

INTRODUCCIÓN

En la provincia del Carchi se encuentra el cantón Mira situada en la Sierra Norte del Ecuador, con una población de 5.994 aproximadamente según INEC 2010, con un clima templado seco, está constituido por una parroquia urbana y tres rurales, una de ellas se encuentra la comunidad de Mascarilla, de la Parroquia Mira.

Las instituciones de la ciudad y la ciudadanía sienten la necesidad de emprender nuevas iniciativas, a través de la elaboración de proyectos integrales basados en los ejes de reordenamiento territorial productivo y protección del medio ambiente.

La comunidad de Mascarilla se caracteriza por el cultivo de la yuca, fréjol, papaya, mangos, limón; entre otros, la yuca forma parte de los tubérculos que son productos de consumo diario de la población, siendo mayormente utilizada para sopas, postres, coladas y como productos agroindustriales.

Los pequeños agricultores tienen como objetivo principal producir con un alto nivel de calidad tanto en nutrientes como en sabor para no solo satisfacer al consumidor, sino también asociarse entre los agricultores para poder liderar la producción del tubérculo y su comercialización en los mercados locales y nacionales.

Por esta razón se ve la necesidad de buscar nuevas alternativas de cultivo de la yuca de calidad para posteriormente elaborar la harina de yuca que es de gran utilidad para la población, además de ser una gran fuente rica de vitaminas, minerales y proteínas apropiados para el óptimo desarrollo y crecimiento de los niños.

Por tanto la producción y comercialización de la harina de yuca es prometedora por las condiciones actuales existentes del mercado donde hay una buena perspectiva de crecimiento.

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de harina de yuca en la comunidad de Mascarilla, cantón Mira, provincia del Carchi.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la situación actual de la ciudad de Mira e identificar la problemática existente en la población.
- Establecer los fundamentos teórico-científicos que sustenten el planteamiento del proyecto en todas sus fases de investigación.
- Realizar un estudio de mercado con todos sus principios y características a corto plazo, y a la vez, conocer la posible oferta, demanda, precio, comercialización y distribución.
- Efectuar el estudio técnico e ingeniería del proyecto, con la determinación de la macro y micro localización, tamaño, aspectos técnicos y valoración de inversiones requeridas, todo esto para un funcionamiento adecuado de la microempresa.
- Efectuar un estudio financiero que permita determinar con proyección las ventas, gastos y beneficios de la microempresa a crearse; así como también establecer la factibilidad y sustentabilidad financiera a través del cálculo de los evaluadores financieros.
- Diseñar la estructura organizacional de la nueva microempresa; que permitan la buena marcha del proyecto a implantarse.
- Analizar los principales impactos del proyecto en el ámbito socioeconómico, empresarial, educativo-cultural y ambiental.

CAPÍTULO I

1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

El presente surgió por la necesidad de contribuir como un medio para que las familias puedan tener una fuente de ingresos económicos; y por ende mejorando el nivel de vida de la población.

La comunidad de Mascarilla se caracteriza por gozar de un clima de fácil adaptabilidad para la producción de tubérculos, cítricos, frutales, leguminosas y granos; es por eso que nace la intención de crear esta microempresa, porque es una alternativa de desarrollo para su habitantes.

Para identificar la problemática se utilizó datos históricos y estadísticos recopilados de fuentes primarias y secundarias de información, los mismos que permitieron conocer la evolución de las formas de cultivo en el sector hasta la actualidad.

Una de la problemáticas más acentuadas que se puede evidenciar es que se está perdiendo la habilidad para hacer producir la tierra, pues el gobierno central y los gobiernos seccionales no han prestado la atención necesaria a este sector por lo que la población ha optado por migrar a las grandes ciudades del país a buscar otras opciones de empleo que no tienen ninguna relación con el cultivo de la tierra, con este proyecto pretendemos disminuir la migración e incentivar a la producción agrícola.

Sistemáticamente se dará inicio al proceso del diagnóstico situacional, determinando los objetivos, para conocer las condiciones reales de la población que hoy es objeto de estudio.

1.1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1.1 OBJETIVO GENERAL

- Conocer la situación actual de la ciudad de Mira e identificar la problemática existente en la población.

1.1.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer los antecedentes históricos del área de influencia del proyecto
- Determinar la ubicación geográfica del rea de investigación
- Analizar datos socio demográficos de Mira.
- Estudiar las actividades socio económicas de la comunidad

1.1.2 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Con la finalidad de facilitar un mayor entendimiento y análisis, se ha llegado a identificar las principales variables con sus respectivos indicadores, los mismos que se detallan a continuación:

- Antecedentes históricos
- Aspectos geográficos
- Aspectos demográficos
- Situación socio económica

1.1.3 INDICADORES

- Datos históricos
- Información geográfica
- Datos poblacionales
- Actividades económicas

1.1.4 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	PUBLICO
Establecer los antecedentes históricos del área de influencia del proyecto	Antecedentes históricos	Datos históricos	Secundaria	Bibliográfica	Junta parroquial de la comunidad de Mascarilla. Internet
Determinar la ubicación geográfica del área de investigación	Aspectos Geográficos	Información geográfica	Secundaria	Bibliográfica	Gobierno autónomo descentralizado de Mira Internet
Analizar datos socio demográficos de Mira	Aspectos demográfica	Datos poblacionales	Secundaria	Bibliográfica	Gobierno autónomo descentralizado de Mira INEC
Estudiar las actividades socio económicas de la comunidad	Situación socio económica	Actividades económicas	Primaria Secundaria	Entrevista Bibliográfica	Productor de yuca Locales comerciales INEC Internet

Fuente: Planteamiento de variables, objetivos e indicadores
Elaborado: La Autora

1.2 UBICACIÓN, SUPERFICIE, DATOS POBLACIONALES

GRAFICO Nº 1
MAPA DE LA UBICACIÓN DEL CANTÓN MIRA



Fuente: Gobierno autónomo Descentralizado (GAD) Mira
Elaborado por: la Autora

1.2.1 UBICACIÓN

El cantón Mira se encuentra ubicado al sur occidente de la provincia del Carchi en el norte del Ecuador. Está constituido por una parroquia urbana: Mira; y tres parroquias rurales: La Concepción, Juan Montalvo y Jacinto Jijón y Caamaño.

La ubicación de la ciudad tiene las siguientes coordenadas geográficas de latitud $0^{\circ} 17''$ norte, de longitud $69^{\circ} 17''$ este y una altitud de 2450 m.s.n.

1.2.2 CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS

La ciudad cuenta con la siguiente población según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) obtenidos en el año 2010:

CUADRO Nº 2
POBLACIÓN DE LAS PARROQUIAS SEGÚN GÉNERO- CANTÓN
MIRA

PARROQUIAS	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Mira	2.935	3.059	5.994
Concepción	1.414	1.393	2.807
Jacinto Jijón y Caamaño	1.101	970	2.071
Juan Montalvo	671	637	1.308
Total	6.121	6.059	12.180

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) Censo Población y Vivienda 2010
Elaborado por: la Autora

A continuación se resume el total de la población de la ciudad según censos decenales realizados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC):

CUADRO Nº 3
POBLACIÓN MIRA - CENSOS DECENALES

Censo Nacional	Población Ecuador	Población Cantón Mira	% De la Población
1982	8'138.974	13.354	0,16%
1990	9'697.979	14.040	0,14%
2001	12'156.608	12.919	0,11%
2010	14'306.876	12.180	0,085%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)
Elaborado por: la Autora

1.3 ANÁLISIS ECONÓMICO

1.3.1 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

Este indicador corresponde a la población que participa en la producción de bienes y servicios, integrando grupos económicos específicos que se describe en los siguientes cuadros:

CUADRO Nº 4
PEA POR RAMA DE ACTIVIDAD Y GÉNERO

RAMA DE ACTIVIDAD	PEA		
	SEXO		
	HOMBRE	MUJER	TOTAL
Agricultura y ganadería	2.318	506	2.824
Profesionales, Científicos e Intelectuales	94	138	232
Comercio al por mayor y menor	83	142	225
Administración pública	140	78	218
Industrias manufactureras	85	76	161
Transporte	126	5	131
Construcción	106	4	110
TOTAL	2952	949	3901

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) Censo Población y Vivienda 2010
Elaborado por: La Autora

La población económicamente activa de la ciudad de Mira se dedica principalmente a las actividades relacionadas con la agricultura, específicamente al cultivo de cereales, leguminosas y frutas. La ganadería se la practica en menor extensión de forma artesanal contribuyendo a la alimentación diaria en lo que se refiere a cárnicos y lácteos.

Los profesionales laboran en entidades públicas y privadas ayudando al fortalecimiento intelectual y científico del cantón.

El comercio se caracteriza por ser una feria realizada al aire libre los días sábados y domingos en el mercado municipal de la ciudad, donde se pueden encontrar toda clase de productos desde leguminosas, hortalizas, tubérculos, y frutas, y en los sitios de abastecimiento se comercializa los alimentos de consumo masivo.

La administración pública viene realizando actividades a favor de la población con el afán de mejorar la calidad de vida de la población ya que esta se caracteriza por gozar de una buena educación primaria y

secundaria, además existen entidades públicas tales como el Municipio, Registro Civil, Notaria Pública, Centros de Salud, entre otros.

El tardón mireño a base de jugo de naranja es una bebida tradicional, además las mujeres se dedican a la confección manual de sacos de lana misma que son comercializados dentro y fuera de la ciudad.

Cuenta con el servicio de transporte que está constituido por las diferentes compañías de taxis, camionetas y transporte interprovincial que permite movilizar a los usuarios a sus distintos destinos brindando seguridad, y comodidad

En lo que respecta a la construcción, muchos albañiles prestan sus servicios dentro y fuera de la ciudad realizando obras ya sea para los contratistas del municipio o a su vez de forma independiente.

CUADRO Nº 5
PEA URBANA Y RURAL CANTÓN MIRA, 2010

Cantón Mira	Población	%
Urbana	3.096	25,42%
Rural	9.084	74,58%
Total	12.180	100%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) Censo Población y Vivienda 2010
Elaborado por: La Autora

1.3.2 AGRICULTURA

En la Provincia del Carchi, se encuentra el Cantón Mira el cual se caracteriza por contar con una producción agrícola diversa, debido a la variedad de pisos climáticos que posee; los principales productos tenemos granos de buena calidad (fréjol, arveja, maíz); tubérculos (papa, yuca, camote, zanahoria blanca); variados frutos (aguacate, limón, durazno, guaba, chirimoya, tomate de árbol) entre otros. Desde tiempos atrás se ha venido incursionando en los cultivos de productos no tradicionales con el objeto de diversificar la agricultura del sector, debido a

que en estos cultivos se ha logrado encontrar rentabilidad, es por esta razón que en el sector actualmente podemos encontrar cultivos de yuca en pequeñas cantidades a nivel familiar.

De esta forma la agricultura logra incorporar, en su mayoría, la mano de obra local disponible en el entorno, lo que consolida la estructura productiva cantonal.

El cultivo de la yuca lo podemos encontrar a 17 km de la ciudad hacia el sur, específicamente en la comunidad de Mascarilla, este tubérculo es muy apetecido en los mercados de la localidad ya que cada región o lugar suele alimentarse principalmente con los frutos que da la tierra. Su cultivo es de forma tradicional y se utiliza específicamente para la alimentación diaria de algunas familias de la comunidad.

El producto líder es la yuca, el mismo que tiene temporadas de sobre oferta y de escasez, lo que hace que los precios sean flotantes afectando significativamente a los ingresos de los agricultores.

También la harina de yuca se puede utilizar para la industria de alimentos. El potencial de mercado de la harina de yuca para uso de productos alimenticios diferentes al pan ha creado la necesidad de evaluar sistemas para producir harinas en el nivel de la planta de procesamiento de las raíces.

La yuca puede convertirse en una harina de alta calidad para utilizarse como sustituto de la harina de trigo, maíz y arroz entre otros. En formulaciones de alimentos tales como pan, pasta, mezclas, etc. También se puede utilizar la yuca para la producción como espesante y extensor de sopas deshidratadas, condimentos, papilla para bebé y dulces. El beneficio en torno a esta raíz se logra con el empleo de ralladoras picadoras, molinos con infraestructuras desde artesanales hasta semimecanizadas.

Este producto, actualmente tiene poca demanda. Ha sido producido por las Asociaciones de Productores y Procesadores de Yuca en Manabí y Esmeraldas.

Existían varias clases de harina, y fue necesario desarrollar debido a que la demanda de "trozos" o "chifles" de yuca era prácticamente nula y se quería pagar un precio bajo, entonces hubo necesidad de efectuar pruebas para lograr harina integral, no integral o harina de yuca pelada y, posteriormente tamizarlas para mejorar su calidad.

De ahí nace la idea de generar una planta productora y procesadora de harina de yuca específicamente en la comunidad de Mascarilla ya que esta cuenta con aspectos climáticos y geográficos para su industrialización además que de esta manera se logra abaratar los costos de adquisición del producto final.

1.5.2 ARTESANALES

Comprende las actividades permanentes de diversos grupos de artesanos que individualmente orientan su trabajo hacia la producción de artesanías manuales, tradicionales y folclóricas de cada sector de la Provincia y de la ciudad.

1.6 ANÁLISIS SOCIAL

1.6.2 EDUCACIÓN

La educación es indispensable para el conocimiento del ser humano a lo largo de su vida; siendo un ejercicio de los derechos y la construcción de un país, que constituye un eje estratégico para el desarrollo local y provincial.

Actualmente existen dos colegios, Carlos Martínez Acosta y León Rúales estos centros educativos acogen a estudiantes de todos los rincones del Cantón. Además se cuentan con dos escuelas fiscales

mixtas, Gral. Rafael Arellano y Policarpa Salabarrieta. Para realizar los estudios universitarios se trasladan a la ciudad de Ibarra debido a que no se cuenta con instituciones de educación superior.

Para erradicar los índices de analfabetismo el gobierno autónomo descentralizado de Mira se ha propuesto los siguientes objetivos:

- Fortalecer la educación con equipamiento e infraestructura básica en las diferentes unidades educativas del cantón.
- Gestionar e impulsar la educación técnica para el cantón Mira.
- Ampliar los sistemas de conectividad y comunicación entre las parroquias y comunidades del cantón.
- Promover pasantías locales e internacionales.
- Fomentar la excelencia académica a través de incentivos en rescate de valores, promoción de concursos y procesos de capacitación continua a estudiantes, docentes y ciudadanía.
- Apoyar a la municipalidad en el fortalecimiento de unidades educativas con equipamiento tecnológico.
- Apoyar la implementación de servicios de transporte estudiantil.

1.6.3 SALUD

La ciudad de Mira cuenta con un centro de salud amplio donde prestan los servicios de odontología y medicina general, en caso de ser de mayor gravedad la salud del paciente este es trasladado a los hospitales de las ciudades de El Ángel e Ibarra. La misión de esta casa de salud es procurar el bienestar integral de la comunidad del cantón particularmente del niño, la mujer y la familia, a través de los servicios que brinda.

Según el Municipio de la ciudad de Ibarra, para lograr esta misión se han planteado los siguientes objetivos:

- Equipar y mejorar la infraestructura básica del centro de salud.

- Apoyar el fortalecimiento de las políticas de salud a través del Consejo Cantonal de Salud.
- Desarrollar proyectos específicos que mejore la situación de niños, ancianos, mujeres y las familias de escasos recursos económicos.

1.6.4 SERVICIOS BÁSICOS

Los datos que se obtienen a nivel de servicios básicos son globales por esto las familias de la ciudad de Mira cuentan con el líquido vital en todas las casas de la urbe y la calidad del agua de primera misma que cumple normas ISO de calidad.

Las aguas servidas se encuentran bajo el sistema de alcantarillado, las mismas que desembocan en el río El Ángel, las que están en el sector urbano cuentan con alcantarillado en un 100% que las canalizan a los ríos de la ciudad. Y en el sector rural un 86% tomando como base la comunidad donde se realizara el estudio (Mascarilla).

El servicio de recolección de basura se realiza por los carros recolectores, estos trabajan dos veces por semana y esta a su vez es trasladada al botadero donde es clasificada. El sistema de recolección en la ciudad es uno de los pioneros pues cada casa cuenta con dos recipientes uno de color negro donde se depositan los desechos inorgánicos, y otro de color verde donde se depositan los desechos orgánicos, para luego ser utilizados como reciclaje los desechos inorgánicos y los desechos orgánicos como abono.

1.7 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población identificada es la zona urbana de la ciudad de Mira, cuenta con 65 locales comerciales (abastos y tiendas), para lo cual se aplica la técnica de censo a cada uno de los propietarios de los negocios.

1.8 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Como la población que comercializa los diferentes tipos de harina es menor a 100 se procedió a realizar un censo a los 65 personas las misma que se dedican a la comercialización de harina como son: harina de haba, harina de plátano, harina de maíz, harina de arveja y harina de trigo.

1.9 DISEÑO DE INSTRUMENTOS

Para obtener información acerca de la comercialización de los diferentes tipos de harina en la ciudad de Mira se realizó una encuesta a propietarios de negocios cuyo rango de edad oscila entre los 35 a 60 años de edad.

1.9.1 INFORMACIÓN PRIMARIA

Para la obtención de esta información se utiliza la encuesta y la entrevista, que fueron diseñadas en base a las variables las cuales serán dirigidas a los comerciantes y a expertos productores de la yuca que por su experiencia aportaron información valiosa para el desarrollo del proyecto, que no necesariamente son titulados.

