo de ventas	462,78	
Publicidad	72,50	
Subtotal		4.873,61
Imprevistos 5%		243,68
Total		5.117,29

Fuente: ANEXOS, Pagina web MRL, Investigación directa cantón Bolívar
Elaborado por: La Autora

4.5. Resumen de Inversión Fija, Diferida y Capital de Trabajo

En el siguiente cuadro se muestra de cómo está estructurada la inversión total del proyecto.

CUADRO N° 68
RESUMEN DE INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL
Inversión Fija	41316,56
Inversión Diferida	2.150,00
Capital de trabajo	5117,29
TOTAL INVERSIÓN DEL PROYECTO	48.583,85

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Presentación

El propósito del Estudio Financiero es proveer de datos económicos cuantitativos tales como de: ingresos, gastos, estados proforma, los mismos que son base para efectuar la evaluación y así poder determinar si es factible o no el proyecto productivo.

5.2. Estructura de la inversión

CUADRO N° 69
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL
Inversión Fija	41316,56
Inversión Diferida	2.150,00
Capital de trabajo	5117,29
Total inversión del proyecto	48.583,85

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

5.3. Ingresos

Los ingresos están en función del volumen de ventas que se va efectuar en relación de la demanda insatisfecha, cabe recalcar que por ser una microempresa nueva que se lanza con un producto nuevo, se considera relevante captar el 45% de la demanda insatisfecha para el año 2013, es importante tener en cuenta que en los tres años siguientes se captara un 2% más de la demanda insatisfecha, y para el cuarto se da un crecimiento del 3.5 % mas, consecuente para el quinto año ya se da un crecimiento del restante 0.50%, lo que quiere decir que la empresa busca un crecimiento real, ya que la empresa se ha establecido crecer de esta manera.

CUADRO N° 70
PROYECCIÓN DE VENTAS EN UNIDADES

DETALLE	DEMANDA INSATISFECHA	% POR CAPTAR	DEMANDA CAPTADA POR EL PROYECTO
2013	47.913	45%	21.561
2014	48.301	47%	22.701
2015	48.692	49%	23.859
2016	49.086	52,5%	25.034
2017	49.484	53%	26.227

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

5.4. Proyección de Ingresos

Los ingresos están representados por la venta de los frascos de plástico de café de fréjol de 350gr por el valor de precio de venta cuyo costo está en función al precio de la competencia y costo de producción, los mismos que crecen en función de la tasa de inflación del año 2013 que es de 4,16% anual, cuya información es sustraída del Banco Central del Ecuador.

CUADO N° 71
PROYECCIÓN DE INGRESOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Frascos de 350g.	21.561	22.701	23.859	25.770	26.227
Precio de venta unitario	3,65	3,80	3,96	4,12	4,29
Ventas anuales del café de fréjol	78.696,69	86.257,35	94.373,20	106.112,43	112.418,34

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Aurora

5.5. Egresos proyectados

Para la proyección de los egresos tales como de costos y gastos de producción se los pronóstico al 4,16% la misma que es la tasa de inflación del año 2013 como crecimiento anual para los

siguientes años; tanto de costos de producción, gastos administrativos, de ventas, financiamiento, gastos financieros, depreciaciones y amortización de diferidos, en el caso de los sueldos se toma en cuenta un incremento del sueldo de los últimos 7 años según (ANEXO C).

5.5.1. Costo de Producción

El costo de producción está constituido de tres elementos muy importantes tales como: Materia prima directa, Mano de obra directa y Costos indirectos de fabricación los mismos que son indispensables para la industrialización del café de fréjol.

a. Materia Prima

Fréjol

La cantidad de gramos a utilizarse está en función del Estudio de Mercado-Demanda insatisfecha y el precio va creciendo en base a la tasa de inflación del 4.16% del año 2013.

CUADRO N° 72
MATERIA PRIMA

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cantidad en gramos	7.546.258	7.945.488	8.350.691	8.761.937	9.179.297
Precio en gramos	0,0017	0,0017	0,0018	0,0019	0,0019
Total	12.477,28	13.683,90	14.980,03	16.371,61	17.864,94

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

b. Mano de Obra Directa

Dentro de la mano de obra directa a se requiere se encuentra un jefe de producción y 2 obreros, los mismos que se contratarán exclusivamente para la producción del café de fréjol; el sueldo y salarios

de dicho personal crece en función del Salario Básico Unificado de los últimos 7 años que es del 9.9% (ver anexo C).

CUADRO N° 73
PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO

Nº	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Jefe de producción	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57
1	OBRERO	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
1	OBRERO	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
	MENSUAL	986,00	1083,61	1190,89	1308,79	1438,36
Total	ANUAL	11832,00	13003,37	14290,70	15705,48	17260,32

Fuente: Ver ANEXO C
Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 74
PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	11832,00	13003,37	14290,70	15705,48	17260,32
Aporte Patronal	1437,59	1579,91	1736,32	1908,22	2097,13
Fondos de Reserva		1083,61	1190,89	1308,79	1438,36
Décimo Tercero	986,00	1083,61	1190,89	1308,79	1438,36
Décimo Cuarto	954,00	1048,45	1152,24	1266,31	1391,68
Vacaciones	493,00	541,81	595,45	654,40	719,18
COSTO TOTAL M.O.D	15702,59	18340,76	20156,49	22151,99	24345,03

Fuente: Ver ANEXO C, Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

c. Costos Indirectos de producción

Los costos indirectos de producción son aquellos complementos que le dan el toque final al producto terminado, es decir son los envases o frascos vidrio, etiqueta y mantenimiento de maquinaria, los cuales permiten dar una mejor presentación al producto terminado, esto es esencial para captar a la clientela.

CUADRO N° 75
PROYECCION DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materiales para envasar café	9702,33	10640,60	11648,47	13104,99	13891,78
Dep. Maquinaria y Herramientas	229,50	229,50	229,50	229,50	229,50
Mantenimiento Molino eléctrico	420,00	437,47	455,67	474,63	494,37
Gas doméstico	240,00	343,73	455,67	576,33	706,24
total	10591,83	11651,30	12789,31	14385,45	15321,89

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

d. RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

CUADRO N° 76
PROYECCION DE COSTOS DE PRODUCCION

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima Directa	12.477,28	13.683,90	14.980,03	16.853,12	17.864,94
Mano de Obra Directa	15702,59	18340,76	20156,49	22151,99	24345,03
Costos Indirectos de F.	10591,83	11651,30	12789,31	14385,45	15321,89
TOTAL	38771,70	43675,95	47925,83	53390,56	57531,86

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

5.5.2. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos está proyectados anualmente según la tasa de inflación (4.16%) del año 2013, excepto los sueldos pues este rubro está proyectado de acuerdo al incremento de la tasa salarial de últimos 7 años (9.9%) según ANEXO C, dentro de los sueldos administrativos están comprendidos 2 empleados.

a. Sueldos Administrativos

CUADRO N° 77

SUELDOS ADMINISTRATIVOS

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Gerente	400,00	439,60	483,12	530,95	583,51
1	Contadora	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57
	MENSUAL	750,00	824,25	905,85	995,53	1094,09
	TOTAL ANUAL	9.000,00	9.891,00	10.870,21	11.946,36	13.129,05

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 78

PROYECCIÓN SUELDOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	9.000,00	9.891,00	10.870,21	11.946,36	13.129,05
Aporte Patronal	1.093,50	1.201,76	1.320,73	1.451,48	1.595,18
Fondos de Reserva		824,25	905,85	995,53	1.094,09
Decimo Tercero	750,00	824,25	905,85	995,53	1.094,09
Decimo Cuarto	636,00	698,96	711,01	781,40	858,76
Vacaciones	375,00	412,13	452,93	497,76	547,04
Total sueldos administrativos	11.854,50	13.852,35	15.166,58	16.668,07	18.318,21

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

b. Gastos generales de administración

CUADRO N° 79

GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Energía Eléctrica	240,00	249,98	260,38	271,22	282,50
Agua Potable	150,00	156,24	162,74	169,51	176,56
Combustible Vehículo	216,00	224,99	234,35	244,09	254,25
Servicio de teléfono	240,00	249,98	260,38	271,22	282,50
Servicio de internet	216,00	224,99	234,35	244,09	254,25
TOTAL	1062,00	1106,18	1152,20	1200,13	1250,05

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

c. Útiles de oficina

**CUADRO N° 80
ÚTILES DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja de papel bond x10	2	33,00	66,00	68,75	71,61	74,58	77,69
Grapadora	4	2,80	11,20	11,67	12,15	12,66	13,18
Perforadora	4	3,70	14,80	15,42	16,06	16,72	17,42
Carpetas Archivadoras	25	2,90	72,50	75,52	78,66	81,93	85,34
Caja clips	10	0,30	3,00	3,12	3,25	3,39	3,53
Recibero pequeño	5	0,50	2,50	2,60	2,71	2,83	2,94
Caja grapas	10	1,10	11,00	11,46	11,93	12,43	12,95
Esferos pm todos los colores	16	0,30	4,80	5,00	5,21	5,42	5,65
Frascos de tinta para impresora	8	4,50	36,00	37,50	39,06	40,68	42,37
TOTAL			221,80	231,03	240,64	250,65	261,08

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

d. Mantenimiento equipo de computación

**CUADRO N° 81
MANTENIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento de Computación	150	156,24	162,74	169,51	176,56
TOTAL	150	156,24	162,74	169,51	176,56

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

e. Resumen de gastos administrativos

**CUADRO N° 82
RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	11.854,50	13.852,35	15.166,58	16.668,07	18.318,21
Gastos generales de adm.	1062,00	1106,18	1152,20	1200,13	1250,05
Útiles de oficina	221,80	231,03	240,64	250,65	261,08
Mantenimiento computación	150,00	156,24	162,74	169,51	176,56
TOTAL	13.288,30	15.345,79	16.722,15	18.288,36	20.005,90

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

5.5.3. Gastos de Ventas

Dentro de los gastos de venta tenemos a una persona encargada de gestionar las ventas de café de fréjol cuyo sueldo esta pronosticado al 9.9% S.B.U; también gastos de publicidad, radio y prensa los mismos que están proyectados en base a la tasa de inflación del año 2012 con el 4.16%.

a. Sueldo personal de ventas

**CUADRO N° 83
SUELDO PERSONAL DE VENTAS**

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Ventas	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57
	MENSUAL	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57
	ANUAL	4.200,00	4.615,80	5.072,76	5.574,97	6.126,89

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 84
PROYECCIÓN GASTO TOTAL SUELDO VENTAS**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	4.200,00	4.615,80	5.072,76	5.574,97	6.126,89
Aporte Patronal	510,30	560,82	616,34	677,36	744,42
Fondos de Reserva		384,65	422,73	464,58	510,57
Decimo Tercero	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57
Decimo Cuarto	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
Vacaciones	175,00	192,33	211,37	232,29	255,29
Total sueldos ventas	5.553,30	6.487,73	7.130,01	7.835,88	8.611,64

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

b. Publicidad

**CUADRO N° 85
PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Prensa escrita	240	249,98	260,38	271,22	282,50
Radio	400	416,64	433,97	452,03	470,83
Hojas volantes	50	52,08	54,25	56,50	58,85
Página web	180	187,49	195,29	203,41	211,87
Total	870	906,19	943,89	983,16	1.024,05

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

c. Resumen Gastos De Ventas

**CUADRO N° 86
RESUMEN GASTOS DE VENTAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Suelo ventas	5.553,30	6.487,73	7.130,01	7.835,88	8.611,64
Publicidad	870,00	906,19	943,89	983,16	1024,05
TOTAL	6423,30	7393,92	8073,90	8819,04	9635,69

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

5.6. Financiamiento

Para llevar a cabo el presente proyecto se obtendrá un crédito de 40.000,00 el mismo que será otorgado por la Corporación Nacional Financiera a una tasa del 10% anual.

Datos:	
CAPITAL	40.000,00
TASA	10%
TIEMPO	5 años
CUOTA	Mensual

**CUADRO N° 87
TABLA DE AMORTIZACIÓN**

Meses	cuota	Intereses	amortización	amortizado	pendiente
0					40.000,00
1	849,88	333,33	516,55	516,55	39.483,45
2	849,88	329,03	520,85	1037,40	38.962,60
3	849,88	324,69	525,19	1562,59	38.437,41
4	849,88	320,31	529,57	2092,17	37.907,83
5	849,88	315,90	533,98	2626,15	37.373,85
6	849,88	311,45	538,43	3164,58	36.835,42
7	849,88	306,96	542,92	3707,50	36.292,50
8	849,88	302,44	547,44	4254,95	35.745,05
9	849,88	297,88	552,01	4806,95	35.193,05
10	849,88	293,28	556,61	5363,56	34.636,44
11	849,88	288,64	561,24	5924,80	34.075,20
12	849,88	283,96	565,92	6490,72	33.509,28
13	849,88	279,24	570,64	7061,36	32.938,64
14	849,88	274,49	575,39	7636,76	32.363,24
15	849,88	269,69	580,19	8216,94	31.783,06
16	849,88	264,86	585,02	8801,97	31.198,03
17	849,88	259,98	589,90	9391,87	30.608,13
18	849,88	255,07	594,81	9986,68	30.013,32
19	849,88	250,11	599,77	10586,45	29.413,55
20	849,88	245,11	604,77	11191,22	28.808,78
21	849,88	240,07	609,81	11801,03	28.198,97
22	849,88	234,99	614,89	12415,92	27.584,08
23	849,88	229,87	620,01	13035,93	26.964,07

24	849,88	224,70	625,18	13661,11	26.338,89
25	849,88	219,49	630,39	14291,50	25.708,50
26	849,88	214,24	635,64	14927,15	25.072,85
27	849,88	208,94	640,94	15568,09	24.431,91
28	849,88	203,60	646,28	16214,37	23.785,63
29	849,88	198,21	651,67	16866,04	23.133,96
30	849,88	192,78	657,10	17523,14	22.476,86
31	849,88	187,31	662,57	18185,71	21.814,29
32	849,88	181,79	668,10	18853,81	21.146,19
33	849,88	176,22	673,66	19527,47	20.472,53
34	849,88	170,60	679,28	20206,75	19.793,25
35	849,88	164,94	684,94	20891,69	19.108,31
36	849,88	159,24	690,65	21582,34	18.417,66
37	849,88	153,48	696,40	22278,74	17.721,26
38	849,88	147,68	702,20	22980,94	17.019,06
39	849,88	141,83	708,06	23689,00	16.311,00
40	849,88	135,93	713,96	24402,95	15.597,05
41	849,88	129,98	719,91	25122,86	14.877,14
42	849,88	123,98	725,91	25848,77	14.151,23
43	849,88	117,93	731,95	26580,72	13.419,28
44	849,88	111,83	738,05	27318,78	12.681,22
45	849,88	105,68	744,20	28062,98	11.937,02
46	849,88	99,48	750,41	28813,39	11.186,61
47	849,88	93,22	756,66	29570,05	10.429,95
48	849,88	86,92	762,97	30333,01	9.666,99
49	849,88	80,56	769,32	31102,34	8.897,66
50	849,88	74,15	775,73	31878,07	8.121,93
51	849,88	67,68	782,20	32660,27	7.339,73
52	849,88	61,16	788,72	33448,99	6.551,01
53	849,88	54,59	795,29	34244,28	5.755,72
54	849,88	47,96	801,92	35046,19	4.953,81
55	849,88	41,28	808,60	35854,79	4.145,21
56	849,88	34,54	815,34	36670,13	3.329,87
57	849,88	27,75	822,13	37492,27	2.507,73
58	849,88	20,90	828,98	38321,25	1.678,75
59	849,88	13,99	835,89	39157,14	842,86
60	849,88	7,02	842,86	40000,00	0,00

Fuente: CNF

Elaborado por: La Autora

5.7. Gastos Financieros

Los gastos financieros son los intereses generados por el crédito que me han sido otorgados a través del Corporación Financiera Nacional.

**CUADRO N° 88
GASTOS FINANCIEROS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Interés	3707,86	3028,19	2277,36	1447,90	531,59
TOTAL	3707,86	3028,19	2277,36	1447,90	531,59

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

5.8. Depreciaciones

Para el cálculo de las depreciaciones se tomó en cuenta el valor de rescate y se aplicó las bases legales según lo estipulado por el SRI, a excepción de maquinaria y herramientas que ya fue tomado en cuenta en los CIF.

**CUADRO N° 89
DEPRECIACIONES**

DETALLE	AÑO 0	10%	% DE LEY	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Infraestructura civil	16.036,56	1.603,66	5%	721,65	721,65	721,65	721,65	721,65
Vehículo	10.000,00	1.000,00	20%	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Muebles y Enseres	1.570,00	157,00	10%	141,30	141,30	141,30	141,30	141,30
Equipo de computación	2.160,00	216,00	33,33%	647,94	647,94	647,94	647,94	647,94
Renovación Equipo de computación	2.343,45	234,35	33,33%				702,96	702,96
TOTAL	32.110,01			3.310,88	3.310,88	3.310,88	4.013,85	4.013,85

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

5.9. Amortización Diferidos

Para la amortización de la inversión diferida se aplicó el 20% anual según lo que estipula la ley.

CUADRO N° 90

AMORIZACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR INICIAL	AMORTIZACIÓN ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Diferidos	2.150,00	20%	430,00	430,00	430,00	430,00	430,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La Autora

5.10. RESUMEN DE EGRESOS

CUADRO N° 91 RESUMEN DE EGRESOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Operativos	38.771,70	43.675,95	47.925,83	53.390,56	57.531,86
Gastos Administrativos	13.288,30	15.345,79	16.722,15	18.288,36	20.005,90
Gastos de Ventas	6423,30	7393,92	8073,90	8819,04	9635,69
Gasto Depreciación	3310,88	3310,88	3310,88	4013,85	4013,85
Gastos de Amortización	430,00	430,00	430,00	430,00	430,00
Gastos Financieros	3.707,86	3.028,19	2.277,36	1.447,90	531,59
TOTAL	65.932,03	73.184,74	78.740,12	86.389,70	92.148,89

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La Autora

5.11. Estados Financieros

A continuación se presenta los siguientes estados financieros pronosticados:

5.11.1. Balance De Situación Inicial

Este estado financiero refleja los Activos, Pasivos con los que inicia la microempresa.