1.9.2 INFORMACIÓN SECUNDARIA

La información secundaria a utilizar es la siguiente:

- Textos especializados
- Periódicos
- Internet

1.10 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

ENCUESTAS APLICADAS A LOS LOCALES COMERCIALES

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como objetivo realizar un estudio sobre la factibilidad del consumo de harina de yuca en la comunidad de Mascarilla, mediante la recopilación, análisis e interpretación de la información que permitan determinar acciones para la creación de la microempresa.

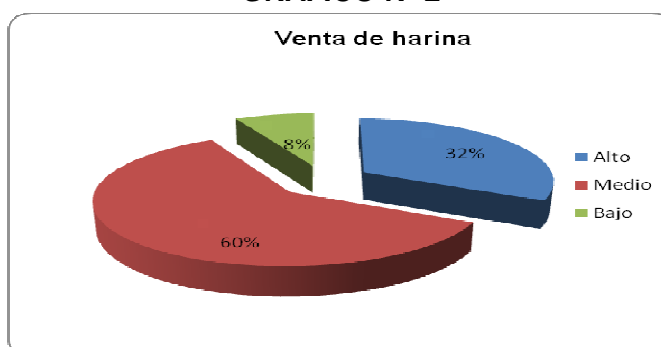
CUADRO N°6

1.- ¿Vende harina en su negocio?

Variable	Fr.	%
Si	65	100,00
No	0	0,00
Total	65	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

GRÁFICO N° 2



Fuente: Productores
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

Toda la población encuestada afirmó que vende harina en sus negocios, además consideran que es muy alta su acogida ya que este producto se lo puede emplear de diferentes maneras ya sea en coladas, sopas o panes, mientras que el 3% destacaron que consumen haría de haba y la harina de arveja no es muy apetecida por los consumidores.

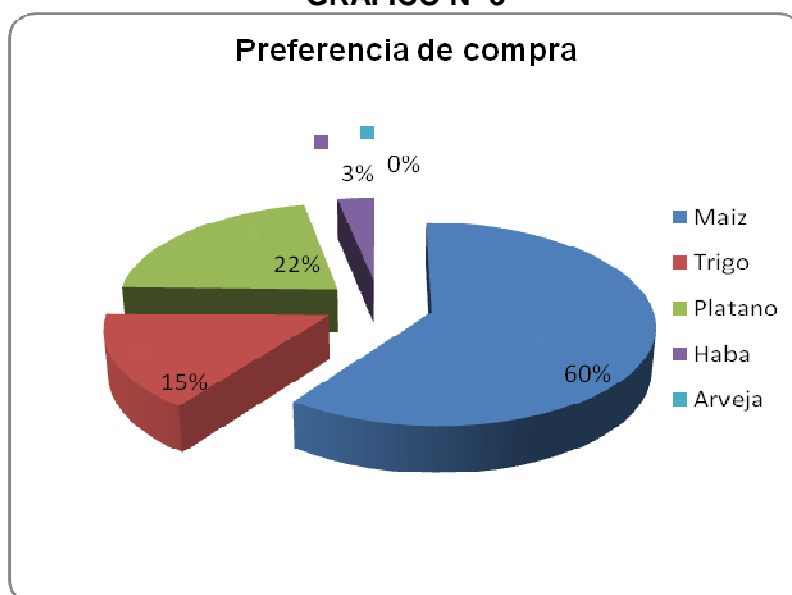
CUADRO N°7

2.- ¿Cuál es la harina que tiene mayor acogida en su negocio?

Variable	Fr.	%
Maíz	39	60,00
Trigo	10	15,38
Plátano	14	21,54
Haba	2	3,08
Arvejas	0	0
Total	65	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

GRÁFICO N° 3



Fuente: Productores
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

Del total de los encuestados el 60% afirmó que consumen más la harina de maíz porque esta es de fácil utilidad y se pueden elaborar varias cosas, el 15% expresó que prefiere la harina de trigo, el 22% le gusta más la harina de plátano para la cocción de coladas puesto que en sus hogares prefieren esta bebida, mientras que el 3% destacó que consumen harina de haba y la harina de arveja no es muy apetecida por los consumidores.

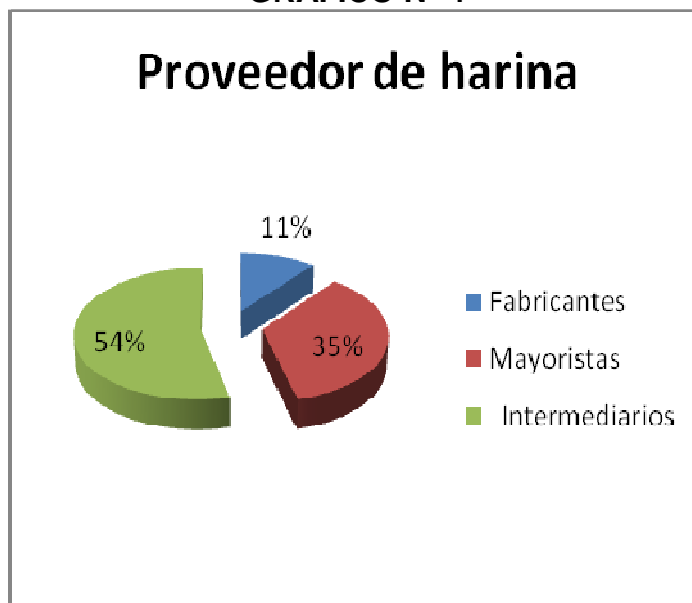
CUADRO N°8

3.- ¿Usualmente a quien adquiere usted el producto para la venta en su negocio?

Variable	Fr.	%
Fabricantes	7	10,77
Intermediarios	35	53,85
Mayoristas	23	35,38
Total	65	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

GRÁFICO N° 4



Fuente: Productores
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

En esta interrogante la mayor parte de encuestados opinó que adquiere sus productos a los intermediarios, lo cual no es muy rentable debido a que estos añaden valores al precio incrementándolo y luego llega al consumidor con precios elevados, cambiando la situación si adquieren directamente los productos a los productores.

CUADRO N°9

4.- ¿Vende usted harina de yuca en su negocio?

Variable	Fr.	%
Si	0	0,00
No	65	100,00
Total	65	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

GRÁFICO N° 5



Fuente: Productores
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

El 100% de los encuestados expresaron que no venden harina de yuca en sus negocios debido a que no existen y no conocen empresas en el sector que se dedique a su industrialización, lo que representa una oportunidad para la empresa "Mi Tierra" la comercialización de este cereal ya que es muy apetecido por la población.

CUADRO N° 10

5.- ¿De qué manera le gustaría que se promocioe el producto en su negocio?

Variable	Fr.	%
Degustaciones	59	90,77
Trípticos	6	9,23
Total	65	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

GRÁFICO N° 6



Fuente: Productores
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

El 91% de las personas encuestadas expresaron que les gustaría que la harina de yuca se promocioe a través de degustaciones porque de así se conoce mejor el producto, mientras que el 9% de las personas consideran que prefieren que se promocioe a través de trípticos porque resulta más llamativo por las imágenes y porque incluye mayor información.

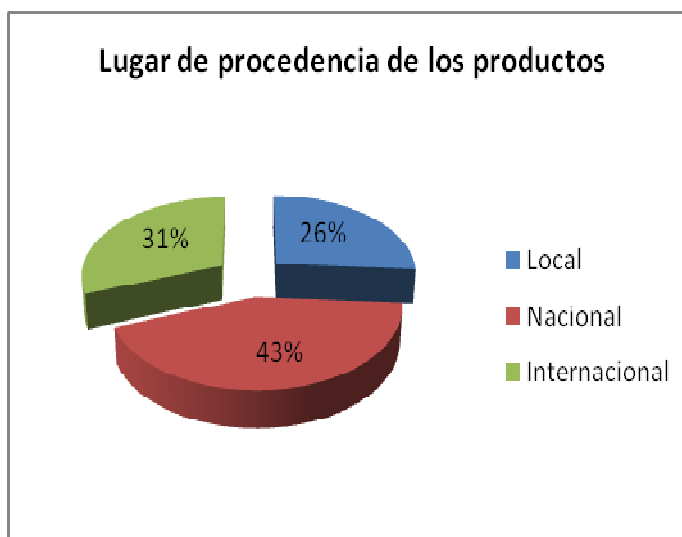
CUADRO N°11

6.- ¿La harina que usted adquiere es de producción?

Variable	Fr.	%
Local	17	26,15
Nacional	28	43,08
Internacional	20	30,77
Total	65	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

GRÁFICO N° 7



Fuente: Productores
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

En cuanto a la procedencia de productos que se ofertan en los establecimientos comerciales se obtuvo que la mayor parte son de origen nacional, luego están los productos internacionales, siendo los de ms bajo consumo los productos locales. Se debe recomendar que al escoger un producto tienen que ser los hechos en nuestra localidad ya que esto ayuda a incentivar a nuestros pequeños y medianos productores.

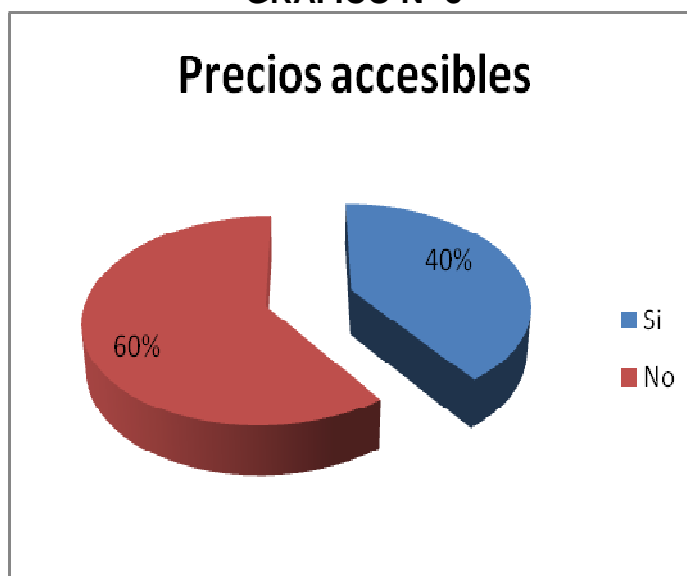
CUADRO N°12

7.- ¿Considera que los precios a los que adquiere la harina son cómodos?

Variable	Fr.	%
Si	26	40,00
No	39	60,00
Total	65	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

GRÁFICO N° 8



Fuente: Productores
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

Los comerciantes en su mayoría opinaron que no están de acuerdo con los precios de la harina, siendo el principal motivo, que lo adquieren a los intermediarios los cuales elevan los precios. Se puede recomendar que al lanzar los nuevos productos al mercado se tenga presente el fijar un precio más cómodo para captar la atención de los comerciantes y por ende de los consumidores.

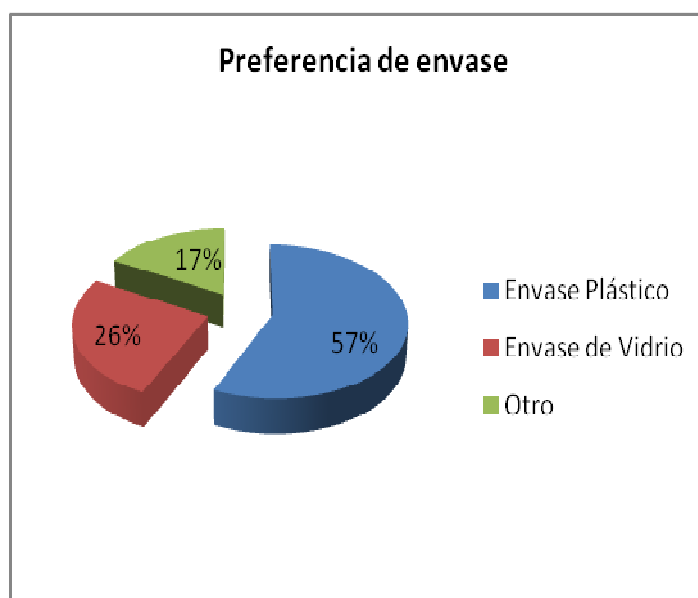
CUADRO N° 13

8.- ¿Qué tipo de envase prefiere para comercializar la harina de yuca?

Variable	Fr.	%
Envase plástico	37	56,92
Envase de vidrio	17	26,15
Otros	11	16,93
Total	65	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

GRÁFICO N° 9



Fuente: Productores
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

En esta interrogante la mayor parte de encuestados opinó que el envase a utilizar debe ser de plástico. La microempresa a implantar debe tener en cuenta que debe colaborar con el medio ambiente utilizando un envase que ayude a conservar en buenas condiciones el producto y al igual no cause daños al medio ambiente.

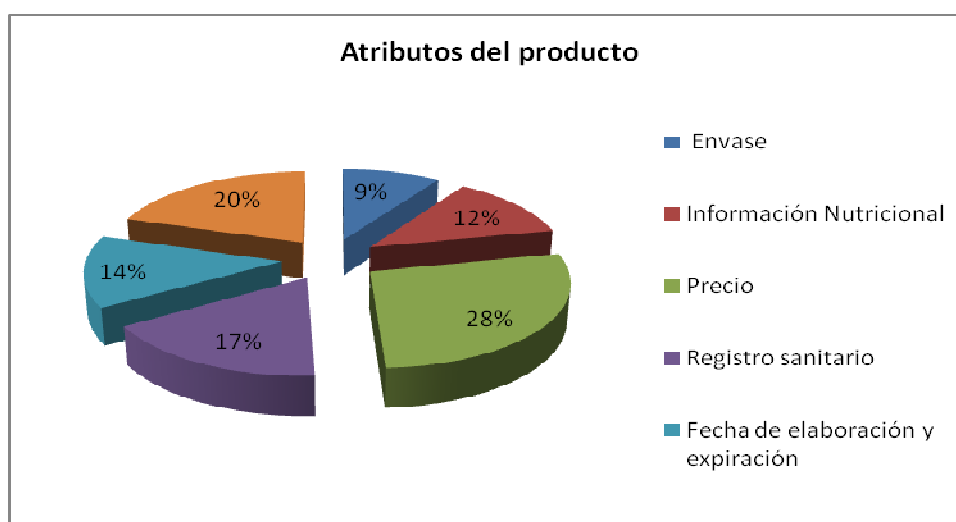
CUADRO N°14

9.- ¿Categorice en la escala de 1 a 5 según considere importante cada atributo que debe tener la harina?

Variable	Fr.	%
Envase	6	9,23
Información Nutricional	8	12,31
Precio	18	27,69
Registro sanitario	11	16,92
Fecha de elaboración y expiración	9	13,85
Componentes del producto	13	20,00
Total	65	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

GRÁFICO N° 10



Fuente: Productores
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

De acuerdo a los comerciantes encuestados opinan que el atributo de mayor importancia en un producto es que en la etiqueta debe constar el precio y los componentes del producto, la microempresa debe tener en cuenta todos los factores necesarios para que el producto sea de calidad y que satisfaga las necesidades de los clientes.

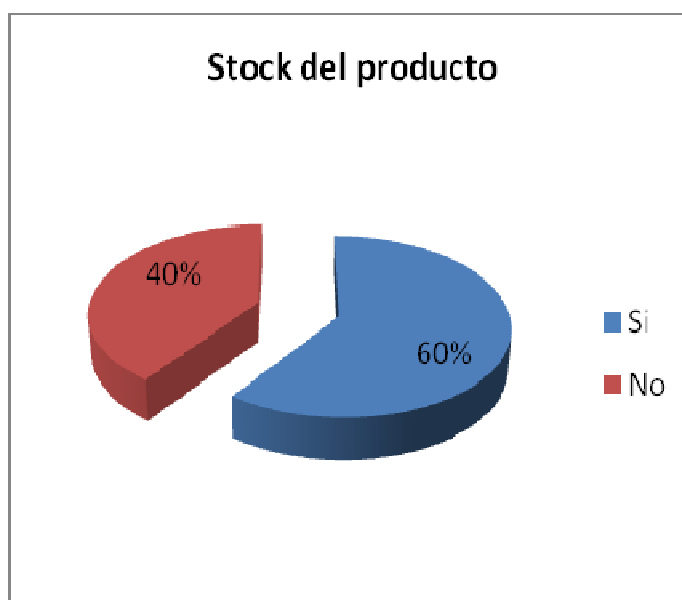
CUADRO N° 15

10.- ¿Su stock actual abastece la demanda de harina?

Variable	Fr.	%
Si	39	60,00
No	26	40,00
Total	65	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

GRÁFICO N° 11



Fuente: Productores
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

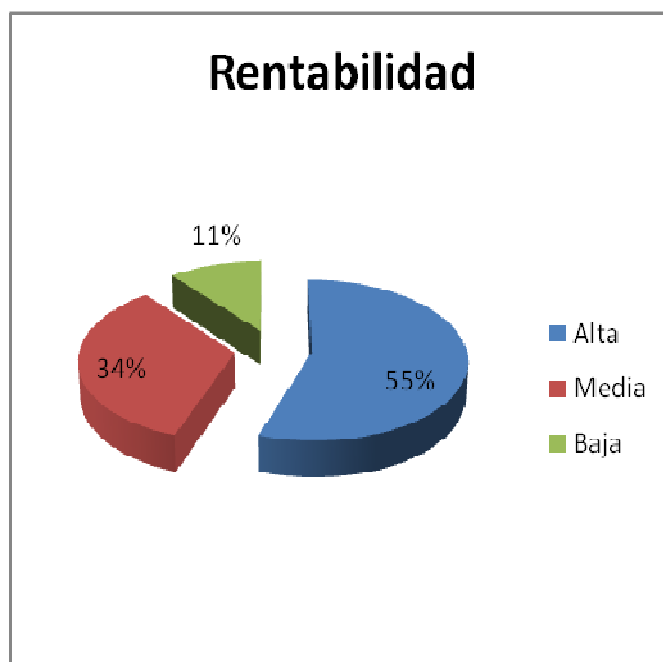
La mayoría de encuestados opinó que su stock si abastece la demanda de consumidores; esto sucede ya que en el mercado existen diversos productos y los comerciantes adquieren las harinas a varios proveedores ya sean locales, nacionales o internacionales lo cual hace que no se produzca un desabastecimiento del producto en el mercado.