CUADRO N° 92
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVO			PASIVO		
ACTIVOS CORRIENTE		5.117,29	PASIVOS LARGO PLAZO		40.000,00
Caja - Bancos	5.117,29		Préstamo por pagar	40.000,00	
ACTIVOS FIJOS		41.316,56	CAPITAL		8.583,85
Terreno	9.000,00		Inversión propia	8.583,85	
Infraestructura	16.036,56				
Vehículo	10.000,00				
Muebles y Equipos de Oficina	1.570,00				
Equipo de Computación	2.160,00				
Maquinaria y Herramientas de producción	2.550,00				
ACTIVO DIFERIDO		2.150,00			
Gastos de constitución	2.150,00				
TOTAL ACTIVOS		48.583,85	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL		48.583,85

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

5.11.2. Estado de Resultado

Dentro de este estado financiero podemos visualizar los ingresos, egresos y apreciar la utilidad neta proyectada de la microempresa. Y podemos ver que en el primer año de actividad la rentabilidad es de 8.354,47 dólares americanos.

CUADRO N° 93
ESTADO DE RESULTADO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	78.696,69	86.257,35	94.373,20	106.112,43	112.418,34
Costos Operativos	38.771,70	43.675,95	47.925,83	53.390,56	57.531,86
Utilidad Bruta	39.924,99	42.581,40	46.447,37	52.721,88	54.886,48
Gastos Administrativos	13.288,30	15.345,79	16.722,15	18.288,36	20.005,90
Gastos de Ventas	6423,30	7393,92	8073,90	8819,04	9635,69
Gastos por Depreciación	3.310,88	3.310,88	3.310,88	4.013,85	4.013,85
Gastos Financieros Intereses	3.707,86	3.028,19	2.277,36	1.447,90	531,59
Gastos Amortización Diferido	430,00	430,00	430,00	430,00	430,00
TOTAL GASTOS	27160,34	29508,78	30814,29	32999,14	34617,03
Utilidad Operativa	12.764,65	13.072,62	15.633,08	19.722,73	20.269,45
(-15%) Part. Trabajadores	1.914,70	1.960,89	2.344,96	2.958,41	3.040,42
(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos	10.849,95	11.111,73	13.288,12	16.764,32	17.229,03
Impuesto a la Renta	2495,49	2444,58	2923,39	3688,15	3790,39
Utilidad Neta Proyectada	8.354,47	8.667,15	10.364,73	13.076,17	13.438,65

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

5.11.3. Estado de flujo de caja

El Flujo de caja indica la dinámica de la microempresa en lo que tiene que ver las entradas y salidas de efectivo.

**CUADRO N° 94
ESTADO DE FLUJO DE CAJA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Inversión Inicial	-48.583,85					
(=) Utilidad neta		8.354,47	8.667,15	10.364,73	13.076,17	13.438,65
Depreciación		3.540,38	3.540,38	3.540,38	4.243,35	4.243,35
Valor de Rescate						30.389,19
Crédito	40.000,00					
(=) Total Ingresos		11.894,85	12.207,53	13.905,11	17.319,52	48.071,18
EGRESOS						
Reinversión					2.343,45	
Pago Crédito		6.490,72	7.170,39	7.921,22	8.750,68	9.666,99
(=) Total Egresos		6.490,72	7.170,39	7.921,22	11.094,13	9.666,99
(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO	-8.583,85	5.404,12	5.037,14	5.983,89	6.225,39	38.404,20

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

5.12. Evaluación Financiera

La evaluación financiera permite establecer la factibilidad del proyecto, a través de los indicadores financieros tales como: VAN, TIR, C/B Y PRI.

5.13. Determinación del Costo Capital y Tasa De Rendimiento Medio

**CUADRO N° 95
COSTO DE CAPITAL**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO %
Capital Propio	8.583,85	17,67	4,60	0,81
Capital Financiado	40.000,00	82,33	10,00	8,23
TOTAL	48.583,85	100,00	14,60	9,05

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

VALOR PONDERADO =	9,05%
INFLACIÓN =	4,16%
TRM = $((1+CK)(1+If)-1)$	0,1359
TRM =	13,59 %

5.14. Análisis del Valor Actual Neto

Está basado en los flujos netos del proyecto que presenta durante su vida útil, lo que desea explicar es que si resulta mayor a cero se considera una inversión favorable caso contrario estará en riesgo el proyecto.

**CUADRO Nº 96
VALOR ACTUAL NETO**

AÑO	TOTAL FLUJO NETO AÑO 0	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO 13,59%	ENTRADAS ACTUALES
	-8.583,85			-8.583,85
1		5.404,12	0,88	4.757,71
2		5.037,14	0,78	3.904,19
3		5.983,89	0,68	4.083,23
4		6.225,39	0,60	3.739,90
5		38.404,20	0,53	20.311,66
VAN				28.212,84

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: La Autora

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

VAN = 28.212,84

Este análisis demuestra que el proyecto es factible, ya que su rentabilidad a tiempo real es de **28.212,84** dólares.

5.15. Análisis de la Tasa Interna De Retorno

La tasa Interna Retorno representa la rentabilidad del proyecto es términos porcentuales.

**CUADRO N° 97
TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	FACTOR DE DESCUENTO 13,59%	ENTRADAS ACTUALES	FACTOR 0,56%	ENTRADAS ACTUALES
	-8.583,85		-8.583,85		-8.583,85
1	5.404,12	0,88	4.757,71	0,56	3.036,02
2	5.037,14	0,78	3.904,19	0,32	1.589,81
3	5.983,89	0,68	4.083,23	0,18	1.061,02
4	6.225,39	0,60	3.739,90	0,10	620,14
5	38.404,20	0,53	20.311,66	0,06	2.149,21
VAN			28.212,84		-127,66

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: La Autora

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

TIR= 78,29%

Considerando que el TIR obtenido es mayor a la tasa de rendimiento medio, por lo tanto puedo expresar que el proyecto es factible.

5.16. Análisis del Periodo De Recuperación de la Inversión (PRI)

**CUADRO N° 98
FLUJOS ACTUALIZADOS**

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR	FLUJO DEFLACTADO
1	5.404,12	0,88	4.757,71
2	5.037,14	0,78	3.904,19
3	5.983,89	0,68	4.083,23
4	6.225,39	0,60	3.739,90
5	38.404,20	0,53	20.311,66

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: La Autora

**CUADRO Nº 99
TIEMPO DE RECUPERACIÓN**

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	8.583,85	4.757,71	4.757,71	1	Año
2		3.904,19	3.904,19	1	Año

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: La Autora

Podemos decir que el capital se va a recupera en 2 años.

5.17. Análisis del Costo Beneficio

**CUADRO Nº 100
COSTO BENEFICIO**

AÑO	FNE	FACTOR 13,59	FNEA
1	5.404,12	0,88	4.757,71
2	5.037,14	0,78	3.904,19
3	5.983,89	0,68	4.083,23
4	6.225,39	0,60	3.739,90
5	38.404,20	0,53	20.311,66
		Total	36.796,69

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: La Autora

$$CB = \frac{\sum \text{Ingresos Netos Actualizados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$C/B = \frac{36.796,69}{8.583,85}$$

$$C/B = 4,29$$

Este evaluador indica que por cada dólar invertido en el proyecto, se generara 3,29 centavos de dólar.

5.18. Determinación del Punto De Equilibrio

$$PE \text{ DÓLARES} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE}}{\text{VENTAS}}}$$

VENTAS	78.696,69
COSTOS FIJOS	27.160,34
VARIABLE	38.771,70

$$PE \$ = 53.536,11$$

Punto de equilibrio en dólares es de: **53.536,11**

$$PE \text{ en UNIDADES} = \frac{PE \$}{PVu}$$

Precio de venta unitario es de 3.65 ctv.

PE unidades = **14.667** frascos plásticos de café de 350gr.

Para no tener ni pérdida ni utilidad, es decir para mantenernos estables se requiere efectuar unas ventas de **14.667** unidades que generen **53.536,11** dólares Americanos.

5.19. Resumen de Evaluación Financiera

CUADRO Nº 101

RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA

EVALUACIÓN FINANCIERA	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM =		13,59%	
VAN =	$VAN > 0$	28.212,84	Aceptable
TIR % =	$TIR > TRM$	78,29%	Aceptable
PRI =		2	Años muy bueno
C/B =	$R C/B > 1$	3,29	Aceptable

Fuente: Evaluación Financiera

Elaborado por: La Autora

Al concluir el estudio financiero, se puede decir que el proyecto tiene el grado de factibilidad aceptable, dentro de las condiciones que han sido analizadas.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ESTRATÉGICA

6.1. Aspecto estratégico de la microempresa

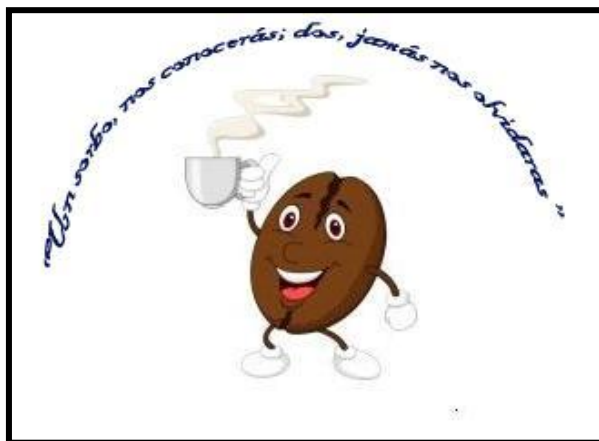
6.1.1. NOMBRE DE LA EMPRESA

La microempresa tendrá como nombre **“CAFRE DELI. “Cía. Ltda.”**, con este nombre se registrará a la microempresa en la Superintendencia de Compañías, en el Registro Mercantil y demás estamentos a los que por Ley deba pertenecer.