CUADRO N°16

11.- ¿La rentabilidad que obtiene por la venta de harinas es?

Variable	Fr.	%
Alta	36	55,38
Media	22	33,85
Baja	10,77	10,77
Total	65	100,00

GRÁFICO N° 12



Fuente: Productores
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

Se obtuvo un alto porcentaje de encuestados que opinó que la rentabilidad que deja la venta de las harinas es muy alta, lo cual es beneficioso tanto para los comerciantes como para los productores. Además se debe poner a disposición de los consumidores una variedad de productos, para que así las ventas aumenten y por ende las utilidades.

1.10 INFORME DE LA ENTREVISTA

Lugar: Mascarilla

Fecha: 9de Diciembre del 2011

Entrevistado: Sr. Wilson Vinueza (Productor de yuca- información primaria experto)

Entrevistadora: Srta. Diana Nastacuaz

1.- Cómo es la producción de yuca en la comunidad de Mascarilla?

La producción de yuca en mi comunidad inicia con la preparación del terreno, mismo que se lo realiza con maquinaria agrícola. La comunidad goza con una precipitación acorde para la producción de este tubérculo pues su clima es el apropiado para su cultivo.

2.- La cantidad que usted produce abastece a la totalidad de la demanda local, regional y nacional?

La producción de yuca si abastece a los mercados tanto locales, regionales y nacionales, pues la zona del Valle del Chota se dedica en su gran mayora a la producción de este rubro ya que los costos de producción son bajos y su utilidad es aceptable. La comunidad de Mascarilla surte a los mercados de la ciudad de Mira principalmente, el Ángel y también en la ciudad de Ibarra.

3.- Cómo tomara usted la creación de una microempresa de producción y comercialización de harina de yuca?

Creo que será una certada decisión crear esta microempresa, pues as se brindara fuentes de trabajo a la población de la comunidad y los consumidores obtendrán una alternativa a las existentes harinas como son las de maíz, trigo, plátano entre otras; la harina de yuca brindara nuevos aditamento para variar la dieta diaria y balanceada de los pobladores de la ciudad de Mira.

4.- ¿Qué tipo de maquinarias, herramientas, insumos utiliza usted para la producción de yuca en el sector?

Como ya lo haba mencionado anteriormente se inicia con la preparación de la tierra para ello se utiliza una maquinaria como una rastra para que el terreno quede en condiciones favorable para la siembra, luego de esta preparación se realiza el surcado ya sea con herramientas como las palas, azadones, o en su defecto con un arado.

Para la preparación de la semilla se utiliza machetes para cortar el tallo uniformemente y luego sea sembrado a la distancia correspondiente. Dentro de los insumos lo que ms se utiliza son los abonos orgánicos ya sean estos de lombrices, bosta de ganado o de cerdo.

5.- ¿Cómo lleva el registro tanto de los ingresos como de los egresos?

El registro como tal no se lo realiza pues los gastos no son tan significativos es decir en maquinaria no se invierte mucho ms que una sola vez a la preparación del terreno y los insumos tienen precios económicos y accesibles, la semilla se la obtiene de sembríos anteriores, es por eso que los registros no son un impedimento para llevar a cabo el cultivo de este tubérculo.

6.- Cree usted que la harina de yuca es favorable para la nutrición?

Considero que la harina de yuca es muy favorable para el consumo humano, ya que es un producto natural que no requiere de componentes químicos para su elaboración, además es una fuente generadora de vitaminas y no contiene grasas ni colesterol, por tal motivo recomiendo su consumo.

1.11 ANÁLISIS DE MATRIZ AOR; (ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y Riesgos)

ALIADOS

- Disponibilidad de mano de obra local.
- Disponibilidad de materia prima a precios accesible.
- Hay aceptación en el mercado por parte de los consumidores.
- Clima favorable para la producción de yuca.
- Poca inversión de tecnología de punta.

OPONENTES

- Carencia de mano de obra cualificada en el sector.
- La competencia de productos importados.
- Dependencia de una sola fuente de agua.
- Posibles políticas de gobiernos que puedan afectar a las microempresas.

OPORTUNIDADES

- El precio para su adquisición es muy accesible.
- Acceso a programas de micro créditos.
- Apertura a nuevos mercados a nivel local y provincial.
- Demanda existente de los derivados de la yuca.
- Mejoramiento de ingresos.

RIESGOS

- La oferta de harina de yuca es muy escasa.
- Las condiciones climáticas que pueden afectar a la producción.
- La presencia de plagas y enfermedades.
- Escasez de agua para su cultivo.
- Poca utilización de equipos de seguridad para el cultivo

1.12 PROBLEMA DIAGNÓSTICA

Después de analizar, mediante un diagnóstico situacional al sector agrícola del Cantón Mira relacionado con la producción e industrialización de la yuca se determina que, el factor que está afectando a la rentabilidad del cultivo es la débil forma de comercialización, porque el mayor rédito tienen los intermediarios dejando a los productores niveles de supervivencia.

Ante esta situación urge la necesidad de encontrar una solución de corto plazo referente a mejorar la comercialización final del producto buscando mercados atractivos que demanden el producto a un precio justo.

Razón por la cual este estudio se enfoca en demostrar la factibilidad de crear de una microempresa de producción y comercialización de harina de yuca en la comunidad de Mascarilla, cantón Mira, provincia del Carchi, debido a que el sector posee suficiente recursos naturales, tecnológicos y talento humano para la puesta en marcha del proyecto, a la vez existen entidades de asesoramiento como el Ministerio de Agricultura, Acuicultura y Pesca (MAGAP), Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias y Productivas (INIAP), que impulsan las actividades agropecuarias, a través de la organización de exposiciones que permiten a la población conocer sobre nuevas alternativas de producción agrícola.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 MICROEMPRESA

Según la página <http://www.gestopolis.com> (2008), Define: “como Micro Empresa o Pequeña Empresa a aquella empresa que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios”.

Luego de haber analizado lo anteriormente expuesto, puedo decir que la microempresa es una entidad la que desarrolla cualquier tipo de actividad económica permitiendo a sus miembros desarrollar sus metas con ideas innovadoras.

2.1.1 CARACTERÍSTICAS DE LA MICROEMPRESA

- No posee una estructura formal en sus áreas.
- Su lugar de operación no tiende a cambiar.
- Su principal mercado es el local y eventualmente el regional.
- Crece principalmente por la reinversión de sus utilidades.
- La mayoría de las microempresas se dedican a la actividad artesanal, comercial o la prestación de servicios y un pequeño porcentaje a la transformación.
- Va desde el autoempleo o que tiene hasta diez trabajadores.
- Su capital de trabajo no supera los \$20.000
- Existe muy poca utilización de tecnología.

2.1.2 BASE LEGAL DE LA MICROEMPRESA

- ❖ Nombre o razón social
- ❖ Figura jurídica
- ❖ Representante legal
- ❖ Número de socios

- ❖ El capital inicial
- ❖ El dominio

2.1.3 CLASIFICACIÓN DE LA MICROEMPRESA

- a. **INDUSTRIALES.-** Son aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos.
- b. **COMERCIALES.-** Son aquellas que se dedican a la compra-venta de productos, convirtiéndose en intermediarios entre productores Y consumidores.
- c. **DE SERVICIOS.-** son aquellas que se dedican a la venta de servicios a la colectiva.

2.1.4 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA MICROEMPRESA

a. VENTAJAS

- ❖ Son flexibles adaptando sus productos a los cambios del mercado.
- ❖ Es una fuente generadora de empleo
- ❖ Fomentan al emprendimiento.
- ❖ Satisfacción de las necesidades de las grandes compañías: ya que surgen como distribuidoras de las empresas de mayor tamaño, agentes de servicios y proveedores.
- ❖ Se transforman con gran facilidad porque no poseen una estructura rígida.

b. DESVENTAJAS

- ❖ Dificultades para desarrollar planes de investigación.
- ❖ La producción mayormente va dirigida para el mercado interno.
- ❖ Poca accesibilidad de créditos.
- ❖ Las posibilidades de financiamiento no son tan accesibles como las de las grandes empresas.

- ❖ Las decisiones son tomadas al gusto del propietario.

2.1.5 FUENTES DE FINANCIAMIENTO DE LA MICROEMPRESA.

A continuación se destacan las principales fuentes de financiamiento de las microempresas:

- Ahorros personales
- Préstamos en entidades financieras.
- Crédito comercial.
- Préstamo de los proveedores de equipos.
- Préstamo de parientes.

2.2 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

www.angelfire.com (2009), expresa: “Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación

El estudio de factibilidad nos permite establecer los recursos necesarios para llevar a cabo un proyecto de cualquier índole, siempre y cuando se cumplan los objetivos propuestos.

2.2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

- Auxiliar a una organización a lograr sus objetivos.
- Cubrir las metas con los recursos actuales.

2.2.2 RECURSOS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

a. RECURSOS OPERATIVOS

www.angelfire.com (2009), dice: “Se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad, depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto. Durante

esta etapa se identifican todas aquellas actividades que son necesarias para lograr el objetivo y se evalúa y determina todo lo necesario para llevarla a cabo”.

Los recursos operativos son todas aquellas actividades que intervienen para la consecución de un fin, los mismos que son manejados por el recurso humano

b. RECURSOS TÉCNICOS

<http://www.angelfire.com> (2009), afirma: “Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto. Generalmente nos referimos a elementos tangibles. El proyecto debe considerar si los recursos técnicos actuales son suficientes o deben complementarse”.

Los recursos técnicos son todos los mecanismos, materiales o herramientas utilizados para la realización de una actividad específica.

c. RECURSOS ECONÓMICOS

www.angelfire.com (2009), expresa: “Se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los recursos básicos que deben considerarse son el costo del tiempo, el costo de la realización y el costo de adquirir nuevos recursos”.

Los recursos económicos representan la disponibilidad de efectivo que se posee para la realización de las actividades planificadas por la microempresa dentro de un tiempo establecido.

2.2.3 TIPOS DE FACTIBILIDAD

a. FACTIBILIDAD ECONÓMICA

www.angelfire.com (2009), afirma: “Se refiere a que se dispone del capital en efectivo o de los créditos de financiamiento necesario para invertir en el desarrollo del proyecto, mismo que deber haber probado que sus beneficios a obtener son superiores a sus costos en que incurrir al desarrollar e implementar el proyecto o sistema; tomando en cuenta la recesión económica y la inflación para determinar costos a futuro. Los estudios de factibilidad económica incluyen análisis de costos y beneficios asociados con cada alternativa del proyecto”.

Los estudios de factibilidad económica comprende el capital propio y /o los créditos necesarios para emprender una actividad económica, la misma que debe generar sus respectivos ingresos para cubrir los costos adquiridos.

b. FACTIBILIDAD COMERCIAL

www.angelfire.com (2009), dice: “Proporciona un mercado de clientes dispuestos a adquirir y utilizar los productos y servicios obtenidos del proyecto desarrollado. As mismo, indica si existen las líneas de obtención, distribución y comercialización del producto del sistema y de no ser as indica que es posible crear o abrir esas líneas para hacer llegar las mercancías o los servicios a los clientes que así lo desean”.

En la factibilidad comercial intervienen los clientes quienes adquirirán los productos o servicios que se estén ofertando en el mercado, así como también intervienen la promoción, los sistemas de distribución en caso de no haber canales de distribución estos serán creados por la empresa para hacer llegar el producto o servicio a los consumidores.

c. FACTIBILIDAD TÉCNICA O TECNOLÓGICA

www.angelfire.com (2009), expresa: “Indica si se dispone de los conocimientos y habilidades en el manejo de métodos, procedimientos y funciones requeridas para el desarrollo e implantación del proyecto. Además indica si se dispone del equipo y herramientas para llevarlo a cabo, de no ser así, si existe la posibilidad de generarlos o crearlos en el tiempo requerido por el proyecto si es y luego implementarlo cada vez ms seguro as tendremos un proyecto mucho mejor”.

La factibilidad tecnológica comprende el conocimiento para el manejo de métodos, procedimientos, funciones, sistemas para llevar a cabo la implantación y desarrollo de un plan en específico.

d. FACTIBILIDAD ORGANIZACIONAL

www.angelfire.com (2009), afirma: “Determina si existe una estructura funcional y/o divisional de tipo formal o informal que apoyen y faciliten las relaciones entre personal, sean empleados o gerentes, de tal manera que provoquen un mejor aprovechamiento de los recursos especializados y una mayor eficiencia y coordinación entre los que diseñan, procesan, producen y comercializan los productos o servicios”.

La factibilidad organizacional permite conocer si existen líneas de comunicación dentro de la organización para llevar a cabo las tareas por el recurso humano a manera de optimizar sus procesos y recursos.

e. FACTIBILIDAD POLÍTICA

www.angelfire.com (2009), define: “Se refiere a que el sistema o proyecto propuesto debe respetar los acuerdos, convenios y reglamentos internos de tipo empresarial, industrial, sindical, religioso,

partidista, cultural, deportivo u algún otro relacionado con el ámbito del proyecto”.

La factibilidad política establece que el proyecto debe llevarse a cabo bajo las normas, leyes o reglamentos de acuerdo al ámbito de aplicación del proyecto en marcha.

f. FACTIBILIDAD AMBIENTAL

www.angelfire.com (2009), dice: “En ella se pide que se respete la vida de los seres vivos, evitando sobre explotación o mal uso de los recursos para mantener un equilibrio entre los ecosistemas y su medio ambiente. Esta ecología ha sido la ms ignorada por los seres humanos desde la antigüedad”.

Loa factibilidad ambiental es muy clara sobre la forma o manera que se maneje y utilice el medio ambiente, evitando la explotación de la flora ,fauna y vida silvestre, estableciendo un equilibrio entre la naturaleza y el hombre.

2.3 PROCESO ADMINISTRATIVO

www.promonegocios.net (2008), manifiesta: “El proceso administrativo es el conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral, entre sus actividades comprende la planificación, organización, ejecución, dirección y control”.

El proceso administrativo en la empresa es de gran ayuda para los directivos ya que a través de ella pueden dividir sus trabajos de una manera adecuada en diversas actividades logrando as una buena coordinación.

2.3.1 PLANEACIÓN

www.promonegocios.net (2008), define: “La planificación requiere definir los objetivos o metas de la organización, estableciendo una estrategia general para alcanzarlas y desarrollar una jerarquía completa de Planes para coordinar las actividades”.

La planificación es un procedimiento con el fin de alcanzar ciertos objetivos planteados por la empresa y elevar al máximo la eficacia del sistema.

2.3.2 ORGANIZACIÓN

www.promonegocios.net (2008), expresa: “La organización es la coordinación las actividades de los miembros de una empresa cuyo objetivo es aprovechar los recursos humanos, financieros, económicos, tecnológicos, de tal manera que se logren los fines propuestos”.

La organización permite llevar a cabo las tareas, actividades, procesos de una manera coordinada con la finalidad de aprovechar todos sus recursos y alcanzar los objetivos.

2.3.3 EJECUCIÓN

www.promonegocios.net(2008), afirma: “Para llevar a cabo físicamente las actividades que resulten de los pasos de planeación y organización, es necesario que el gerente tome medidas que inicien y continúen las acciones requeridas para que los miembros del grupo ejecuten la tarea. Entre las medidas comunes utilizadas por el gerente para poner el grupo en acción está dirigir, desarrollar a los gerentes, instruir, ayudar a los miembros a mejorarse lo mismo que su trabajo mediante su propia creatividad y la compensación a esto se le llama ejecución”.

La ejecución se refiere a llevar a cabo todos planes propuestos con sus respectivas medidas para que el personal cumpla con lo programado.

2.3.4 DIRECCIÓN

www.promonegocios.net (2008), define: “Se basa en dirigir los planes de acuerdo con la estructura organizacional, mediante la colaboración de los miembros de la organización, apoyados en la motivación, comunicación y supervisión”.

La dirección se refiere a administrar los planes propuestos con el trabajo de todos sus miembros, manteniendo buenas relaciones de comunicación.

2.3.5 CONTROL

www.promonegocios.net (2008), dice: “Consiste en medir el desempeño individual y organizacional para asegurar el cumplimiento de lo planificado, y si este no fuera el caso se deber sugerir acciones correctivas necesarias”.

El control se basa en medir el nivel de desempeño de cada individuo de la organización para lograr su cumplimiento y corregir posibles errores que se presenten.

2.4 OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

www.sri.gob.ec/web/guest/home, dice: “Obligación tributaria es el vínculo jurídico personal, existente entre el Estado o las entidades acreedoras de tributos y los contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del cual debe satisfacerse una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la ley”.

La obligación tributaria, es un vínculo jurídico en virtud del cual un sujeto pasivo (deudor) está obligado a dar a otro sujeto que acta ejerciendo el

poder tributario (acreedor, Estado o fisco) ciertas prestaciones jurídicas a título de tributo, de conformidad o impuestas por la Ley al confirmarse el hecho generador.