Slogan

“Un sorbo, nos conocerás; dos, jamás nos olvidarás”

Logotipo



6.1.2. Misión

CAFRE DELI. "Cía. Ltda. busca establecerse como una microempresa pionera en la producción y comercialización de café de frejol, con altos estándares de calidad y competitividad, encaminados a satisfacer las necesidades, gustos y preferencias de los clientes, ofreciendo un producto con excelente nivel nutricional.

6.1.3. Visión

CAFRE DELI. "Cía. Ltda., para el año 2017 será la empresa líder en la producción y comercialización de café de frejol a nivel regional, por la calidad del producto a un precio cómodo y accesible; y la excelencia del servicio.

6.1.4. Objetivos de la microempresa

- Instalar la microempresa productora y comercializadora de café de fréjol en el Cantón Bolívar.
- Potencializar la iniciativa de la creatividad para obtener el éxito de la microempresa.
- Minimizar costos sin afectar el nivel de producción, optimizando los recursos con la que cuente al microempresa CAFRE DELI.
- Cumplir con los objetivos propuestos en el tiempo determinado
- Alcanzar nuevos mercados que permitan al producto su distribución.

- Mitigar el desempleo mediante la identificación de oportunidades de negocios para implantar microempresas.
- Realizar reuniones periódicas conjuntamente con el gerente y todos los empleados, a fin de evaluar su desempeño y conocer sus necesidades.
- Satisfacer las expectativas del cliente potencial con un producto de calidad en la rama cafetera.

6.1.5. Políticas de la microempresa

- Realizar eficientemente el trabajo asignado a cada puesto de acuerdo con lo que establece el reglamento interno, tomando en cuenta los planes operativos.
- Actualizar mensualmente una base de datos de proveedores de materia prima de primera calidad.
- Pagar correcta y oportunamente todos los impuestos determinados por la normativa tributaria vigente.
- La falta de puntualidad o inasistencia injustificada, serán sancionados y podrán dar lugar a la pérdida de la remuneración correspondiente.
- Difundir permanentemente la gestión de la microempresa CAFRE DELI en forma interna y externa.
- Brindar un producto de óptima calidad que garantice la salud y deleite de los dientes.
- Utilizar medios publicitarios adecuados para llegar a nuestros clientes de una manera efectiva.

- Evaluar los aspectos financieros así como los balances de manera mensual y corregir los posibles problemas de disponibilidad de fondos.

6.1.6. Valores de la microempresa

- **Responsabilidad**

En estar conscientes de nuestras propias acciones o brindar a los clientes un producto de calidad por el cual ellos están pagando tanto en la cantidad como en la calidad del mismo.

- **Trabajo en Equipo**

Trabajando en equipo permanentemente, haciendo que el esfuerzo de todos contribuya al desarrollo de la microempresa CAFRE DELI buscando al éxito de la empresa como de sus colaboradores.

- **Respeto**

Respetar siempre la integridad de los empleados y de las personas que se encuentran involucradas con las actividades que realiza la microempresa.

- **Disciplina**

Trabajar siempre disciplinadamente para que la microempresa pueda prestar un producto de calidad a los clientes.

- **Honradez**

Ser honrados en nuestras acciones.

6.2. Aspecto organizativo

6.2.1. Organización estructural

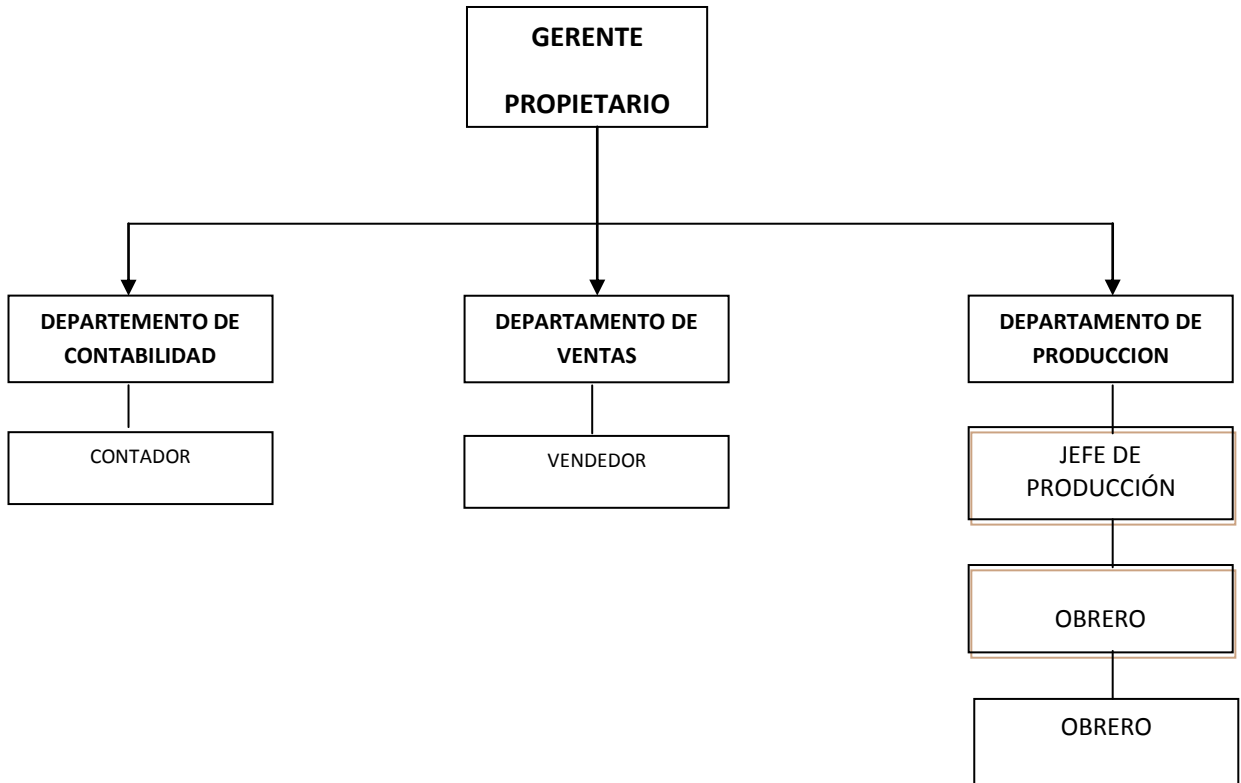
La estructura organizacional ayuda a definir las responsabilidades y los cargos de cada trabajador de la organización.

La microempresa CAFRE DELI, trabajará con una estructura horizontal que acople adecuadamente las necesidades primordiales de la entidad y además se cimentará en valores como son: responsabilidad, trabajo en equipo, respeto, disciplina, y honradez.

6.2.2. Organigrama Estructural

Se propone la siguiente estructura básica tomando en cuenta las cuatro áreas fundamentales de la microempresa.

GRÁFICO N° 21
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



6.2.3. Niveles Administrativos

a. Nivel Directivo

GERENTE

El gerente está encargado de representar en los aspectos legales y cuidar la integridad de la microempresa.

FUNCIONES

- Representar legalmente a la microempresa.
- Dirigir y coordinar las actividades de la microempresa y velar por la correcta y eficiente organización.
- Formular planes y programas que se deben cumplir en la microempresa.
- Seleccionar y contratar al personal que labora en la microempresa
- Supervisar constantemente la infraestructura de la microempresa
- Buscar estrategias que le permita buscar nuevos mecanismos de negociación en beneficio de la microempresa.
- Es el líder de la microempresa que demuestra siempre optimismo para el alcance de las metas y Administre de forma eficiente y efectiva los recursos de la microempresa

Responsabilidades:

- Hacer cumplir los reglamentos y políticas a los trabajadores del centro turístico conforme lo que esta dictaminando el reglamento.
- Revisar los informes financieros que mensualmente le presenten el contador.

- Buscar estrategias en donde le permita que el centro turístico se beneficie directamente.
- Conservar la imagen y el buen prestigio

Requisitos:

Nivel de educación: Título de Tercer nivel

Profesión: Administración de empresas y/o afines

Experiencia: Un mínimo de 2 años de experiencia en empresas comercializadoras

b. Nivel de Apoyo

El nivel operativo se encarga de controlar el proceso de producción y comercialización del producto en este caso será el proceso de café de fréjol y a los mercados a los que estará dirigido.

CONTADOR

La función del contador/a será realizar el registro cronológico y sistematizado de las transacciones de la microempresa CAFRE DELI, efectuar los estados financieros, asesorar en la parte tributaria, realizar los roles de nómina, arqueos de caja y los pagos de los impuestos oportunamente al SRI.

Funciones:

- Llevar de manera ordenada los registros contables del centro turístico.

- Realizar las planillas de pagos de los empleados.
- Presentar los informes financieros detallando la situación económica de la organización.
- Llenar las respectivas declaraciones de impuestos de cada trabajador.
- Hacer la declaración de impuestos según la ley de tributación.
- Tramitar la afiliación al IESS de los trabajadores y cancelar sus aportaciones.

Responsabilidades

- Contabilizar todos los ingresos y egresos que se realicen en el día.
- Asesorar al gerente sobre los aspectos contables que no se encuentre claros.
- Archivar los documentos que contengan la información con sus respectivos respaldos.
- Pagar puntualmente las obligaciones tributarias.
- Analizar y evaluar las cuentas de inventarios.
- Presentar los informes financieros claros y con sus respectivos sustentos.
- Colaborar con las actividades de la agenda de gerencia.