2.4.1 IMPUESTOS

2.4.1.1 IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA)

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>, afirma: “El Impuesto al Valor Agregado (IVA) grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados. Existen básicamente dos tarifas para este impuesto que son 12% y tarifa 0%”.

El impuesto al valor agregado es el porcentaje que se grava por todas las transacciones comerciales, sus tarifas son el 12% y el 0%.

2.4.1.2 IMPUESTO A LA RENTA

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>, expresa: “El Impuesto a la Renta se aplica sobre aquellas rentas que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades sean nacionales o extranjeras. El ejercicio impositivo comprende del 1o. de enero al 31 de diciembre”.

Para calcular el impuesto que debe pagar un contribuyente, sobre la totalidad de los ingresos gravados se restan las devoluciones, descuentos, costos, gastos y deducciones, imputables a tales ingresos. A este resultado lo llamamos base imponible.

2.4.2 COMPROBANTES DE VENTA

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>, dice: “Son documentos autorizados previamente por el SRI, que respaldan las

transacciones efectuadas por los contribuyentes en la transferencia de bienes o por la prestación de servicios o la realización de otras transacciones gravadas con tributos, a excepción de los documentos emitidos por las instituciones del Estado que prestan servicios administrativos y en los casos de los trabajadores en relación de dependencia”.

Los comprobantes de ventas son documentos autorizados por el servicio de rentas internas y sirven para sustentar las transacciones realizadas.

2.5 ASPECTOS CONTABLES

2.5.1 LA CONTABILIDAD

Zapata Sánchez Pedro. (2008), manifiesta: “La contabilidad es un elemento del sistema de información de un ente, que proporciona datos sobre su patrimonio y la evolución del mismo, destinados a facilitar las decisiones de sus administradores y de los terceros que interactúan con l en cuanto se refieren a su relación actual o potencial con el mismo”.

La contabilidad abarca un conjunto de conocimientos basados en los datos acerca de la situación y evolución económica de la empresa, expresados en unidades monetarias, con el propósito de ayudar a los directivos a tomar decisiones correctas.

2.5.2 IMPORTANCIA DE LA CONTABILIDAD

La contabilidad es de fundamental importancia en las empresas debido a que esta proporciona información til para la toma de decisiones económicas, y a su vez lleva un control de las transacciones mercantiles y financieras.

2.5.3 OBJETIVOS

- ✓ Proporcionar información a: Dueños, accionistas, bancos y gerentes, con relación a la naturaleza del valor de las cosas que el negocio deba a terceros, la cosas poseídas por el negocio.
- ✓ Suministrar información razonada, con base en registros técnicos, de las operaciones realizadas por un ente privado o público. Para ello deberá realizar.
- ✓ Registros con bases en sistemas y procedimientos técnicos adaptados a la diversidad de operaciones que pueda realizar un determinado ente.
- ✓ Clasificar operaciones registradas como medio para obtener objetivos propuestos.
- ✓ Interpretar los resultados con el fin de dar información detallada y razonada.

2.6 ESTADOS FINANCIEROS

ZAPATA, Pedro (2008), manifiesta: “Son estados financieros aquellos que se preparan al cierre de un periodo para ser conocidos por usuarios indeterminados, con el ánimo principal de satisfacer el interés común del público en evaluar la capacidad del ente económico para generar flujos favorables de fondos, los cuales se deben caracterizar por su concisión, claridad, neutralidad y fácil consulta”.

Los estados financieros son informes que se presentan al cierre de un ejercicio económico con la finalidad de dar a conocer la situación económica y financiera de la empresa.

2.6.1 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ZAPATA, Pedro (2008), dice: “El estado de situación financiera reporta la estructura de recursos de la empresa de sus principales y cantidades de activos, como de su estructura financiera de sus importantes cantidades de pasivos y capital, los que siempre deben estar en equilibrio bajo el principio de la contabilidad de la partida doble $\text{Activos} = \text{Pasivos} + \text{Capital}$. El balance de una empresa ayuda a los usuarios externos a determinar la liquidez, flexibilidad financiera y capacidad de operación de una empresa y evaluar la información sobre su desempeño de producción de ingresos durante el periodo”.

Estado de Situación, es el documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento del tiempo. A través de l, se puede evaluar la posición financiera de la empresa, así como diagnosticar de forma preliminar dos políticas financieras la inversión y el financiamiento.

2.6.2 ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL

ZAPATA, Pedro (2008), afirma: “El estado de resultados, o de pérdidas y ganancias resume los resultados por ingresos y egresos operacionales y no operacionales de un ente económico durante un ejercicio o en periodos intermedios desde enero a la fecha intermedia; sus cuentas se cierran y se cancelan al final del periodo”.

Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa.

2.6.3 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

ZAPATA, Pedro (2008), manifiesta: “El estado de flujo de efectivo, o de cambios en la situación financiera con base en el efectivo es el

presentar datos relevantes sobre las entradas y desembolsos de efectivo de un ciclo contable mostrando los flujos de efectivo de las operaciones, las inversiones a largo plazo realizadas y su forma de financiación, como sus nuevos aportes y reparto de dividendos, es decir muestra separadamente las tres actividades básicas de una empresa operativa, inversión y financiación. El objetivo del flujo de efectivo es mostrar el manejo financiero del dinero en un periodo pasado y conocer las causas por las cuales se cumplió o no, con las metas propuestas”.

El estado de flujo de efectivo tiene como finalidad presentar las entradas y salidas del efectivo de un periodo contable.

2.6.4 ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO

ZAPATA, Pedro (2008), afirma: “El estado de cambios en el patrimonio revela los cambios que ha experimentado el patrimonio en un ejercicio comparado con el año anterior por aumento o disminución de capital, reparto de dividendos o participaciones, reservas, donaciones, mantenimiento del patrimonio por efecto de la inflación, utilidades o pérdidas del ejercicio y valorizaciones por determinación de los valores actuales de propiedad, planta y equipo así como de las inversiones permanentes”.

El estado de cambios en el patrimonio presenta los cambios que ha experimentado el patrimonio, comparando un ejercicio con el año anterior.

2.6.5 NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

ZAPATA, Pedro (2008), expone: “Los estados financieros deben acompañarse con notas aclaratorias y complementarias en donde se analizan con ms detalle algunos conceptos de las cifras que se muestran dentro de los estados financieros contables”.

Las notas explicativas van siempre en cada estado financiero, las mismas que explican detalladamente conceptos de las cifras que están incluidos en los estados financieros.

2.7 COSTOS DE VENTA

www.gerencie.com (2011), expresa: “El costo de venta es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende”.

El costo de venta comprende los costos utilizados al momento de comercializar un producto o en la prestación de un servicio.

2.7.1 COSTOS FINANCIEROS

ZAPATA, Pedro (2008), menciona: “Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo”.

Los costos financieros son el valor del interés que genera un determinado capital al momento de adquirir un préstamo.

2.7.2 COSTOS ADMINISTRATIVOS

<http://www.gerencie.com> (2011), menciona: “Son los costos que provienen para realizar la función de administración en la empresa”.

Los costos de administración son todos los costos utilizados para la administración de la empresa.

2.7.3 COSTOS FIJOS

www.gerencie.com (2011), expresa: “Son aquellos que si son cuantificados de manera global, no varan aunque hubiera variaciones en un rango en el volumen de producción de un periodo determinado”.

Los costos fijos son todas aquellas erogaciones incurridas que no varan, es decir se mantienen estables.

2.7.4 COSTOS VARIABLES

www.gerencie.com (2011), dice: “Son aquellos en los que puede observarse un ajuste directamente proporcional al nivel de producción, es decir son aquellos que cambian con el nivel de producción”.

Los costos variables son todos valores que van a cambiar de acuerdo al nivel de producción.

2.8 GASTOS

ZAPATA, Pedro (2008), expresa: “Utilización necesaria y efectiva de bienes y /o servicios por parte de la empresa, para cumplir sus actividades administrativas y productivas; genera disminución de activos o incrementa las obligaciones”.

Se llama gasto al valor relacionado directamente en las actividades de la empresa.

2.8.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS

ZAPATA, Pedro (2008), dice: “Conjunto de erogaciones incurridas en la dirección general de una empresa, en contraste con los gastos de una función más específica, como la de fabricación o la de ventas; no incluye la deducción de los ingresos. Las partidas que se agrupan bajo este rubro varan de acuerdo con la naturaleza del negocio, aunque por regla general, abarcan los sueldos y salarios, los materiales y suministros de oficina, la renta y demás servicios generales de oficina”.

Son aquellos egresos incurridos actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa.

2.8.2 GASTOS DE VENTA

ZAPATA, Pedro (2008), manifiesta: “Los gastos de venta se realizan al comercializar el producto. Esto también incluye los gastos de promoción o parte de la publicidad, en fin son todos los gastos q se incluyen el ventas o parte de la comercialización de los productos”.

Los gastos de ventas son los desembolsos producidos por la ejecución de la función de venta.

2.8.3 GASTOS FINANCIEROS

ZAPATA, Pedro (2008), menciona: “Están constituidos por todos los desembolsos necesarios para llevar a cabo la producción; por su naturaleza no son aplicables directamente al costo de un producto, como por ejemplo material indirecto, mano de obra indirecta y gastos indirectos (energía, combustibles, seguro, renta, etc.).

Llamados también cargas financieras, son pagos de intereses que se realizan a instituciones financieras.

2.9 EVALUADORES FINANCIEROS

2.9.1 VALOR ACTUAL NETO

DÍAZ, Flor (2009) expresa: “El VPN de un proyecto de inversión no es otra cosa que su valor medido en dinero de hoy, y el equivalente en valores actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros que constituyen el proyecto.”

El valor actual neto permite conocer el valor actual de los ingresos y gastos que en el futuro se alcanzaran. El VAN sirve para analizar la seguridad del autofinanciamiento, es decir la posibilidad de que el proyecto genere un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión.

Su fórmula de cálculo es la siguiente:

$$VAN = < Inversión > + \frac{\sum FCN}{(1+i)^1} + \frac{\sum FCN}{(1+i)^2} + \frac{\sum FCN}{(1+i)^3} \dots + \frac{\sum FCN}{(1+i)^n}$$

FC= Flujos de caja proyectados

i = Tasa de redescuento

n = Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión.

VAN positivo, significa que existe rentabilidad

VAN negativo, inversión no rentable o no atractiva

2.9.2 TASA INTERNA DE RETORNO

LAWRENCE J, Gitman (2007) afirma: “Es tasa de rendimiento anual compuesta que la empresa ganara si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas”

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

La tasa interna de retorno permite conocer la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados.

La fórmula de cálculo del Tir es la siguiente:

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

Ti = Tasa inferior de redescuento

Ts= Tasa superior de redescuento

VAN= Valor positivo

VAN= Valor negativo

2.9.3 RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

LAWRENCE J, Gitman (2007) señala: “La relación Costo/Beneficio sirve para comparar el valor actual de los ingresos de un proyecto con los costos que se generan por el mismo, es decir el beneficio de un proyecto está dado por los ingresos, a mayor cantidad de ingresos que se obtenga; se tendrá mayor beneficio”

La fórmula para su cálculo es la siguiente:

$$B / C = \frac{\sum \text{Ingresos}/(1+i)^n}{\sum \text{Egresos}/(1+i)^n}$$

Si B/C es mayor que 1, existe un adecuado retorno

Si B/C es menor que 1, no hay un adecuado retorno, la inversión no es atractiva.

Si B/C es igual a 1, significa indiferencia tampoco es aceptable la inversión.

2.9.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

CHILIQUINGA, Jaramillo (2007) define: “Es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde.”

LAWRENCE J, Gimán (2007) afirma: “El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables. El P.E. no es una técnica para evaluar la rentabilidad de una inversión, es una importante referencia”.

El punto de equilibrio es una herramienta que sirve para determinar el volumen mínimo de producción que la empresa debe realizar para no incurrir en pérdidas.

$$P.E. \text{ Dólares} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$P.E. \text{ Unidades} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{PVu - CVu}$$

2.9.5 TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE UNA INVERSIÓN

BESLEY, Scott (2009) define: “El período de recuperación del proyecto está definido como el número de años esperado que se requiere para recuperar la inversión original (el costo del activo).”

LAWRENCE J. Gitman (2007) manifiesta: “Es el tiempo requerido para que la empresa recupere su inversión inicial en un proyecto, calculado a partir de las entradas de efectivo.”

El tiempo de recuperación de una inversión tiene como objetivo determinar el número de años en que se recupera la inversión, mediante la resta sucesiva de los flujos netos anuales descontados del monto de la inversión, hasta el punto en que se iguala o sobrepasa dicha inversión.

2.10 ASPECTOS DE MARKETING

2.10.1 OFERTA

RAMÓN, Iglesias (2007), dice: “Es el conjunto de recursos, bienes y servicios que se encuentran ordenados y estructurados en el mercado de manera que están disponibles para su utilización y consumo por parte de los clientes potenciales”.

Se llama oferta al conjunto de recursos, bienes y servicios que se encuentran en el mercado, con el fin de satisfacer las necesidades o deseos de los clientes potenciales.

2.10.2 DEMANDA

RAMÓN, Iglesias (2007), define: “Volumen de compras realizado por un grupo determinado de consumidores, en un rea geográfica definida, en cierto período y en un entorno dado, como resultado de la aplicación de un determinado nivel de esfuerzo de marketing”.

La demanda está dada por el volumen de compras hechas por un cierto número de clientes en un determinado lugar.

2.10.3 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

RAMÓN, Iglesias (2007), expresa: “Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”.

La demanda insatisfecha es cuando los bienes o servicios que se encuentran en el mercado son pocos y por ende no satisfacen al cliente.

2.10.4 SEGMENTO DE MERCAD

RAMÓN, Iglesias (2007), dice: “Proceso de división del mercado en subgrupos homogéneos, con necesidades intergrupos diferentes, y para cuya satisfacción requieren programas de marketing mix también diferentes”.

El segmento de un mercado, es muy importante ya que nos ayuda a dividir el mercado en grupos iguales pequeños, para una mayor satisfacción a los clientes, además de permitirnos conocer el mercado en el que vamos a trabajar.

2.10.5 COMERCIALIZACIÓN

RAMÓN, Iglesias (2007), manifiesta: “Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.

La comercialización consiste en entregarle el productor un bien o servicio al consumidor en el tiempo y lugar adecuado, logrando la satisfacción del cliente.

2.10.6 COMPETENCIA

RAMÓN, Iglesias (2007), menciona: “La competencia recaba información acerca de los competidores existentes, su participación, evolución, agresividad, diferenciación de su oferta, características de sus producto, medios comerciales, técnicas empleadas y acciones desarrolladas”.

La competencia son todas las empresas que venden o prestas servicios similares dentro de una misma zona y se encargan de innovar constantemente para no perder clientes.

2.10.7 PRODUCTO

RAMÓN, Iglesias (2007), dice: “Un producto es cualquier cosa que se ofrece en el mercado para su adquisición, uso y consumo para satisfacer una necesidad o deseo de los clientes; el producto está compuesto por un conjunto de atributos físicos y psicológicos (tangibles e intangibles) que el consumidor percibe en el mismo para satisfacer sus deseos o necesidades”.

El producto es cualquier cosa que se ofrece en el mercado, compuesto por un conjunto de atributos físicos y psicológicos con el fin de satisfacer la necesidad o deseo y gustos de los de los clientes, se debe tomar en cuenta la calidad ya que se convierte en un elemento principal para llegar a un mercado meta.

2.10.8 PRECIO

RAMÓN, Iglesias (2007), expresa: “Es el ingreso unitario derivado de la venta de un bien o servicio y, en consecuencia, refleja la capacidad de rentabilizar la capacidad de la empresa”.

El precio es el ingreso unitario o expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios, mismo que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de la transacción, reflejando la rentabilidad de la empresa.

2.10.9 PLAZA

RAMÓN, Iglesias (2007), expresa: “Es el camino que pone en contacto al productor del servicio con el consumidor final”.

El canal de distribución es el medio mediante el cual producto llega a su consumidor, pueden ser directos e indirectos.

2.10.10 CANAL DIRECTO

RAMÓN, Iglesias (2007), expresa: “Es aquel en el que no existe intermediario y es el propio prestador del servicio el que asume las funciones de distribuidor”.

El canal de distribución directo es aquel en el que no existen intermediarios, es decir el producto llega directamente al consumidor.

2.10.11 CANAL INDIRECTO

RAMÓN, Iglesias (2007), define: “Es aquel que existe cuando hay un intermediario entre el productor o fabricante y el consumidor”.

Existe canal indirecto de distribución cuando existe un intermediario entre el prestador del servicio y el consumidor.

2.10.12 PUBLICIDAD

RAMÓN, Iglesias (2007), dice: “Inserción del mensaje en sistemas de exposición al público a cambio de precio anuncios en radio, televisión, prensa, revistas, vallas publicitarias, carteles, folletos”.

La publicidad es el medio por el cual damos a conocer nuestro producto al mercado, mediante la utilización de medios de comunicación como son la prensa, diarios, revistas, televisión, internet, entre otros.

2.11 LA YUCA

2.11.1 ORIGEN Y DESCRIPCIÓN

La yuca conocida también como mandioca y casaba es originaria de América tropical específicamente del sureste de Brasil, con el descubrimiento de América su cultivo se extendió rápidamente a África e India, siendo estos continentes los mayores productores. En la expedición al Oriente ecuatoriano en busca de la canela, la gente que acompañaba a Gonzalo Pizarro después de averiguar alguna salida cerca de un gran río, encontró yuca cultivada por indios que habitaban dicha comarca. Los indígenas la utilizaron antes de la conquista de América. La usaban para consumo como raíces frescas, y procesadas para hacer harina, masato o chicha de yuca, la que sirve de alimento y también después de la fermentación, como bebida alcohólica, especialmente de los Jíbaros del Ecuador.

Es un arbusto perenne, que puede alcanzar los 3 metros de altura. Se pueden agrupar los cultivares en función de su altura en: bajos (hasta 1,50 m), intermedios (1,50-2,50 m) y altos (más de 2,5 m). El tallo puede tener posición rígida o acostada. Según la variedad, el tallo podrá tener ninguna, dos, o tres o más ramificaciones primarias, siendo el de tres ramificaciones el mayoritario en la yuca. Las variedades de ramificación alta, es decir, a más de 100 cm, facilitan las labores de escarda.

Sus hojas son de forma palmipartida, con 5-7 ondas, que pueden tener forma aovada o linear. Son simples, de vida corta y una longitud de 15 cm aproximadamente. Los peciolos son largos y delgados, de 20-40 cm de

longitud y de un color que varía entre el rojo y el verde. La epidermis superior es brillante con una cutícula definida.

La flor es una especie monoica por lo que la planta produce flores masculinas y femeninas. Las flores femeninas se ubican en la parte baja de la planta, y son menores en número que las masculinas, que se encuentran en la parte superior de la inflorescencia. Las flores masculinas son más pequeñas.

El fruto después de la polinización y la subsiguiente fertilización, el ovario se desarrolla para formar el fruto, tomando entre 3 y 5 meses para completar su maduración. Este tiene una forma ovoide o globular, de 1 a 1,5 cm de diámetro, se compone de una serie de tejidos bien diferenciados: epicarpio, mesocarpio y endocarpio.

2.11.2 CLASIFICACIÓN DE LA YUCA

La yuca se clasifica como amarga y dulce. En las variedades de yuca amarga el ácido tóxico, veneno muy potente que interfiere la conducción de oxígeno a las células del organismo de quien las ingiere, se encuentra bajo la cascara del tubérculo, en una capa de látex de aspecto viscoso, blanco azulado y con olor característico. Las variedades dulces registran muy baja o ninguna presencia del principio tóxico.

El ácido tóxico es una forma natural de protección de la planta, desaparece cuando las raíces son quebradas o aplastadas y expuestas al sol. Las condiciones climáticas y la composición del suelo, determinan la presencia de esta sustancia en las raíces, lo que permite que una variedad que se comporta como dulce en un lugar, en otro sea amarga.

2.11.3 PARTICULARIDADES DEL CULTIVO

2.11.3.1 CLIMA

La yuca se cultiva en zonas tropicales y subtropicales. La temperatura media ideal para su desarrollo oscila entre los 18 y los 35°C y

la temperatura mínima que puede tolerar es de 10°C. Pudiendo, bajo esas condiciones, desarrollarse en alturas hasta de 2.000 msnm. Es, además, resistente a las sequías.

Durante ésta periodo la planta pierde las hojas para así conservar el agua en las raíces; las hojas rápidamente crecen de nuevo, cuando se reinician las lluvias; por ello, el riego artificial no se emplea casi nunca. Una precipitación mínima de 500 milímetros por año es suficiente para obtener producción.

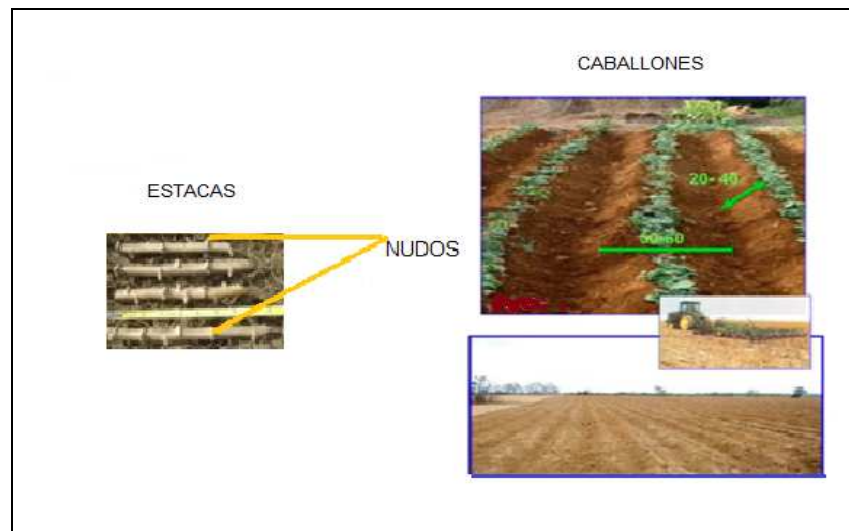
2.11.3.2 PREPARACIÓN DE LA TIERRA

No es un cultivo exigente en cuanto al suelo, se da desde suelos muy pobres en elementos nutritivos hasta en aquellos con alta fertilidad. Preferiblemente los suelos ha de tener un PH ligeramente ácido entre 6 y 7, con cierta cantidad de materia orgánica, evitando aquellos con excesos de agua o desérticos. Aquellos suelos que tengan una capa impenetrable a una profundidad entre los 30 y 40 centímetros son aconsejables, pues, al impedir la profundización de las raíces, facilitan la cosecha.

2.11.3.3 PLANTACIÓN

Es recomendable realizar la siembra por medio de estacas, cada una de ellas debe tener entre 5 y 7 nudos y de 20 a 30 cm de largo. La plantación debe hacerse al comienzo de la estación de lluvias. Si el cultivo de la yuca es industrial es apropiado hacerlo sobre caballones de 50 a 60 cm de ancho y de 20 a 40 cm de alto.

ILUSTRACIÓN 1 ESTACAS Y CABALLONES



Elaborado por: La Autora

2.11.3.4 APORCADO Y RIEGO

Se lleva a cabo a los 2 - 3 meses de vegetación, en aquellos cultivos que no están mecanizados. Con esto se consigue que las raíces reservantes se puedan desarrollar bien, y se evita la acción perniciosa de los rayos solares, así como el ataque de roedores u otros animales.

2.11.3.5 COSECHA

La cosecha de la yuca a los 10 meses de la siembra. Es importante no adelantarse demasiado a la cosecha pues tendrá demasiado contenido en látex y no será apto para el consumo.

La recolección puede ser manual o mecánica.

a. La primera etapa en la cosecha manual comprende el corte y la selección del follaje y de la semilla. Se deja sólo una parte del tallo de 20-40 cm de longitud adherida a las raíces para extraerlas más fácilmente del suelo.

b. La segunda etapa comprende la extracción de las raíces y va acompañada de la recolección, y la limpieza.

c. La cosecha mecanizada es una de las labores más difíciles, dadas las restricciones que provienen de la forma y distribución de las raíces en el suelo, la profundidad en que se encuentran, la presencia de los residuos de la recolección del follaje y de la semilla. A su vez ofrece ventajas competitivas ya que esta implica una reducción en la mano de obra requerida, en los costos de producción, en el tiempo de recolección por unidad de área y en el costo final del producto.

2.11.3.6 CARACTERÍSTICAS DE LA YUCA

- a.** La yuca macho es bastante más grande que el plátano común, se estrecha en su extremo inferior.
- b.** Su color es verde y al llegar a su estado óptimo de maduración se torna amarillo con manchas y rayas marrones.
- c.** Su sabor en crudo es muy amargo y al cocer se vuelve blando, suave y mantecoso.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 INTRODUCCIÓN

Hoy en día el mercado y sus componentes son factores llenos de incertidumbre para el desarrollo de los proyectos, razón por la cual el estudio y el análisis son de vital importancia para poder ingresar productos o servicios con éxito al mercado de consumidores.

El estudio de mercado consiste en determinar la cantidad de bienes y servicios que las empresas están en posibilidad de producir para atender las necesidades de la población a un nivel de precio fijado, costos de producción y por la competencia.

Al realizar un estudio de mercado se busca obtener información veraz sobre las necesidades existentes en la ciudad de Mira, con relación al consumo de la harina de yuca, gustos, preferencias, etc.; parámetros que permitan delimitar la demanda, oferta, como la demanda insatisfecha del sector.

Considerando que el producto que se oferta es nuevo en el mercado, se hace necesario determinar la oferta para los diferentes lugares de expendio como tiendas, abastos y comisariatos. Además es importante señalar el mercado meta, su segmentación y la forma de comercialización del producto.

3.2 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

De la planta de la yuca se consume generalmente la raíz en estado fresco, o a su vez como harina. La harina de yuca es utilizada para la elaboración de panes, sopas postres; entre otras.

El presente proyecto productivo se enmarca dentro de un concepto integral de desarrollo socio-económico que contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la zona de influencia, y para lograr esto bastara explotar las potencialidades y bondades que la naturaleza ha

brindado al sector específicamente a la comunidad de Mascarilla en sus espacios naturales costumbres y gastronomía.

3.2.1 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

- ❖ Posee un alto contenido de carbohidratos.
- ❖ Elevado contenido de fibra, para facilitar el tránsito intestinal.
- ❖ Es baja en proteínas y grasas totales.
- ❖ Es una alternativa para las personas alérgicas a los cereales.
- ❖ Se usa como sustituto de la harina de trigo para quienes padecen intolerancia al gluten.
- ❖ Es un alimento muy digestivo y nos aporta, de forma moderada, vitaminas del grupo B, Potasio, Magnesio, Calcio, Hierro y vitamina C.
- ❖ Sus posibilidades culinarias son variadas entre ellas se puede destacar: pan, pudines, buñuelos, purés, salsas, rosquitas, tortas ente otras.

La yuca es un alimento muy rico en hidratos de carbono y pobre en grasa y proteínas, además es muy digestivo y nos aporta las siguientes vitaminas:

CUADRO Nº 17

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

COMPOSICIÓN NUTRITIVA	
Valor energético (Kcal)	132,0
Agua (%)	65,2
Proteína (%)	1,0
Grasa (%)	0,4
Carbohidratos totales (%)	32,8
Fibra (%)	1,0
Cenizas (%)	0,6
Calcio (mg)	40,0
Fósforo (mg)	34,0
Hierro (mg)	1,4
Tiamina (mg)	0,05
Riboflavina (mg)	0,04
Niacina (mg)	0,60
Ácido ascórbico (mg)	19,00
Porción no comestible (%)	32,00

Elaborado por: La autora

3.3 OBJETIVOS DEL ESTUDIO

a) OBJETIVO GENERAL

- Desarrollar un estudio de mercado que permita cuantificar y cualificar la demanda, oferta y precios de la harina de yuca.

b) OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la demanda potencial de la harina de yuca para establecer el pronóstico de ventas del proyecto.

- Identificar la oferta de harina de yuca en el área de influencia del proyecto.
- Establecer las estrategias de comercialización para incentivar la demanda de la harina de yuca en la zona.

3.4 VARIABLES DEL ESTUDIO

Para facilitar el enfoque de este estudio en los aspectos relevantes y sus diferentes relaciones se ha considerado las siguientes variables

- ❖ Demanda
- ❖ Oferta
- ❖ Comercialización

3.5 INDICADORES

a) DEMANDA

- Poder adquisitivo
- Gustos y preferencias del consumidor
- Cantidad
- Calidad
- Beneficios de consumo
- Frecuencia de consumo

b) OFERTA

- Precio de venta
- Mercado
- Presentación del producto
- Competidores

c) COMERCIALIZACIÓN

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

3.6

MATRIZ DE LA RELACIÓN

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICA	META
Analizar la demanda potencial de la harina de yuca para establecer el pronóstico de ventas del proyecto.	DEMANDA	Poder adquisitivo Gustos y preferencias del consumidor Cantidad Calidad Beneficios de consumo Frecuencia de consumo	Encuesta	Demandantes del producto.
Identificar la oferta de harina de yuca en el área de influencia del proyecto.	OFERTA	Precio de venta Mercado Presentación del producto Competidores	Encuesta Investigación directa	Oferentes del producto. Competencia.
Establecer las estrategias de comercialización para incentivar la demanda de la harina de yuca en la zona.	ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN	Producto Precios Promoción Plaza	Encuesta Opinión de expertos	Oferentes. Demandantes Ing. En Marketing

Elaborado por: La Autora

3.7 MERCADO META

Luego de haber analizado la información se puede afirmar que el mercado meta al que se pretende llegar con la empresa es la zona urbana de la ciudad de Mira comprendida a la población económicamente activa que oscila entre 18 y 55 años, a los cuales pretendemos cubrir con productos de excelente calidad y a precios accesibles y competitivos

3.7.1 SEGMENTO DE MERCADO

En el mercado interviene la oferta y la demanda, en este caso del mercado potencial (que es un mercado imperfecto: “Ni la libre competencia ni los organismos gubernamentales emanan normas o disposiciones legales claras que regulen precios calidades y controles de mercado”); el segmento de mercado al cual va dirigido los productos corresponde a la población económicamente activa, ya que esto productos no son muy costosos por lo que los consumidores pueden comprar a precios accesibles.

Este tipo de productos son utilizados en los hogares especialmente por las amas de casa para involucrarlos en la alimentación ya sea en desayuno, almuerzo o cena de las familias mireñas, ya que su preparación fácil.

3.8 CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

3.8.1 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA

Para la realización del estudio de mercado el cual determina la existencia de la necesidad de la creación de una microempresa de producción y comercialización de harina de yuca, se aplicará encuestas a la PEA del sector urbano de la ciudad de Mira dentro de un rango de edad de 18 años hasta los 50 años cuyo dato corresponde a 2198 personas. La muestra se determina a través de la siguiente fórmula:

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

De donde:

N= tamaño de la población= 2198

= tamaño de la muestra

= desviación estándar = 0,25

Z= nivel de confianza= 1,96

E= error= 5%

CÁLCULO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{2198 \cdot (1,96)^2 (0,25)}{(2198 - 1) \cdot (0,05)^2 + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$n = 327,13 \quad n = 327$$

3.8.2 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

a. INFORMACIÓN PRIMARIA

➤ ENCUESTA

Para la obtención de la información primaria se realizará encuesta estructurada con preguntas cerradas de las cuales se obtendrá importante información que nos permitirá determinar de manera clara y concisa algunos aspectos del proyecto.

La encuesta se realizará con el objeto de obtener información sobre el consumo de harina, los beneficios o perjuicios de la salud, la producción de harina de yuca, formas de producción, entre otros.

b. INFORMACIÓN SECUNDARIA

El internet es un medio muy importante ya que permitirá hacer uso de la información científica y técnica de la investigación. La colaboración prestada por quienes prestan sus labores jornales permitirá que se obtenga información valiosa para comprender las formas de producción de la yuca, y sus procesos de producción.

3.8.3 ANÁLISIS Y TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LA COMUNIDAD

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

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como objetivo realizar un estudio sobre la factibilidad del consumo de harina de yuca en la comunidad de Mascarilla, mediante la recopilación, análisis e interpretación de la información que permitan determinar acciones para la creación de la microempresa.

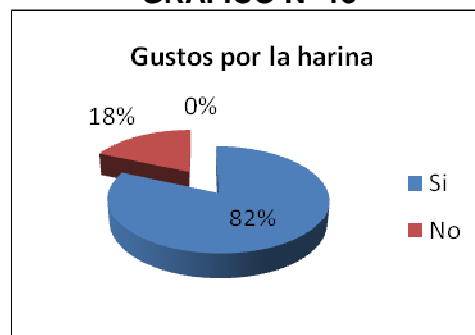
CUADRO N°19

1.- ¿Le gusta la harina?

Variable	Fr.	%
Si	266	81,60
No	60	18,40
Total	327	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

GRÁFICO N° 13



Fuente: Consumidores
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

Los 82% de los encuestados de la población de la ciudad de Mira expresan que les gusta la harina debido a su textura y sabor, además acostumbran a degustarla en el desayuno y en las meriendas, en cambio el 18% de los encuestados dicen que no les gusta la harina, porque desconocen su sabor.

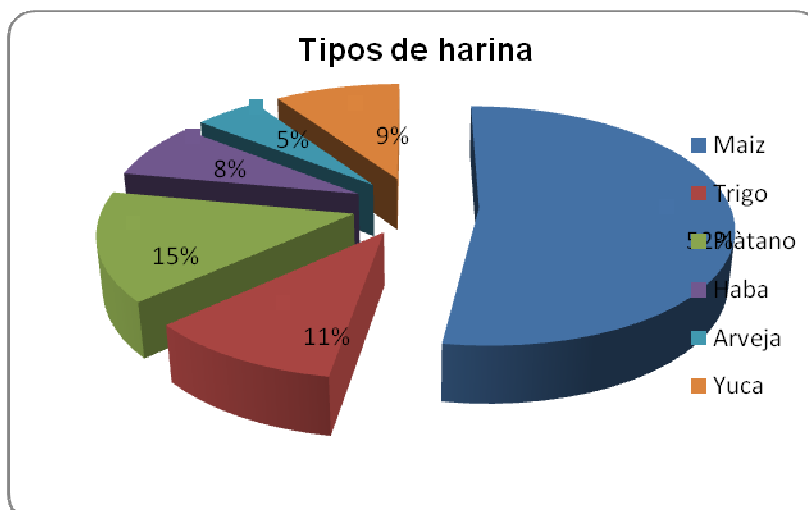
CUADRO N°20

2.- ¿Qué tipo de harina consume usted?