Requisitos

Nivel de Educación: Título de tercer nivel

Profesión: Ingeniero/a en Contabilidad y Auditoría CPA.

Experiencia: Un mínimo de 2 años de experiencia en empresas comercializadoras.

VENDEDOR

El vendedor se encargará de buscar estrategias de venta que permita al producto llegar rápidamente al mercado.

FUNCIONES

- Aplicar estrategias adecuadas para la distribución del producto.
- Realizar estudios de mercados para lanzar al producto.
- Busca los mejores mecanismos para dar a conocer el producto en el mercado.
- Averiguar las necesidades más primordiales del mercado consumidor.
- Realizar contactos permanentes con el cliente.
- Tener un inventario de productos para la venta.

Nivel de educación: Tercer nivel

Profesión: Estudiante tercer nivel formación en mercadotecnia o afines

Experiencia: Un mínimo de 1 año de experiencia en empresas comercializadoras

c. Nivel operativo

Obreros

Se encargarán de realizar el trabajo de estibador, descargando y cargando los insumos generados por compras y ventas. Realizará las operaciones de producción como tostar, moler, empacar y sellar para que el producto terminado como es el café de fréjol esté listo para su comercialización.

FUNCIONES

- Recibir la materia prima y clasificarlas
- Realizar el proceso de tostar y moler el producto de acuerdo con los estándares establecidos.
- Embalar el producto
- Organizar los pedidos realizados a los proveedores de los insumos.
- Apilar los insumos para no dañarlos.
- Mantener en óptimas condiciones las instalaciones.
- Apoyar en las actividades de distribución y ventas.

Nivel de educación: Bachiller en la rama agroindustrias

Profesión: No indispensable

Experiencia: Mínimo de 1 año de experiencia en empresas comercializadoras

6.3. Aspecto Laboral

6.3.1. Contratación

Dentro de la contratación de los empleados al momento del ingreso, este deberá firmar el primer contrato según el Código de Trabajo, que es el de periodo de prueba por tres meses, pasado este tiempo el empleado automáticamente pasa a tener un contrato indefinido, este tipo de contrato es importante ya que el empleado podrá trabajar de forma permanente en la empresa, siempre y cuando siga cumpliendo con las obligaciones y responsabilidades para las cuales fue contratado.

6.3.2. Seguridad Industrial

En lo que es seguridad industrial se trabajara conjuntamente con charlas por parte de los bomberos, cruz roja y demás entidades que estén relacionadas a la seguridad de las empresas, para que esto ayude a conocer sobre los desastres y los peligros que se pueden presentar en una empresa y a su vez estrategias para solucionar catástrofes y demás emergencias que puedan suscitarse.

6.3.3. Seguridad Social

Es un derecho innegable que tiene cada uno de los empleados que ingresan a trabajar desde el primer día, este se lo conoce como la afiliación al IESS, es decir este seguro le cubre a cada uno de ellos tanto en: salud, vivienda y demás beneficios que por ley les corresponde recibir, en la empresa se lo hará de la misma manera y como indica el Código de Trabajo.

6.4. Aspecto Legal

6.4.1. Compañía Limitada

Los requisitos para ser una Cía. Ltda. son los siguientes, la Superintendencia de Compañías exige a las sociedades sujetas a su control los siguientes requisitos:

- Original y copia de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia del nombramiento de los representantes legales inscrito en el Registro Mercantil.
- Copia de la cédula de identidad y copia del certificado de votación del último proceso electoral del representante legal.
- Original de la hoja de datos generales del Registro de Sociedades.
- Original del documento que identifique el domicilio principal en el que se desarrollará la actividad para lo cual deberá presentar una planilla de cualquier servicio básico.

6.4.2. El permiso fiscal (RUC)

Los requisitos indispensables para obtener el RUC, son los siguientes:

- Copia de la cédula del representante legal.
- Copia del certificado de votación.
- Fotocopia de un documento que certifique la dirección del local donde desarrolla su actividad económica.

- Planilla de luz, agua, teléfono.
- Presentación de la documentación anterior al SRI.
- Escritura de constitución de la compañía (si es empresa).
- Entrega del SRI el RUC con los dígitos de la cédula del representante legal adherido 001.

6.4.3. El permiso municipal (Patente Municipal)

Inscripción de la constitución de la compañía y nombramiento del gerente y presidente en el Registro Mercantil.

Es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual. Esta se la debe obtener dentro de los 30 días siguientes al día final del mes en que se inician las actividades y durante enero de cada año.

Los requisitos son los siguientes:

- Copia del RUC.
- Cédula.
- Formulario de declaración del impuesto de patentes.
- Formulario para categorización (según el tipo de local y lugar donde está ubicado).
- Permiso predial que se solicita en el municipio y que se paga anualmente.

Por el ejercicio de las actividades se pagará un impuesto mensual, cuya cuantía está determinada en proporción a la naturaleza, valores y ubicación del negocio.

6.4.4. El permiso sanitario (Registro Sanitario)

Además de la patente el municipio exige la obtención del permiso sanitario de funcionamiento, cuyos requisitos son los siguientes:

- Cédula.
- 2 fotografías.
- Examen médico.
- Llenar la solicitud de permiso de funcionamiento.
- Inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- Entrega del informe final.
- Estudio y emisión del permiso de funcionamiento, el cual tendrá la vigencia de un año.

6.4.5. Bomberos

El permiso de los bomberos lo expiden después de la respectiva inspección verificando si existen salidas de emergencia en caso de producirse un incendio, en el lugar donde va a funcionar la empresa.

6.4.6. Permiso de Funcionamiento

El Permiso de Funcionamiento expide el Ministerio de Salud Pública a través de la Dirección Provincial de Salud y el Departamento de Control Sanitario. Este permiso es otorgado luego de un control previo de la instalación en donde estará ubicado este proyecto.

6.4.7. Titularidad o Propiedad de la Empresa

El propietario de la microempresa “CAFRE DELI”, es la Sra. Verónica Yaselga, ecuatoriano portadora de la cedula de identidad N° 100356220-2.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

En este capítulo se presenta el análisis de impactos que la microempresa genera durante su desarrollo, ya que pueden ser positivos o negativos para ello se dará un respectivo valor a los indicadores los cuales se puede apreciar en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 102
VALORACIÓN DE IMPACTOS

VALORACIÓN CUANTITATIVA	VALORACIÓN CUALITATIVA
3	Impacto Alto Positivo
2	Impacto Medio Positivo
1	Impacto Bajo Positivo
0	No hay impacto
-1	Impacto Bajo Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-3	Impacto Alto Negativo

Elaborado por: La Autora

7.1. Impacto socio-económico

CUADRO No. 103
IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
INDICADORES								
Creación de fuentes de empleo						X		2
Estabilidad económica							X	3
Estabilidad empresarial						X		2
Mejor calidad de vida							X	3
TOTAL								10

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

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

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

$$NI = 2,5$$

$$NI = 3$$

ANÁLISIS:

De acuerdo a los resultados obtenidos del análisis de impacto socio-económico se determina que genera un nivel alto positivo porque el proyecto de café de fréjol está enfocado a crear nuevas fuentes de empleo permitiendo mejorar la calidad de vida de los habitantes como también mejorando sus ingresos, además brindando una estabilidad laboral a personal que brinde sus servicios.

7.2. Impacto Empresarial

CUADRO No. 104
IMPACTO EMPRESARIAL

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
INDICADORES								
Fortalecimiento micro empresarial						X		2
Mejoramiento niveles competitivos						X		2
Incremento de niveles productivos							X	3
Crecimiento agrícola							X	3
TOTAL								10

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

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

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

$$NI = 2,5$$

$$NI = 3$$

ANÁLISIS:

Con la creación de la microempresa nace el fortalecimiento microempresarial del sector el mismo genera un impacto alto positivo, porque está encaminado a generar nuevos proyectos que van en beneficio tanto del sector como de sus habitantes que les permite aplicar nuevas estrategias de trabajo.

7.3. Impacto ambiental

CUADRO No. 105
IMPACTO AMBIENTAL

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
INDICADORES								
Manejo de desechos tóxicos							X	3
Contaminación auditiva						2		2
Contaminación ambiental							X	3
Reciclaje de basura inorgánica							X	3
TOTAL								11

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

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

$$NI = \frac{11}{4}$$

$$NI = 2,75$$

$$NI = 3$$

ANÁLISIS:

Las actividades desarrolladas en el proceso del café de fréjol , provocan reacciones bajas en el medio ambiente, es decir, no provocan impactos ambientales negativos que atenten el entorno local y externo, ya que estos desechos no son tóxicos más bien se genera desecho orgánico muy beneficioso para la agricultura, la misma que podrá aprovechar para el sembrío de fréjol.

7.4. Impacto Educativo Cultural

CUADRO No. 106

IMPACTO EDUCATIVO Y CULTURAL

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
INDICADORES								
Aplicación conocimientos						X		2
Nuevos aprendizajes						X		2
Productos nutricionales							X	3
Cultura de consumo							X	3
TOTAL								10

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

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

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

$$NI = 2,5$$

$$NI = 3$$

ANÁLISIS:

El desarrollo de investigación, permite establecer una dinámica de mejoramiento continuo del nivel de educación que brinda la Universidad, a través de la vinculación de lo teórico con lo práctico y de esta manera mejorar constantemente los conocimientos.