Variable	Fr.	%
Maíz	172	52,60
Trigo	35	10,70
Plátano	48	14,68
Haba	25	7,65
Arveja	16	4,89
Yuca	31	9,48
Total	327	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

GRÁFICO N° 14



Fuente: Consumidores
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

El 52% de los encuestados prefieren consumir harina de maíz por su facilidad de uso, el 15% afirma que consumen más la harina de plátano por su sabor, el 11% afirman que consumen la harina de trigo porque es muy nutritiva, el 9% consideran que consumen más la harina de yuca porque aporta un sabor diferente a las demás harinas y por su facilidad de usos en la cocina, en cambio el 8% expresan consumir más la harina de haba, mientras que el 5% tienen una tendencia a consumo por la harina de arveja.

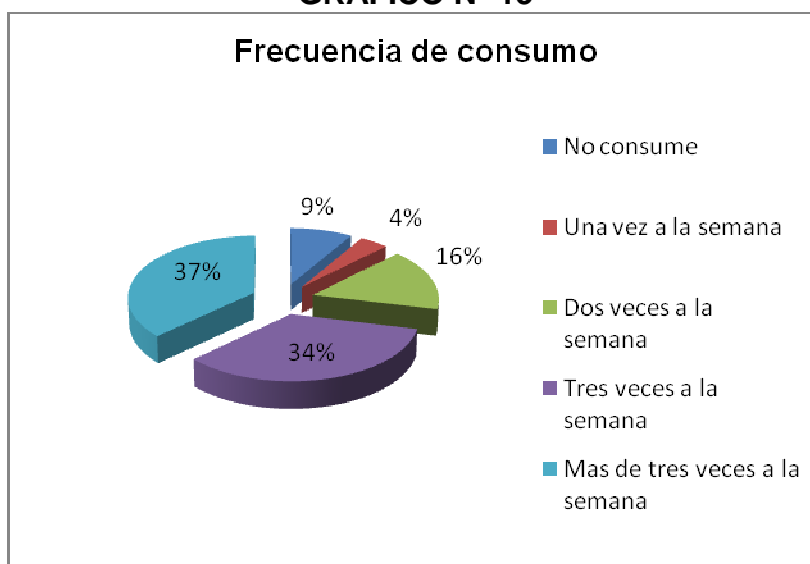
CUADRO N° 21

3.- ¿Con que frecuencia consume usted harina?

Variable	Fr.	%
No consume	28	8,56
Una vez a la semana	13	37,00
Dos veces a la semana	53	34,25
Tres veces a la semana	112	16,21
Más de tres veces	121	3,98
Total	327	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

GRÁFICO N° 15



Fuente: Consumidores
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

El 37% de la población encuestada expresa consumir harina al menos dos veces a la semana porque es útil para la preparación de los desayunos y cenas, el 34% afirma que consume harina una vez a la semana porque no tienen esa costumbre, en cambio el 16% considera que consume harina tres veces a la semana, mientras que el 9% expresó no consumir harina porque evitan este tipo de cereales para su salud y el 4% de los encuestados consume harina más de tres veces a la semana.

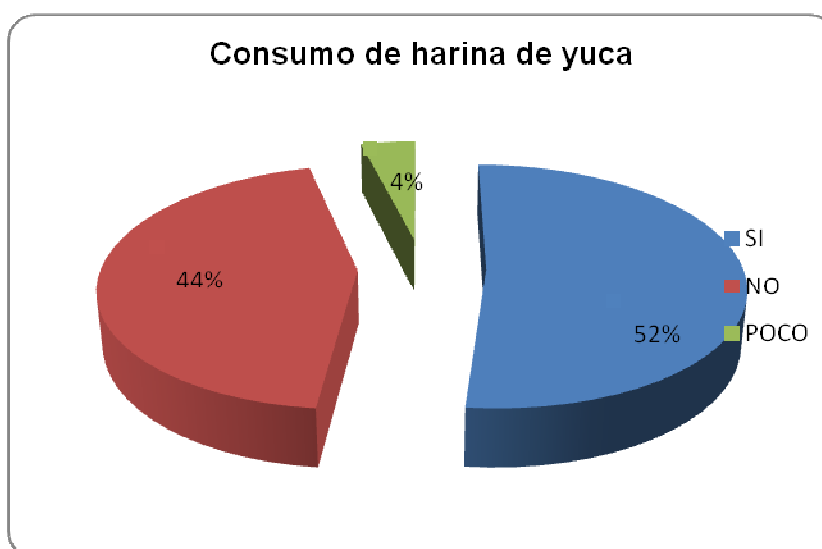
CUADRO N° 22

4.- ¿Consume usted harina de yuca?

Variable	Fr.	%
Si	199	60,85
No	115	35,17
Poco	13	3,98
Total	327	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

GRÁFICO N° 16



Fuente: Consumidores
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

El 52% de la población encuestada considera que si consume harina de yuca más comúnmente por los conocidos panes de yuca que son muy apetecidos por las personas, el 44% de los encuestados afirma que no consume harina de yuca debido a que no es muy común conseguirla en el mercado y el 4% expresa que su consumo de harina de yuca es muy poco porque desconocen su existencia en el mercado.

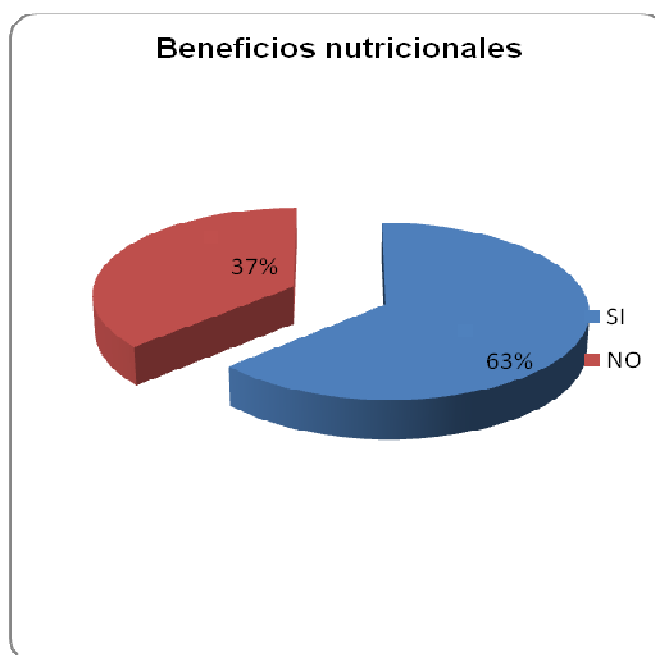
CUADRO N° 23

5.- ¿Conoce usted los beneficios que brinda la yuca?

Variable	Fr.	%
Si	207	63,30
No	120	36,70
Total	327	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

GRÁFICO N° 17



Fuente: Consumidores
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

Del total de la población encuestada el 63% afirma que si conoce los beneficios alimenticios que brinda la yuca, debido a que esta les brinda muchos nutrientes y vitaminas necesarias para el correcto funcionamiento de la salud, mientras que el 37% restante considera que no conoce los beneficios nutricionales que brinda el consumo de la yuca.

CUADRO N° 24

6.- ¿Le gustaría consumir harina de yuca?

Variable	Fr.	%
Si	267	63,30
No	60	36,70
Total	327	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

GRÁFICO N° 18



Fuente: Consumidores
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

El 82% de las personas encuestadas afirman que si les gustaría consumir harina de yuca ya que esta tiene excelentes beneficios nutricionales, además las amas de casa buscan productos sanos y naturales para sus familias, mientras que el 18% consideran que no les gustaría consumir la harina de yuca debido a que no es un producto conocido en el mercado y también porque no están acostumbrados.

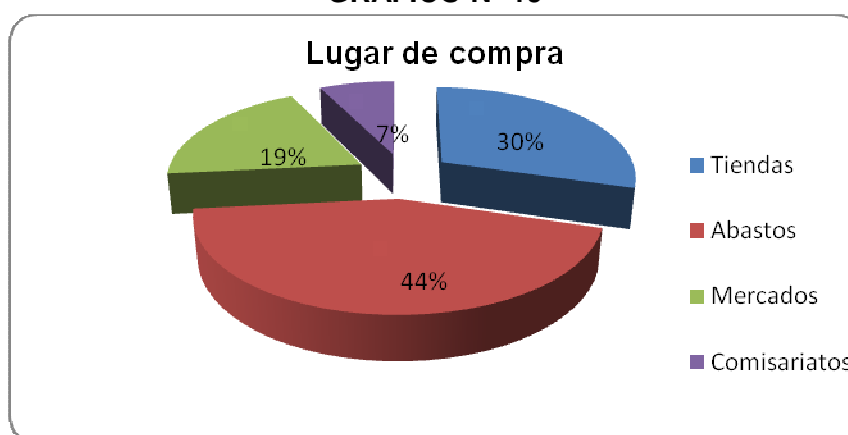
CUADRO N° 25

7.- ¿Dónde le gustaría adquirirla?

Variable	Fr.	%
Tiendas	97	29,66
Abastos	143	43,73
Mercados	63	19,27
Comisariatos	24	7,34
Total	327	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

GRÁFICO N° 19



Fuente: Consumidores
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

El 44% de los encuestados dice que prefiere comprarlo en abastos, el 30% expresa que lo compraría en las tiendas, el 19% cree que lo compraría en los mercados. Existe una mayor preferencia por los abastos porque es ahí donde adquieren la mayoría de su despensa y porque les resultaría más económico, quienes prefieren las tiendas lo hacen porque estas están abiertas todo el día, existen ventas constantes y por la cercanía a las viviendas, en cambio en los mercados hay que esperar el día domingo que es cuando más tiempo tienen para hacer sus compras y en los comisariatos o comprarían pero las personas creen que en los comisariatos las cosas son más caras.

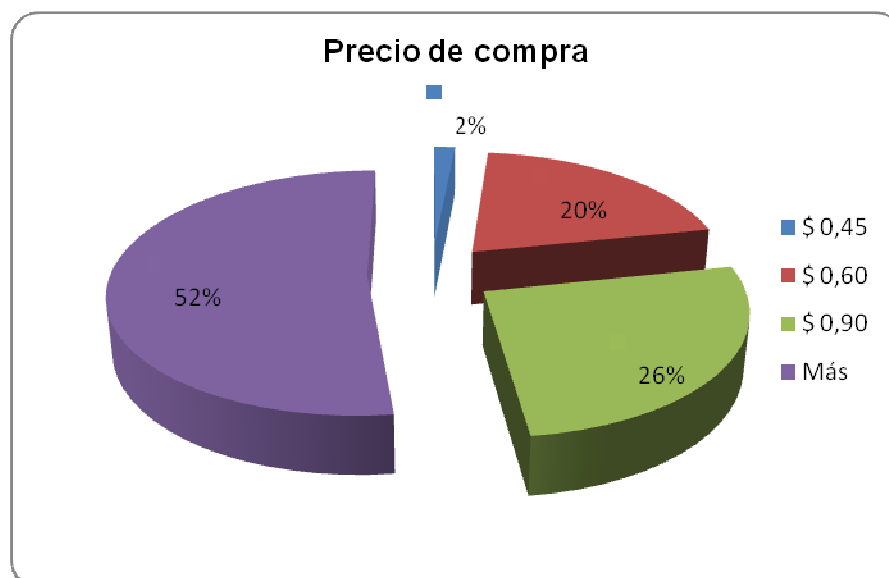
CUADRO N° 26

8.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

Variable	Fr.	%
\$ 0,45	5	1,53
\$ 0,60	66	20,18
\$ 0,90	86	26,3
Más	170	51,99
Total	327	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

GRÁFICO N° 20



Fuente: Consumidores
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

Del total de la población encuestada el 20% considera que estaría dispuesto a pagar \$0,60, el 2% dice que su poder adquisitivo le permite pagar \$0,45, mientras que el 26% afirma estar dispuesto a pagar hasta \$0,90 y el 52% expreso que podría estar pagando más que los valores planteados porque un buen producto merece ser bien valorado.

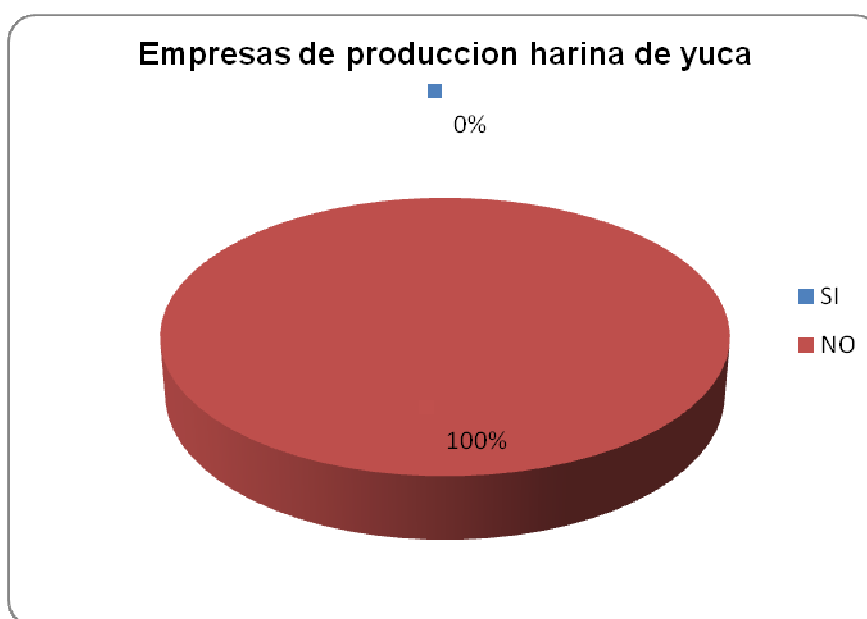
CUADRO N° 27

9.- ¿Conoce usted alguna empresa que se dedique a la elaboración de harina de yuca en su sector?

Variable	Fr.	%
Si	0	0,00
No	327	100,00
Total	327	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

GRÁFICO N° 21



Fuente: Consumidores
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

De la población encuestada en su totalidad manifestaron que no existen empresas dedicada a la elaboración de la harina de yuca en la ciudad de Mira, y que su elaboración es realizada de una manera manual por los pobladores de la comunidad de Mascarilla, mas sin embargo en esta no existe una empresa que se dedique a su industrialización, por lo que representa una gran oportunidad para la creación de la microempresa.

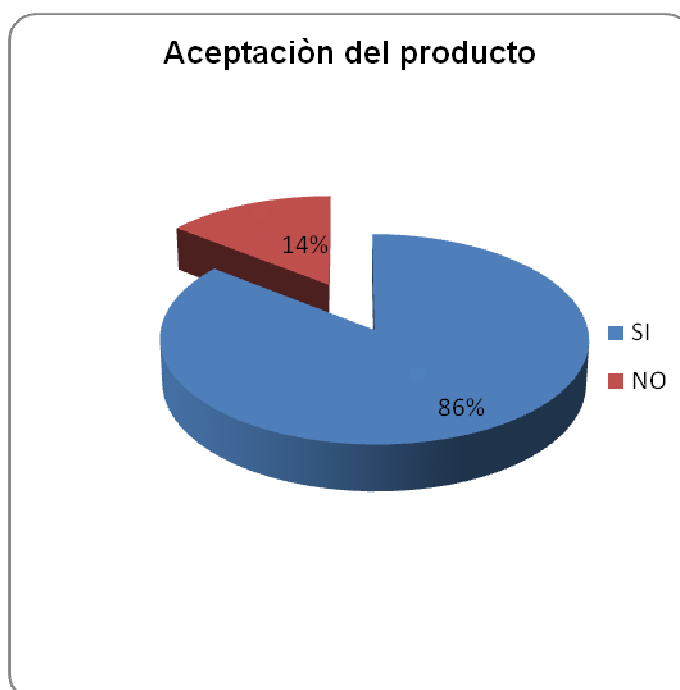
CUADRO N° 28

10.- ¿Cree usted que tendrá acogida este nuevo producto de harina de yuca?

Variable	Fr.	%
Si	280	85,63
No	47	14,37
Total	327	100,00

Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

GRÁFICO N° 22



Fuente: Consumidores
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

El 86% de las personas encuestadas considera que si tendrá acogida este nuevo producto ya que la yuca brinda un alto valor nutricional, mientras que el 14% cree que no tendrá acogida porque es un producto muy poco conocido en el mercado.

3.9 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

En esta época el mercado está encaminado hacia los productos de origen orgánico, de manera que mientras menos utilización de químicos tenga los cultivos mayor aceptación tendrán los productos por parte de los consumidores. La producción de harina de yuca es alentadora debido a que hay una reducida oferta en el mercado local, razón por la cual existe un alto grado de demanda insatisfecha.

Para proyectar la demanda futura de este cereal se utilizó como base el sondeo de mercado, el mismo que permite tener una idea clara sobre la configuración o tendencia del comportamiento, suponiendo que las diversas eventualidades o contingencias pasadas se repitan en el futuro.

Al no existir en la provincia del Carchi y en particular en el cantón Mira, datos históricos de producción de harina de yuca para la proyección de la demanda se utiliza la información recopilada en las encuestas y entrevistas realizadas a los habitantes y comerciantes.

Para el cálculo de la demanda actual se tomó como referencia el consumo semanal de harinas, de familias promedio de cinco miembros, cuyo valor corresponde a 6 libras.

CUADRO N° 29
DEMANDA ACTUAL DE HARINA EN UNIDADES

Demanda de harina	Gramos	Fundas
Consumo semanal	3.000	6
Consumo mensual	12.000	24
Consumo anual	144.000	288
Familias 44(2198 / 5 personas)	63.360.000	126.720
Tasa de crecimiento 0,026	65.007.360	130.015

Fuente: Encuestas Consumidores
Elaborado por: La Autora

3.9.1 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Al no existir en la provincia del Carchi y en particular en el cantón Mira, datos históricos del consumo de harina de yuca; para la proyección de la demanda se utiliza la información recopilada en las encuestas realizadas a demandantes de este cantón.