7.5. Impacto General

CUADRO No. 107
IMPACTO GENERAL

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
INDICADORES								
IMPACTO ECONÓMICO							X	3
IMPACTO EMPRESARIAL							X	3
IMPACTO AMBIENTAL							X	3
IMPACTO EDUCATIVO Y CULTURAL							X	3
TOTAL								12

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

$$NI = \frac{12}{4}$$
$$NI(\text{GENERAL}) = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = 3$$

Análisis:

Con respecto al análisis general, los impactos relacionados con el presente proyecto de café de fréjol, presentan un impacto alto positivo, lo que significa que la creación de la microempresa, es una alternativa muy importante para la generación de fuentes de trabajo y sobre todo aprovechar la materia prima generando un nuevo producto nutricional, para cubrir una necesidad alimenticia y sobre todo aportar con el desarrollo de la comunidad.

CONCLUSIONES

- Mediante el diagnóstico Situacional externo realizado en el cantón Bolívar se determina que existen factores que favorecen el desarrollo del proyecto tales como; la ubicación estratégica, disponibilidad de servicios básicos -materia prima - talento humano y sobre todo es un sector apto para la producción de fréjol.
- El análisis del Estudio de Mercado, permitió conocer una nueva alternativa de negocio, ya que al ofrecer un producto artesanal y sobre todo nutricional es una ventaja competitiva que facilita la aceptación y posicionamiento en el mercado.
- El desarrollo del Estudio Técnico permitió localizar la ubicación estratégica en donde se llevará a cabo el proceso del café de fréjol así como también la facilidad y posibilidad de adquirir en nuestro medio los requerimientos necesarios en cuanto a: recursos materiales, económicos, tecnológicos y humanos que se requiere para desarrollar la propuesta.
- A través del estudio financiero se efectuó el análisis de los indicadores financieros tales como: VAN, TIR, B/C mismos que reflejan la factibilidad del proyecto de producción y comercialización del café de fréjol.
- La estructura organizacional es importante ya que permite determinar los respectivos niveles, responsabilidades y funciones de cada uno de los trabajadores que conforma la microempresa con objeto de encaminar al cumplimiento del objetivo organizacional y la autorrealización del talento humano.
- De acuerdo a la valoración de los impactos que el proyecto genera tienen un nivel alto positivo que favorece al sector.

RECOMENDACIONES

- La nueva unidad productiva debe aprovechar las fortalezas del sector y las oportunidades del entorno de la mejor manera y demostrando a los moradores para dar una nueva forma de consumo y valoración al fréjol.
- Aplicar las estrategias de marketing más apropiadas para dar a conocer el café de fréjol y satisfacer las necesidades del consumidor de acuerdo a sus exigencias.
- El diseño de la unidad productiva debe adecuar correctamente con el desarrollo de las actividades dentro de cada etapa de la producción del café de fréjol, con objeto de obtener y ofrecer un producto de calidad que garantice su consumo.
- Mantener un correcto control de la distribución del monto de la inversión, costos, gastos e ingresos y para de esa manera obtener los indicadores financieros propuestos en el proyecto, con el propósito de que se mantenga la estabilidad de la microempresa CAFRE DELI.
- Controlar que se cumplan los objetivos y metas planteadas para lograr un crecimiento dentro del comercio cafetero.
- Cumplir con las medidas de seguridad para evitar efectos secundarios en los impactos que el proyecto provoque.
- Controlar que se apliquen los procesos adecuados al momento de la utilización del recurso material y tecnológico para evitar que se generen impactos negativos y se perjudique al sector agrícola.

BIBLIOGRAFÍA

- Diagnóstico del Sector Cafetalero Nacional, (COFENAC-2012), Segunda Edición, Editorial Nuevo día, Quito-Ecuador.
- REGISTRO OFICIAL, **PODER EJECUTIVO N.- 11**, 1985
- INEC – **“Datos Censo Poblacional”** – 2010
- Círculo de Lectores , **“Diccionario Estudiantil Circulo”**, (2009),. Primera Edición, Quebecor World – Bogotá.
- ASENSIO del Arco Eva, VÁZQUEZ Blömer Beatriz. **“Como Crear tu nueva Empresa”** Editorial Paraninfo, 2008. – España.
- ROBLES WASHINGTON Y ROBLES JOSÉ (2007), **“Elementos de Economía”**, Primera Edición, Compugraf – Quito.
- BRAVO, Mercedes (2011) **“Contabilidad General“**, Novena Edición, Editorial Nuevo Día – Ecuador.
- III CENSO NACIONAL AGROPECUARIO – 2010
- Ing. Norman Mora S., **“Agrocadena de Café”**, Enero 2008 – Costa Rica.
- Tesis ORMAZA, Marcos 2012, cita a Delgado Luis, **“Cultivo de Café”**.
- PÉREZ, Javis V (2008); **“El proceso industrial del café”**, Segunda Edición, Editorial McGrawhill.
- CHILQUINGA, Manuel (2007); **“Clasificación de las Microempresas”**, Offset GRAFICOLOS-Ecuador.
- FASCICULO PROVINCIAL DEL CARCHI INEC – 2010.
- KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary, (2008), **“Principios de Marketing”**, Duodécima edición, Editorial PEARSON EDUCACION S.A., Madrid (España).
- JÁCOME, Walter (2006) **“Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión”** – CUDIC Editorial Universitaria –Ibarra Ecuador
- Tesis PAUCAR, Karina (2011), cita a Torres, Luis Alberto **“Empresas y Sucursales”**.

- STANTON, William J, ETZEL, Michael J, WALKER, Bruce J., (2007), **“Fundamentos de Marketing”**, Decimocuarta edición en español, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C. V., México, D. F.
- SAPAG, CH, Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo. (2008), **“Preparación y Evaluación de proyectos”**, Quinta edición, McGRAW-HILL INTERAMERICANA, S.A., México.
- MIRANDA, Juan (2007), Gestión de Proyectos: **“Identificación, Formulación, Evaluación Financiera-Económicas-Social-Ambiental”**, Segunda Edición, Bogotá/MM Editores.
- VARELA, Rodrigo, (2010), **“Evaluación Económica de Proyectos de Inversión”**, Séptima Edición, Editorial Mc Graw Hill, Colombia
- ROMERO Javier, (2007), **“Principios de Contabilidad”**, Tercera Edición Editorial McGraw-Hill Interamericana México.
- ORTIZ, Alberto G. (2007), **“Gerencia Financiera y Diagnóstico Estratégico”**, Segunda edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA, S.A., Bogotá-Colombia.
- ZAPATA, Sánchez Pedro, (2008), **“Contabilidad General”**, Sexta edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.
- SCOTT Besley y BRIGHAM, Eugene F. (2009), **“Fundamentos de Administración Financiera”**, Decimocuarta edición, Editorial CENGAGE LEARNING S.A. de V.C., México
- FLORES U. Juan, (2007), **“Proyectos de Inversión para las PYME”**, Primera Edición, Editorial Ecoe Ltda. Colombia.
- Centro de Información e Inteligencia Comercial (CICO), **“Perfiles de Producto”** - Ecuador

LINCONGRAFÍA

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Bolívar – Carchi
http://www.municipiodebolivar.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=3
- Propiedades del café, consultado el 15 de Enero del 2013, disponible en : www.cuidadodelasalud.com
- <http://www.relacioneslaborales.gob.ec/tablas-de-incremento-para-la-remuneracion-minima-sectorial-y-tarifas/2013>
- Variedades de fréjol, consultado el 15 de Enero del 2013, disponible en: www.ecured.com
- Clima del cultivo e fréjol, consultado el 29 del Diciembre del 2012
<http://www.infocafes.com/descargas/biblioteca/18.pdf>
- Proceso de Industrialización del Café, consultado el 29 de Diciembre del 2012
<http://www.ingenierosinc.com/2008/09/06/proceso-industrial-del-cafe/>
- Taxonomía del Frejol, consultado el 01 de Enero del 2013
<http://www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/a00080.pdf>
- Precio del molino consultado en Abril 2013
<http://quito.olx.com.ec/molino-electrico-iid-504165889>

GLOSARIO DE TÉRMINOS

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

Activos fijos: Activos permanentes que típicamente son necesarios para llevar a cabo el giro habitual de una empresa. Están constituidos generalmente por maquinaria, equipo, edificios, terrenos, etc.

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

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

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

Balance de resultados: Muestra la Utilidad de la empresa durante un período, es decir, las ganancias y/o pérdidas que la empresa tuvo o espera tener.

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

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

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

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

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

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

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

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

Demanda: se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

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

Desembolso: Representa una salida de fondos.

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

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

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

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

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

Estudio de factibilidad: es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se

realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran.

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

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

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

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

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

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

Gastos financieros: Gastos incurridos por la empresa en la obtención de recursos financieros y que están representados por los intereses y

comisiones tanto de préstamos como de créditos recibidos por la empresa.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Mercado: Conjunto de compradores y vendedores.

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

Obligación: Cualquier tipo de deuda.

Pasivos: Obligaciones que tiene una empresa ante terceros.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Solvencia: Capacidad de pago de las obligaciones.

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

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

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

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

ANEXOS

ANEXO A: FORMATO DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES DEL CANTÓN BOLIVAR

NOTA: Las personas que elijan la opción NO de la pregunta N° 1, deberán pasar a la pregunta N° 8 y contestar hasta la N° 12.