Para proyectar la demanda se utilizó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

D_p: Demanda proyectada

DA = Demanda actual

1 = Valor constante

i = Tasa de crecimiento

n = Tiempo

**CUADRO N° 30
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

AÑOS	CANTIDAD EN FUNDAS DE 500 GR
2012	130.015
2013	133.395
2014	136.864
2015	140.422
2016	144.073
2017	147.819

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborador por: La Autora

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

$$D_p = 130.015 (1 + 0.026)^1$$

$$D_p = 133.395 \text{ Fundas de 500 gramos para el año 2013}$$

En la Proyección de la demanda de harina, se calculó con una tasa de incremento anual de consumo de harinas de 2,6%, siendo un porcentaje que puede cambiar debido a los cambios de las preferencias de consumo.

3.10 ANÁLISIS DE LA OFERTA

El análisis de la oferta se realiza de acuerdo a las empresas que se dedican a la producción de harina.

Para su cálculo se tomó como referencia la oferta actual de los diferentes tipos de harinas existentes en el mercado como son de maíz, plátano, arveja, haba y trigo, debido a que en el mercado no existen fabricantes de la harina de yuca. Tal comparación se la realizó en base a la oferta harina para las familias mireñas cuya cantidad corresponde a 3 libras semanales, dicha oferta no cubre la demanda de la harina por ciertos aspectos como la falta de maquinaria, instalaciones, capital de trabajo entre otros. A continuación se demuestra el cálculo de la oferta.

**CUADRO N° 31
OFERTA ACTUAL DE HARINA EN UNIDADES**

Oferta de harina	Gramos	Fundas
Producción semanal	1.625	3
Producción mensual	6.500	13
Producción anual	78.000	156
Familias 440 (2198/5)	34.320.000	68.640
Tasa de crecimiento 0,0276	35.267.232	70.534

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborador por: La Autora

En consideración de los factores analizados, se establece que existe una capacidad de producción diaria de 294 unidades de harina, 14690 semanales y 70534 anuales.

3.10.1 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Fórmula

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

Simbología

Op= Oferta Proyectada

OA = Oferta actual

1 = Valor constante

i = Tasa de crecimiento

n = Tiempo

CUADRO N° 32
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑOS	CANTIDAD EN FUNDAS DE 500 GR
2012	70.534
2013	72.481
2014	74.482
2015	76.537
2016	78.650
2017	80.821

Fuente: estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

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

$$Op = 70.534 (1 + 0.0276)^1$$

$$Op = 72.481 \text{ Fundas de 500 gramos para el año 2013}$$

En estas proyecciones se utilizó una tasa de crecimiento PIB Agrícola del 2.76% anual; aunque esto puede cambiar debido a factores climáticos sector donde se practica la producción agrícola.

3.11 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

**CUADRO N° 33
DEMANDA INSATISFECHA**

AÑO	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA EN FUNDAS DE 500 GR
2012	70.534	130.015	-59480
2013	72.481	133.395	-60914
2014	74.482	136.864	-63960
2015	76.537	140.422	-67158
2016	78.650	144.073	-70516
2017	80.821	147.819	-74042

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

Contrastando la oferta y demanda proyectada se presenta una buena oportunidad para producir y comercializar el producto ya que existe un alto déficit de oferta de harina de yuca en la ciudad de Mira.

3.11.1 PRONÓSTICO DE VENTAS

Una vez establecida la demanda insatisfecha de producto, se determina que la microempresa estará en la capacidad de producir y cubrir toda la demanda insatisfecha y a partir del segundo año se incrementara la producción un 5%, tal como se demuestra en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 34
PRONÓSTICO DE VENTAS**

AÑOS	PRODUCCIÓN FUNDAS DE 500 GR
2013	-60.914
2014	-67158
2015	-70516
2016	-74042
2017	-77744

Fuente: estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

3.12 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Esta nos permite analizar e identificar a nuestros potenciales competidores, al conocer las decisiones de nuestros competidores sus fortalezas, sus debilidades; podemos nosotros tomar decisiones para poder ofrecer nuestro producto acorde a sus necesidades.

En la ciudad de Mira la producción de harina de yuca no es practicada en forma masiva, lo que hace que en el mercado no se encuentre competencias directas; los pocos productores existentes se dedican a una elaboración artesanal, constituyéndose en competencia baja; finalmente se constituye competencia fuerte las empresas nacionales y extranjeras que llegan con sus productos a la provincia generando una aceptación de los productos por parte de los habitantes locales, llamando su atención con sus marcas y presentaciones de sus productos.

3.13 ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE PRECIOS

Una vez realizado el estudio respectivo para determinar el precio de la funda de 500gr. de harina de yuca, es de \$1,04 ya que el 51,99% de personas encuestadas estarían dispuestas a pagar por una funda de 500 gamos dicho precio.

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

Para los próximos años se hará un incremento de acuerdo a la tasa de inflación anual en nuestro país que para el año 2012 es del 4,16%:

**CUADRO Nº 35
DETERMINACIÓN DE PRECIOS**

AÑO	PRECIO ACTUAL	INFLACIÓN ANUAL	INCREMENTO DEL PRECIO
2013	1,04	4,16%	
2014	1,09	4,16%	0,05
2015	1,13	4,16%	0,04
2016	1,18	4,16%	0,05
2017	1,23	4,16%	0,05

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

3.14 ESTRATEGIAS COMERCIALIZACIÓN

Para la correcta comercialización del producto que ofrecerá la microempresa se utilizará estrategias basadas en: Producto, Precio, Plaza, Publicidad y Promoción.

3.14.1 ESTRATÉGIA DE PRODUCTO

Todos los cereales tienen una presentación similar por no decir la igual, se lo hace en fundas que por lo general son transparentes o también se lo hace en cajas. La harina de yuca tendrá una presentación en fundas de 500 gramos y en la misma que tendrá impreso la etiqueta en la cual se indicará el nombre del producto, el nombre de la microempresa, sus componentes, sus beneficios, la fecha de elaboración y vencimiento, su peso, su registro sanitario e información nutricional. Como se muestra en la siguiente presentación:

**ILUSTRACIÓN Nº 2
PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO**



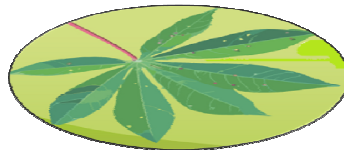
Elaborado por: La Autora

La calidad es un factor muy importante, por tal razón se brindará a la ciudadanía mireña en este caso un producto totalmente seleccionado por manos expertas y que conocen del tema, a bajo costo y de esta manera lograr una mayor rentabilidad como también un mejor posicionamiento en el mercado de la localidad.

a. LOGOTIPO

Como toda empresa y producto debe tener una marca que lo identifique en el mercado, se realizó un logotipo de la microempresa y la presentación del producto propuesto, la misma que en su diseño cuenta con las siguientes características:

ILUSTRACIÓN N° 3 LOGOTIPO DE LA MICROEMPRESA



Elaborado por: La Autora

❖ MARCA

La marca es aquello que hace que un determinado producto se diferencie de la competencia en este caso la harina de yuca. Es necesario crear una marca para posicionarlo en la mente del consumidor.

De esta manera se ha optado por posicionarlo bajo la marca MI TIERRA, pues este nombre hace referencia a la riqueza de la tierra de los pueblos del Valle del Chota y la cuenca del río Mira. La marca debe contener o regirse por algunos requisitos de suma importancia como:

- Sencillo
- Fácil de leer

- Fácil de recordar y reconocer
- Distintivo
- Original

De esta manera se verá el diseño de la marca:

**ILUSTRACIÓN Nº 4
MARCA**



Elaborado por: La Autora

❖ **SLOGAN**

Se lo define como la frase que sirve para identificar a un producto específico. En este sentido se utilizara la frase: "LA ESENCIA DEL VALLE"; se optó por esta frase porque representa y hace referencia que la yuca proviene de una tierra tan prodigiosa, rica y bondadosa. Este producto servir para todos los seres vivos, es decir, humano y animal como sustento alimenticio. De esta manera se verá el slogan:

**ILUSTRACIÓN Nº 5
SLOGAN**



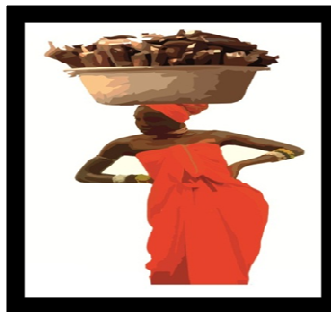
Elaborado por: La Autora

❖ ISOTIPO

A diferencia del logotipo el Isotipo es un icono que carece de topografía, se caracteriza por su poder memorable ya que las imágenes son ms fáciles de recordar en nuestra mente que las palabras. Aquí se tomara el dicho que una imagen dice o vale ms que mil palabras.

De esta manera se verá el Isotipo:

ILUSTRACIÓN Nº 6 ISOTIPO



Elaborado por: La Autora

❖ ISOLOGOTIPO

Es la combinación de todos los factores antes mencionados como la marca, slogan, logotipo e Isotipo; de esta manera se hace ms claro y permite transmitir con mayor certeza el mensaje que desea la microempresa. De esta manera se verá el isologotipo:

ILUSTRACIÓN Nº 7 ISOLOGOTIPO



Elaborado por: La Autor

3.14.2 ESTRATEGIAS DE PLAZO O DISTRIBUCIÓN

La microempresa ha considerado que el sistema que va a utilizar para hacer llegar el producto al consumidor, es a través de intermediarios y de estos al consumidor final, para lograr tal objetivo se destinara para el transporte del producto una camioneta en este irán las gavetas con el producto debidamente empacado, debemos tomar en cuenta que la comercialización se la realizara los das lunes, miércoles y viernes. Este tipo de canal contiene un nivel de intermediarios, los detallistas o minoristas en este caso las tiendas, abastos, supermercados, comisariatos entre otros.

ILUSTRACIÓN N°8

SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN



Elaborado por: La Autora

3.14.3 ESTRATÉGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Promover el consumo de la harina de yuca destacando su importancia y valores nutricionales, esto se puede realizar a través de presentaciones en la radio, hojas volantes trípticos.

La publicidad es uno de los aspectos más importantes, ya que permitirá dar a conocer la empresa y su producto mediante la distribución de hojas volantes, tarjetas de presentación y trípticos; Logrando así la aceptación necesaria por parte de los turistas y personas que les gusta disfrutar de

estos productos. Para mejor explicación se ha diseñado prototipos, los cuales serán difundidos para el conocimiento como se demuestra a continuación:

ILUSTRACIÓN N°9 TARJETA DE PRESENTACIÓN



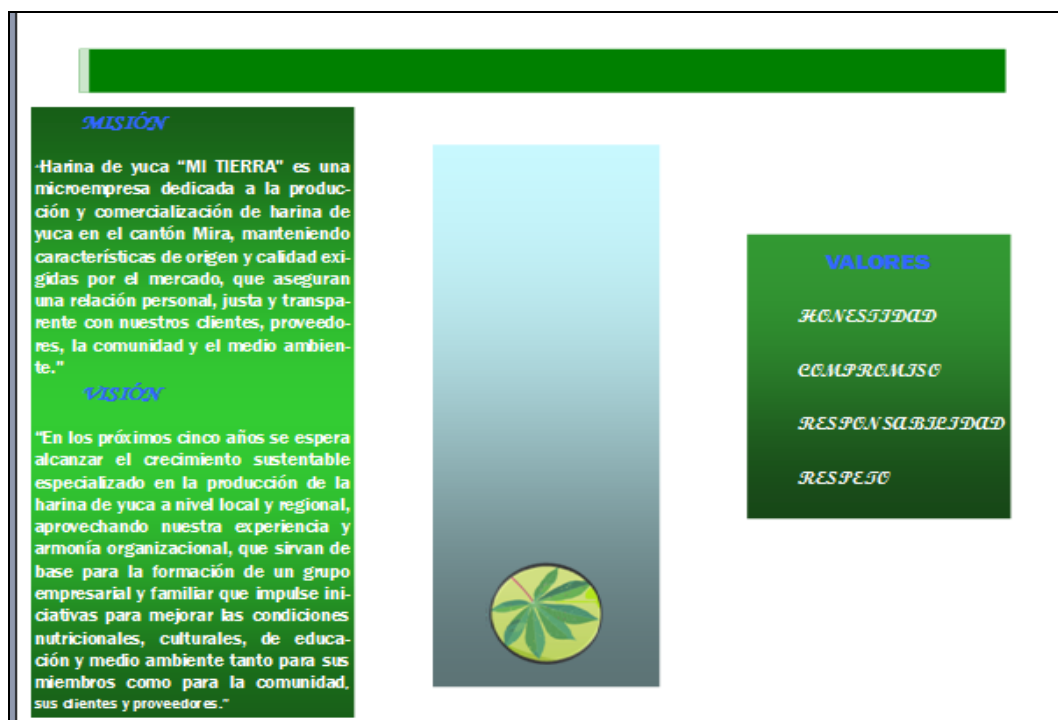
Elaborado por: La Autora

ILUSTRACIÓN N°10 HOJA VOLANTE



Elaborado por: La Autora

ILUSTRACIÓN N°11 TRÍPTICOS



Elaborado por: La Autora

3.11.4 ESTRATEGIA DE PRECIOS

Para determinar el precio se tomó en cuenta los siguientes aspectos:

- Los costos y gastos de producción.
- Precios de la competencia.
- Margen de utilidad del 15%.
- El análisis de las encuestas realizadas a los consumidores en las que supieron manifestar que pagaran más de \$0,90 de acuerdo a su nivel de ingresos.

Para sacar el precio promedio de la harina de yuca tomamos el total del costo que son 0,91 centavos de dólar más la utilidad del 15% y el resultado es 1,04 centavos. La proyección de precios crece en función del incremento de costos, y la rentabilidad se ve afectada por la inflación. A mayor inflación se incrementa el precio, a menor inflación hay una disminución del precio.

3.12 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

- ❖ Con lo referente a la demanda de harina de yuca dentro del área geográfica propuesta por el proyecto es muy atractiva ya que existe una demanda insatisfecha de 60.914 fundas, por lo que la microempresa estará dispuesta a cubrir esa necesidad de los consumidores.
- ❖ La oferta existente es muy reducida en el sector, puesto que no existen empresas que se dediquen a la elaboración de harina de yuca, lo que representa una ventaja porque el producto no tiene competencia directa.
- ❖ La mayoría de los consumidores estarán dispuestos a pagar por el producto ms de \$0,90.
- ❖ Las estrategias diseñadas tienen como finalidad persuadir a clientes locales, para generar hábitos de consumir primero lo producción en la zona.

- ❖ El 85,63% de los encuestados considera que el producto tendrá acogida en el mercado porque ser innovador, llamativo por su presentación y por su alto valor nutricional.

- ❖ El 100% de la población encuestada manifestaron que no conocen de la existencia de una empresa dedicada a producir harina de yuca en la ciudad de Mira, lo que representa una gran oportunidad para la creación de la microempresa MI TIERRA.

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO TÉCNICO

4.1 INTRODUCCIÓN

Una vez determinados los aspectos de mercado del producto final se debe analizarlos con profundidad y objetividad, a fin de extraer de ellos los parámetros y juicios técnicos necesarios que determinen el tamaño requerido para atender la demanda que se ha definido, el lugar en donde se instalar la empresa, las características de la maquinaria, equipos y de los procesos de producción que se emplearán, así como los costos que va a tener el proyecto.

El estudio técnico está compuesto por muchos factores siendo los que abordaremos los siguiente es la macro localización, micro localización, tamaño o capacidad productiva del servicio, ingeniería y procesos as como las inversiones fijas, variables y diferidas necesarias para la puesta en marcha del proyecto; factores muy importantes que ayudan a determinar la viabilidad del proyecto en la parte técnica.

4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.2.1 MACRO LOCALIZACIÓN

El proyecto de producción y comercialización de harina de yuca se encontrara ubicado en el Ecuador, Provincia del Carchi, Cantón Mira, Comunidad de Mascarilla; todo esto dentro de la macro localización.

En el siguiente mapa se podrá visualizar con mayor facilidad donde estará ubicado específicamente el proyecto:

**GRÁFICO N°23
MACRO LOCALIZACIÓN**



Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N°24
MAPA DE LA PROVINCIA DEL CARCHI**



Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N°25
MAPA DEL CANTÓN MIRA**



Fuente: Cabildo de Mascarilla

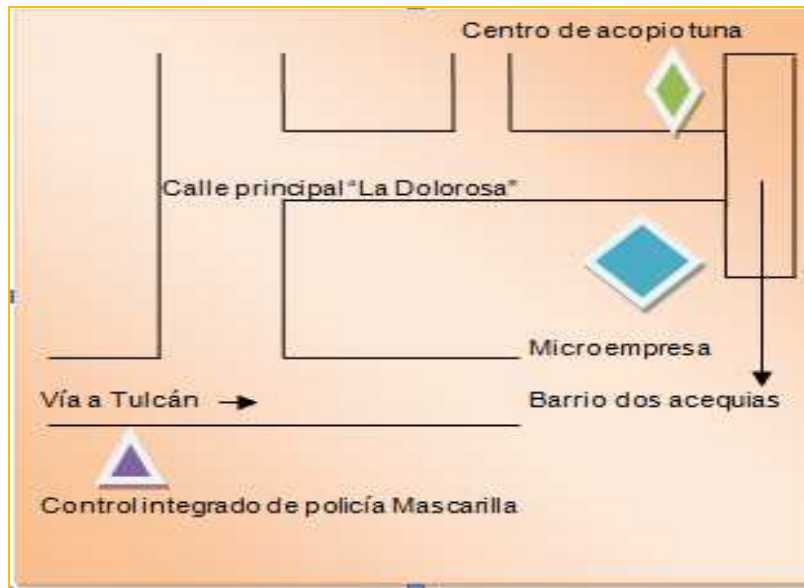
4.2.2 MICRO LOCALIZACIÓN

**GRAFICO N°26
MAPA DE LA COMUNIDAD DE MASCARILLA**



Fuente: Cabildo de Mascarilla

**GRÁFICO N°27
MICRO LOCALIZACIÓN**



Elaborado por: La Autora

Para la micro localización vamos a proceder a la construcción de una matriz de factores ponderada, para lo cual he escogido tres lugares factibles para establecer la micro empresa a continuación se presenta los lugares y la escala de calificación.