1. ¿Consume usted café?
2. ¿Qué tipo de café consume usted?
3. ¿Con que frecuencia consume usted café?
4. ¿Dónde compra usted el café?
5. ¿Cada qué tiempo compra usted café?
6. ¿Qué aspectos toma en cuenta al momento de comprar café?
7. ¿Cuánto paga usted por un frasco plástico de café de 350 gramos?
8. ¿Conoce usted las bondades nutricionales del fréjol?
9. ¿En el mercado, encuentra usted cafés alternativos como el café de fréjol?
10. ¿Cambiaría usted el café tradicional por el café de fréjol descafeinado, que contiene óptimas propiedades nutricionales?
11. ¿Cómo le gustaría que sea la presentación del café de fréjol?
12. ¿De los siguientes medios de comunicación cuál es de su preferencia?

ANEXO B: FORMATO DE ENTREVISTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE FRÉJOL DEL
CANTÓN BOLÍVAR

1. ¿Considera usted que la producción de fréjol es una actividad rentable?
2. ¿Qué tipo de fréjol siembra usted y porque?
3. ¿Cuál es el proceso productivo para cosechar el fréjol?
4. Al momento de llevar al mercado su producto lo lleva tierno o seco y por qué?
5. Usted entrega su producto a intermediarios (comerciantes de fréjol) o vende directamente a los consumidores finales?
6. Vendería su producto final, como es el fréjol seco, a una empresa que le pague un precio justo y lo adquiera de forma permanente?
7. ¿Cuántos metros cuadrados destina usted para la siembra de fréjol?
8. Al momento de comercializar el fréjol vende por libras o por quintales y a qué precio entrega?
9. Usted para la producción de fréjol utiliza químicos?

ANEXO C: INCREMENTO PROMEDIO DEL SUELDO BÁSICO

El sueldo básico de los últimos 7 años se muestra en la siguiente tabla con objeto de proyectar para los próximos años del proyecto.

La información histórica fue sustraída del Consejo Nacional de Salarios (CONADES)

INCREMENTO PROMEDIO SALARIO BÁSICO

AÑO	SBU	%
2005	150	
2006	160	6,67
2007	170	6,25
2008	200	17,65
2009	218	9,00
2010	240	10,09
2011	264	10,00
2012	292	10,61

$$i = \sqrt[n-1]{\frac{292}{150}} - 1$$

$$i = \sqrt[8-1]{\frac{292}{150}} - 1$$

$$i = 0.099$$

$$i = 9.90\%$$

ANEXO D 1: PRESUPUESTO DE CONSTRUCCION ARQ. FERNANDO JARAMILLO

PRESUPUESTO FACTIBILIDAD GALPON PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA CAFÉ-CANTON BOLIVAR
(Costos directos + costos indirectos)

PROYECTO: GALPON	UBICACIÓN: PROV. CARCHI
PROPIETARIO: FACTIBILIDAD	FINANCIAMIENTO: PROPIOS
CONSTRUCTOR: ARQ. FERNANDO JARAMILLO V.	FECHA: 14-oct-13

No.	CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	P / UNITARIO (DÓLARES)	P / TOTAL (DÓLARES)	SUBTOTALES (DÓLARES)
1	PRELIMINARES-MOVIMIENTO TIERRAS					
1,1	Arreglo y limpieza del terreno CASA 1	m2	100,00	1,99	199,00	
1,2	Replanteo y nivelación	m2	100,00	0,00	0,00	
1,3	Volumen corte terreno INGRESOS-PALA MEC.	m3	0,00	0,00	0,00	
1,4	Volumen de desalojo (volqueta-pala)-Imp:GMO	m3	1,00	12,00	12,00	
1,5	Varios (IESS) 50 %.	Gob.	0,00	0,00	0,00	
1,6	BODEGA - Guardianía	Gob.	0,00	300,00	0,00	
	SUBTOTAL					211,00
2	CIMENTACIÓN.					
2,1	Excavación de plintos y cadenas	m3	12,00	8,99	107,88	
2,2	Relleno cimientos	m3	7,00	4,19	29,33	
2,3	Replanteo HS F'c=140 Kg./cm2 e=0,05 m	m3	3,00	118,24	354,72	
2,4	Muro hormigón ciclópeo CORTE	m3	0,00	118,58	0,00	
2,5	Rampa hormigón ciclópeo	m3	0,00	118,58	0,00	
2,6	Reposición suelo (lastre - cascajo)	m3	0,00	22,08	0,00	
	SUBTOTAL					491,93
3	PISOS					
3,1	Contrapiso incluido hormigón 0,15cm-interior	m2	117,00	14,70	1.719,90	
3,2	Piso flotante, alisado, PLANTA ALTA	m2	0,00	21,57	0,00	
3,3	Barrederas, piso flotante	ml	0,00	3,99	0,00	
3,4	Bordillos hormigón simple (0,30x0,10) accesos	m2	0,00	0,00	0,00	
3,5	Mesón cocina granito-BEIGE PIN-175x633 C/sa	u	0,00	197,87	0,00	
3,6	Piso cemento gris-alisado-piso flotante	m2	0,00	3,57	0,00	
3,7	Contrapiso-cemento gris-escobillado	m2	0,00	6,53	0,00	
3,8	Drenaje piso planta baja -cajas (PVC)	ml	0,00	6,67	0,00	
3,9	Bloques detalle-planos fachada	u	0,00	0,00	0,00	
	SUBTOTAL					1.719,90
4	ESTRUCTURA					
4,1	Plintos hormigón simple	m3	2,00	144,76	289,52	
4,2	Cadenas hormigón simple	m3	5,47	162,36	888,11	
4,3	Columnas hormigón simple	m3	0,60	197,25	118,35	
4,4	Gradas hormigón simple premezclado	m3	0,00	243,59	0,00	
4,5	H. Simple losa de entrepiso	m3	0,00	191,76	0,00	
4,6	Losas cubierta-detalle	m3	0,00	217,04	0,00	
4,7	Loseta de hormigón armado cocina E=0,10 CM.	m3	0,00	357,77	0,00	
4,8	Vigas superiores H.Simple.	m3	0,00	209,58	0,00	
4,9	Alivianamientos de bloque (0,40x0,20x0,10)	u	0,00	0,37	0,00	
4,1	Alivianamientos de bloque (0,40x0,20x0,15)	u	0,00	0,47	0,00	
4,11	Acero de refuerzo-cimentación-losas	Kg.	187,00	1,47	274,89	
4,12	Dinteles H. A (0,10 x 0,15 - puertas)	ml	7,00	17,87	125,09	
4,13	Riostrías -detalles-hormigón -mampostería	ml	2,80	6,70	18,76	
	SUBTOTAL					1.714,72
5	MAMPOSTERÍAS					
5,1	Mampostería de ladrillo+chimenea	m2	0,00	18,65	0,00	
5,2	Mampostería bloque vibrado (0.15x0.20x0.40)	m2	350,00	7,47	2.614,50	
5,3	Detalles-filos -LOSAS-3D	ml	0,00	2,86	0,00	
5,4	Loseta de hormigón armado closets (0,10 cm.)	m3	0,00	0,00	0,00	
5,5	Hormigón detalle jardinera-impermeabilización	u	0,00	127,00	0,00	
5,6	Cenefas, baños,cocina (detalle)	ml	0,00	0,00	0,00	

ANEXO D 2: PRESUPUESTO DE CONSTRUCCION ARQ. FERNANDO JARAMILLO

No.	CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	P / UNITARIO (DÓLARES)	P / TOTAL (DÓLARES)	SUBTOTALES (DÓLARES)
5,7	Loseta de hormigón armado chimenea	m3	0,00	357,77	0,00	
5,8	Canal aguas lluvias-losa 0,15x0,20 detalle	ml	0,00	7,67	0,00	
5,9	Medias cañas mampostería	ml	0,00	2,86	0,00	
5,1	Bota aguas	ml	0,00	5,93	0,00	
5,11	Chimenea detalle planos	u	0,00	250,00	0,00	
5,12	Puerta metálica enrollable-manual -garaje-	m2	0,00	0,00	0,00	
	SUBTOTAL					2.614,50
6	ENLUCIDOS					
6,1	Resanado Enlucido - (mampostería)	m2	48,00	1,77	84,96	
6,2	Enlucido mas CHAFADO, gradas-andamios	m2	0,00	9,44	0,00	
6,3	Enlucido mas -CHAFADO-losas-andamios	m2	0,00	9,44	0,00	
6,4	Chafado-detalles-pérgolas+chimenea PORCHE	m2	0,00	9,44	0,00	
	SUBTOTAL					84,96
7	REVESTIMIENTOS					
7,1	Cerámica PISO-comercial	m2	0,00	16,77	0,00	
7,2	Cerámica PARED-Comercial-baños	m2	24,70	16,77	414,22	
7,3	Barrederas Cerámica-dormitorio	ml	22,00	3,87	85,14	
7,4	Gradas-ANTIDESLIZANTE-detalle	ml	0,00	7,50	0,00	
	SUBTOTAL					499,36
8	CARPINTERÍA METAL - MADERA					
8,1	Closet de madera MDFdormitorios	m2	0,00	180,00	0,00	
8,2	Muebles altos MDF cocina	ml	0,00	160,00	0,00	
8,3	Muebles bajos de cocina MDF-natural	ml	0,00	160,00	0,00	
8,4	Puerta aluminio-vidrio 6mm-baño master	m2	0,00	57,00	0,00	
8,5	Puertas paneladas-laminadas-MDF- 2Principal	u	2,00	180,00	360,00	
8,6	Ventanas aluminio-vidrio 4mm.Natural	m2	2,20	67,00	147,40	
8,7	Cortinas baños (Aluminio+vidrio 6mm+anclajes)	m2	0,00	57,00	0,00	
8,8	Pasamanos hierro-detalle-	ml	0,00	75,00	0,00	
8,9	Pasamanos madera-madera porche	ml	0,00	35,00	0,00	
	SUBTOTAL					507,40
9	INSTALACIONES ELÉCTRICAS					
9,1	Puntos música-teléfono-cable	pto	1,00	22,47	22,47	
9,2	Puntos de iluminación	pto	8,00	24,23	193,84	
9,3	Tomacorrientes dobles	pto	8,00	16,50	132,00	
9,4	Portero eléctrico FARFISA (3 puntos)	u	0,00	187,00	0,00	
9,5	Puntos de tierra- varilla de cobre	u	0,00	47,88	0,00	
9,6	Caja térmica 4 breakers	pto	1,00	87,00	87,00	
9,7	Acometida eléctrica (RED)	m.	15,00	6,10	91,50	
9,8	Acometida duha eléctrica-medidor	u	0,00	47,00	0,00	
	SUBTOTAL					526,81
10	INSTALACIONES HIDRO-SANITARIAS					
10,1	Puntos salida (mas llaves de paso)	pto	6,00	24,67	148,02	
10,2	Puntos salida exterior-lavandería-tanque elevado	pto	1,00	20,74	20,74	
10,3	Punto agua caliente (1/2 baño-calefon)	pto	0,00	25,94	0,00	
10,4	Desagüe aguas negras 2"(baños-cocina)	pto	6,00	17,23	103,38	
10,5	Desagüe aguas lluvias-negras 4"	pto	2,00	30,71	61,42	
10,6	Caja revisión aguas negras-LL (0,60x0,60)c/tapa	u	3,00	77,00	231,00	
10,7	Viga canal recolector aguas lluvias-cubierta	ml	0,00	14,90	0,00	
10,8	Canastillas (cubierta)	u	0,00	4,86	0,00	
10,10	Bajante PVC de 4"aguas lluvias-servidas	ml	0,00	6,40	0,00	
10,11	Canalización PVC-6"	ml	15,00	17,66	264,90	
10,12	Tanque Reserva POLY 600 Lts-instalación.	u	0,00	237,00	0,00	
10,13	Llave de manguera-jardín-garaje	pto	0,00	19,67	0,00	
10,14	Acometida Agua potable (RED)	ml	17,00	5,70	96,90	
10,15	Caja medidor	u	0,00	57,00	0,00	
	SUBTOTAL					926,36

**ANEXO D 3: PRESUPUESTO DE CONSTRUCCION ARQ. FERNANDO
JARAMILLO**

Nº	CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	P / UNITARIO (DÓLARES)	P / TOTAL (DÓLARES)	SUBTOTALES (DÓLARES)
11	PIEZAS SANITARIAS					
11,1	Accesorios de baño EDESA	u	1,00	21,00	21,00	
11,2	Ducha -mono mando	u	0,00	27,00	0,00	
11,3	Inodoro-BLANCO mas griteria	u	2,00	91,08	182,16	
11,4	Lavamanos -BLANCO (griteria)	u	2,00	109,74	219,48	
11,5	FregaderoTEKA-1X50-griteria 182/B1	u	0,00	257,00	0,00	
11,6	Sumidero trampa de piso	u	2,00	5,73	11,46	
11,7	Calefón (INSTAMATIC MASTER-18lts.) Inst.	u	0,00	238,99	0,00	
11,8	Cajón de ducha	u	0,00	45,00	0,00	
11,10	Tendedero ropa metálico tubo 4 "	u	0,00	189,00	0,00	
11,11	Lavandería 1 piedra - 2 puntos agua	u	0,00	210,00	0,00	
11,12	BBQ.- 0,60 x 2,6-parrilla	u	0,00	250,00	0,00	
	SUBTOTAL					434,10
12	PINTURAS- CERRADURAS					
12,1	Pintura-enlucidos -resanado	m2	48,00	4,27	204,96	
12,2	Cerradura eléctrica principal-cocina	u	1,00	67,00	67,00	
12,3	Cerradura principal KWIKSET US5	u	0,00	37,00	0,00	
12,4	Cerradura dormitorio KWIKSET-US5	u	0,00	24,77	0,00	
12,5	Cerradura baño KWIKSET US5	u	2,00	15,00	30,00	
	SUBTOTAL					301,96
13	CUBIERTAS					
13,1	ESTRUCTURA MADERA CUBIERTA	m2	116,00	32,57	3.778,12	
13,2	ENTECHADO FIBRO-CEMENTO (Eternit)	m2	139,00	15,48	2.151,72	
13,3	Rotulo 1,20 x 0,60-Estándar	u	0,00	35,00	0,00	
13,4	Translucidos policarbonato cubierta	m2	4,00	18,43	73,72	
	SUBTOTAL					6.003,56
	TOTAL					16.036,58
14	CERRAMIENTO (63,00m) +GRAVA					
14,1	Excavación plintos y cadenas, mas patio	m3	0,00	8,99	0,00	
14,2	Hormigón ciclópeo-muro cerramiento	m3	0,00	118,58	0,00	
14,3	Hormigón simple plintos, cadenas , columnas	m3	0,00	179,89	0,00	
14,4	Contrapiso patio	m2	0,00	23,91	0,00	
14,5	Bordillos hormigón simple (0,30x0,10) accesos	m2	0,00	14,94	0,00	
14,6	Contrapiso-cemento gris-veredas-escobillado	m2	0,00	23,91	0,00	
14,7	Puertas hierro-madera+cerraduras	m3	0,00	110,00	0,00	
14,8	Cerramiento+ingreso-bloque	m2	0,00	14,81	0,00	
14,9	Enlucido paleteado grueso cerramiento	m2	0,00	5,18	0,00	
14,1	Pintura cerramiento-frontal-PERMALATEX	m2	0,00	4,57	0,00	
14,2	Grava - Accesos -caminerias-garaje	m2	0,00	12,87	0,00	
14,3	Hierro, cerramiento frontal.	Kg.	0,00	1,47	0,00	
						0,00
15	IMPREVISTOS					
15,1	Losa hormigón simple puerta principal	m3	0,00	179,89	0,00	
15,2	Cerramientos ladrillo	m2	0,00	0,00	0,00	
15,3	TAPIALERA 45ml C/T(2,20x1,80) x 2T- 2,50	Tarea	0,00	50,00	0,00	
15,4	TEJA - natural - tapialera	m2	0,00	7,00	0,00	
15,5	FOSA SÉPTICA (2X4) ladrillo/tapa HA.	u	0,00	1.500,00	0,00	
15,6	Corte terreno acceso principal+rampa	m3	0,00	15,65	0,00	
15,7	Acceso rampa contrapiso/Horm simple+malla	m2	0,00	27,88	0,00	
15,8	Puntos iluminación	pto.	0,00	24,23	0,00	
15,9	Desalojo escombros	m3	0,00	2,08	0,00	
15,1	Cerradura eléctrica - portero	m2	0,00	127,00	0,00	
15,2	Tomacorrientes-puerta eléctrica	pto.	0,00	16,50	0,00	
15,3	Iberteja-catalana -lojana	m2	0,00	14,51	0,00	
15,4						0,00

ANEXO D 4: PRESUPUESTO DE CONSTRUCCION ARQ. FERNANDO JARAMILLO


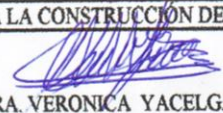
Nº	CONCEPTO VARIOS	UNIDAD	CANTIDAD	P / UNITARIO (DÓLARES)	P / TOTAL (DÓLARES)	SUBTOTALES (DÓLARES)
15,5	Replanteo y nivelación terreno	m2	0,00	3,39	0,00	
15,6	Afiliación IESS - 50% - 6 MESES - 5 obreros.	u	0,00	1.500,00	0,00	
15,7	Otros	u	0,00	0,00	0,00	
15,8		u	0,00	0,00	0,00	
						0,00
				IVA 12%		
COSTO TOTAL CONSTRUCCION INC IVA						16.036,56
SON: DIECISEIS MIL, TREINTA Y SEIS DÓLARES CON 56/100						
OBSERVACIÓN: EL PRESUPUESTO SERÁ REAJUSTADO DE ACUERDO A LA PARTICIPACION DE LOS MICRO-EMPRESARIOS EN LA CONTRATACION DE LA MANO DE OBRA O MEDIANTE MINGAS, PARA LA CONSTRUCCION DE LA OBRA.						
 ARQ. FERNANDO JARAMILLO V. CONSTRUCTOR CI: 170476011-3 P-2616 / I - 213 / GMO-027-2013			 SRA. VERONICA YACELGA G. PROPIETARIA CI: 100356220-2			

FOTO N° 5
FREJOL CANARIO



FOTO N° 6
TUESTE DEL FREJOL CANARIO



FOTO N° 7

MOLIDO DEL FREJOL CANARIO



FOTO N° 8

PRESENTACION FRASCO DE 350GR DEL CAFÉ DE FREJOL



FOTO N° 9

GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTON BOLIVAR



FOTO N° 10

VISTA PANORAMICA DE LA CIUDAD



FOTO N° 11
MOLINO ELECTRICO