**CUADRO N°36
ESCALA DE CALIFICACIÓN**

ESCALA	NIVEL	CALIFICACIÓN
10	Alto	Óptimo
9	Bajo	
8	Alto	Muy buena
7	Bajo	
6	Alto	Bueno
5	Bajo	
4	Alto	Regular
3	Bajo	
2	Alto	Pésimo
1	Bajo	

Fuente: investigación directa
Elaborado por: La Autora

A.- La Playa

B.- Pambahacienda

C.- Dos Acequias

METODOLOGÍA

4.2.2.1 CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ BÁSICA

CUADRO N°37

FACTORES	A	B	C
1.- FÍSICOS			
Disponibilidad de espacio físico	4	7	8
Disponibilidad de terreno	4	4	4
TOTAL PARCIAL 1	8	11	12
2.- COMERCIALES			
Flujo de personas	8	8	8
Posición estratégica	8	8	8
Proveedores	3	4	5
Accesibilidad	3	5	7
Seguridad	2	5	7
Servicios de apoyo	8	8	8
Disponibilidad de materia prima	7	3	10
Mano de obra	6	6	6
Cercanía al mercado	8	5	9
TOTAL PARCIAL 2	53	52	68
3.- LEGALES			
Ordenanzas municipales	7	7	7
Registro sanitario	8	7	8
Permiso de seguridad	8	7	7
Normas tributarias	8	8	8
TOTAL PARCIAL 3	31	29	30
4.- AMBIENTALES			
Manejo de desechos	3	3	3
Reutilización de desechos	4	4	4
Polución del aire	2	3	4
Reciclaje	2	2	3
Contaminación visual	2	3	4
TOTAL PARCIAL 4	13	15	18
TOTAL FINAL	105	107	110

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

a) INTERPRETACIÓN

Aparentemente el lugar más idóneo para instalar la microempresa de productos elaborados con plátano verde, es la opción C la cual corresponde a sector Dos Acequias, puesto que tiene el mayor puntaje asignado.

b) REGLA DE DECISIÓN

El factor más significativo del proyecto es el factor comercial, al cual se le asigna un 50%.

Los otros cuatros factores se les asigna los siguientes porcentajes:

MATRIZ DE FACTORES PONDERADA

PONDERACIÓN DE FACTORES PRINCIPALES:

A.- FÍSICO	15%
B.-COMERCIAL	50%
C.-LEGAL	15%
D.- AMBIENTALES	20%
TOTAL	100%

CUADRO N°38

FACTORES	%	A	B	C
1.- FÍSICOS				
Disponibilidad. de espacio físico	10	0.4	0.7	0.8
Disponibilidad de terreno	5	0.2	0.2	0.2
TOTAL PONDERADO 1	15%	0.6	0.9	1.00
2.- COMERCIALES				
Flujo de personas	3	0.24	0.24	0.24
Posición estratégica	15	1.20	1.20	1.20
Proveedores	8	0.24	0.32	0.40
Accesibilidad	4	0.12	0.20	0.28
Seguridad	5	0.10	0.25	0.35
Servicios de apoyo	2	0.16	0.16	0.16

Disponibilidad de materia prima	7	0.49	0.21	0.70
Mano de obra	1	0.06	0.06	0.06
Cercanía al mercado	5	0.40	0.25	0.45
TOTAL PONDERADO2	50%	3,01	2,89	3,84
3.- LEGALES				
Ordenanzas municipio	3.75	0.2625	0.2625	0.2625
Registro sanitario	3.75	0.30	0.2625	0.30
Permiso de seguridad	3.75	0.30	0.2625	0.30
Normas tributarias	3.75	0.30	0.30	0.30
TOTAL PONDERADO 3	15%	1.1625	1.0875	1.1625
4.- AMBIENTALES				
Manejo de desechos	8	0.24	0.24	0.24
reutilización de desechos	5	0.20	0.20	0.20
Polución del aire	3	0.06	0.09	0.12
reciclaje	2	0.04	0.04	0.06
Contaminación visual	2	0.04	0.06	0.08
TOTAL PONDERADO 4	20%	0.58	0.63	0.70
TOTAL FINAL	100%	4.88	5.45	6.065

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Los lugares óptimos son:

- Dos Acequias
- Pambahacienda

El lugar escogido o seleccionado técnicamente es el que corresponde a la Dos Acequias y como alternativa tendríamos Pambahacienda.

El terreno está ubicado a 50metros de la comunidad de Mascarilla, específicamente en el sector de Dos acequias, el terreno tiene un área de 300m² donde se distribuirán las instalaciones para la comercialización de la harina de yuca.

4.2.3 ASPECTOS PARA LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.2.3.1 DISPONIBILIDAD DE TALENTO HUMANO

Por ser una zona netamente agrícola la mano de obra es suficiente tanto para la producción como para la comercialización, la comunidad cuenta con personas interesadas en el trabajo agrícola quienes saben muy bien de las distintas actividades que se realiza para la producción de la yuca.

Para la comercialización hay que brindar capacitaciones en lo que se refiere a ventas pues es necesario que el personal brinde un buen servicio a los consumidores.

4.2.3.2 DISPONIBILIDAD DE INSUMOS

La calidad del producto depende en mayor parte de la semilla seleccionada para el cultivo. Por esta razón la materia prima utilizada será de la mejor calidad para lo cual se toma en cuenta ciertos parámetros como: variedad, condiciones físicas, (libre de enfermedades).

4.2.3.3 OBRAS DE INFRAESTRUCTURA

El lugar donde se va a desarrollar la microempresa, cuenta con los servicios básicos requeridos para la implementación del proyecto. En cuanto a obras de infraestructura cuenta con alcantarillado, agua potable, luz eléctrica; entre otras.

4.2.3.4 VÍAS DE COMUNICACIÓN

El terreno que servirá para las instalaciones cuenta con vías de excelente calidad son vías de primer orden pues son asfaltadas y adoquinadas en su mayoría. Las vías de acceso al terreno donde se producirá la yuca son vías alternas, decir, son vías de segundo orden y principalmente son lastradas esto permite el ingreso fácil y oportuno de vehículos para el transporte de los productos hacia los distintos mercados.

4.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

4.3.1 CAPACIDAD DE LA PLANTA

En consideración de los factores analizados, se establece una capacidad de producción inicial diaria de 256 unidades de harina, para esta producción la necesidad de mano de obra es de 3 personas que dedicaran ocho horas al día.

4.3.2 CAPACIDAD DE PLANTA A UTILIZARSE

La planta trabajara ocho horas diarias los cinco días laborables a la semana durante todo el año, procesando 60.914 unidades al año.

$$\text{Capacidad de la planta} = \frac{60914 \text{ al año}}{8 \text{ horas} \times 5 \text{ días} \times 48 \text{ semanas}} = 32$$

Lo que significa que la planta estaría en capacidad de procesar 32 fundas de harina de yuca cada hora, si esta labora un promedio de 8 horas procesara 256 unidades diarias, y los cinco días a la semana elaborara 1280 unidades las mismas que pasaran a ser parte del producto terminado.

4.3.3 TECNOLOGÍA A UTILIZARSE

La microempresa utilizara el tipo de tecnología industrializada, debido a que la yuca pasara por un proceso de transformación para poder obtener la harina.

Por lo tanto para el proceso de elaboración de a harina requiere una serie de pasos en donde se une la tecnología como el conocimiento técnico; la tecnología a utilizarse será un molino eléctrico, balanzas y selladoras.

4.3.4 TIPO DE MERCADO

De acuerdo al estudio de mercado podemos determinar que el producto va a estar ofertado en el mercado local. La microempresa comercializara el producto mediante un agente vendedor que visitara las principales tiendas, abastos de la ciudad de Mira.

4.3.5 INVERSIÓN DEL PROYECTO

Para que la planta empiece a funcionar se requiere un capital de 55922,38 de los cuales el 46% es capital propio, y el 54% se va a financiar. Estos son los recursos que permitirán a la microempresa iniciar sus actividades con total normalidad.

4.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.4.1 DISEÑO DE LAS INSTALACIONES

El diseño y distribución de las instalaciones se realizó con base en las dimensiones del terreno donde se hará la construcción. Las áreas están distribuidas en 30m² de terreno.

- **ÁREA ADMINISTRATIVA**

El área administrativa cuenta con una extensión de 90m² la misma que cuenta con los ambientes para alta gerencia, contabilidad, sala de reuniones y rea de recepción y ventas.

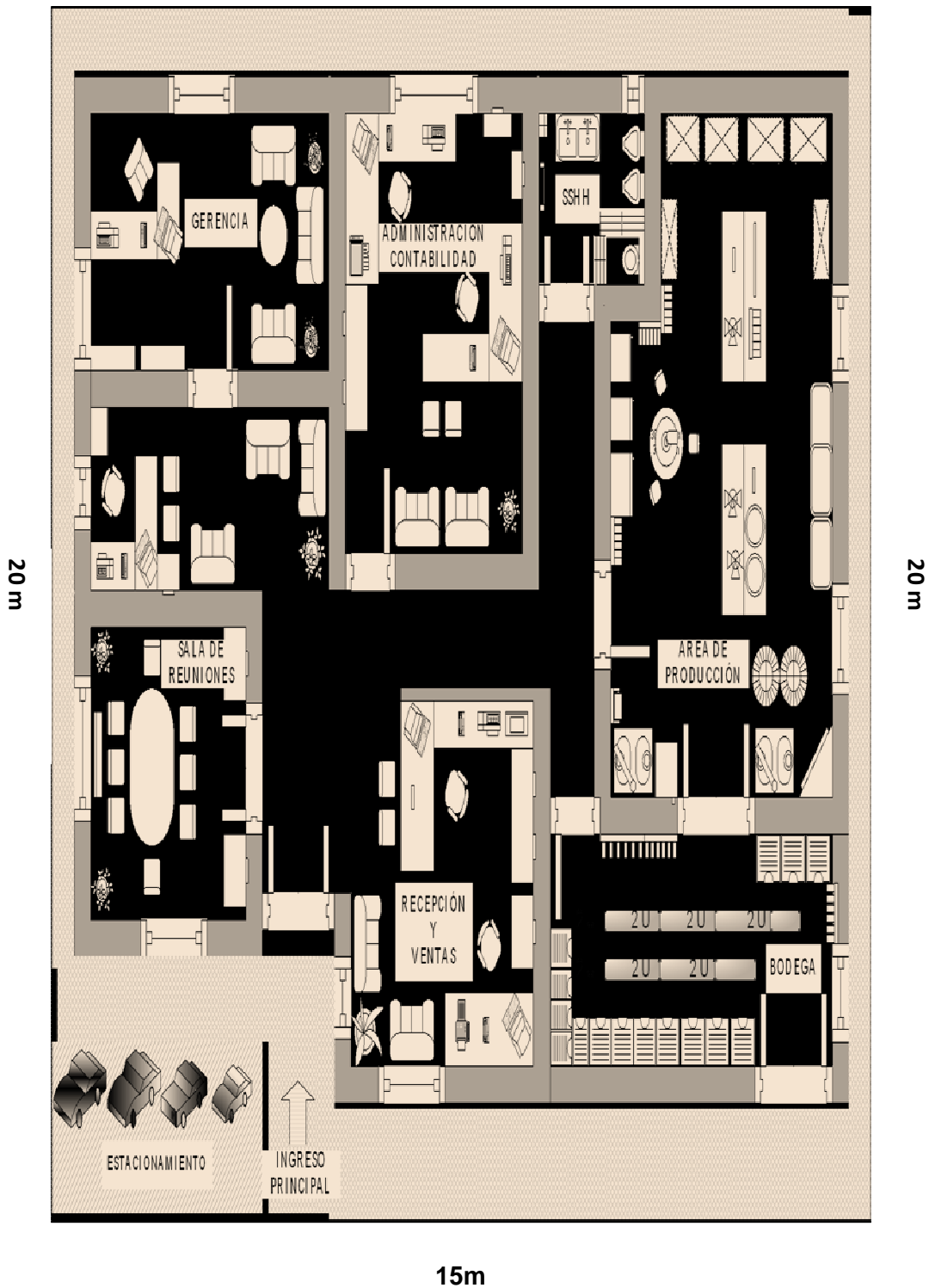
- **ÁREA DE PRODUCCIÓN**

Para el rea de producción se consideraron unade90m² distribuidos de la siguiente manera recepción de materia prima, lavado, picado, secado, molienda, tamizado, pesaje, empacado, además se considero el rea de bodega para el almacenamiento del producto terminado con un espacio de 50m².

- **ÁREA DE ESTACIONAMIENTO**

Se considero el espacio para el estacionamiento de vehículos con una dimensión de 70m².

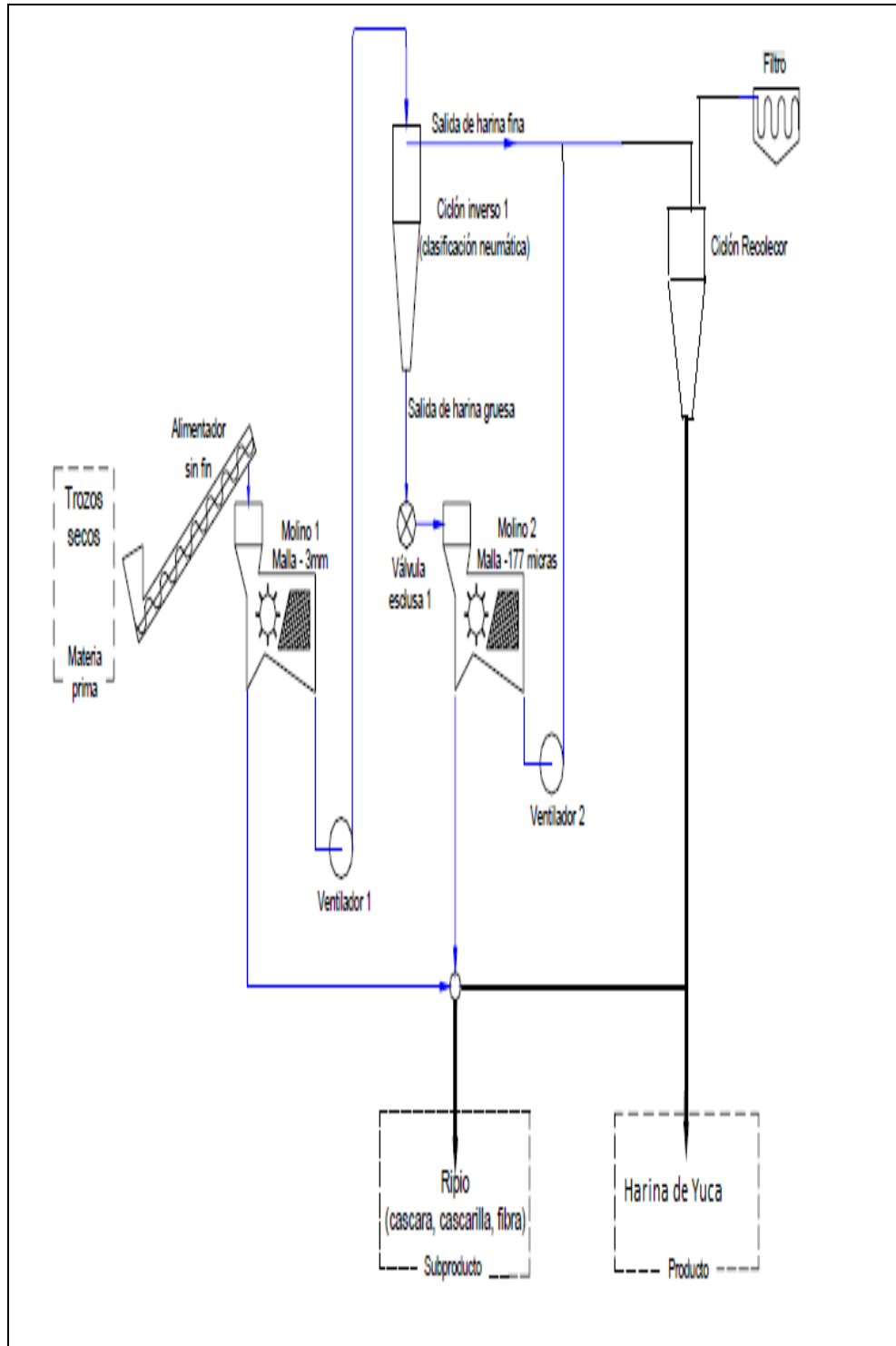
ILUSTRACIÓN Nº 12
DISEÑO DE LAS INSTALACIONES
15m



Elaborado por: Arq. Milton Yépez Q.

4.4.2 DISEÑO DE LA PLANTA

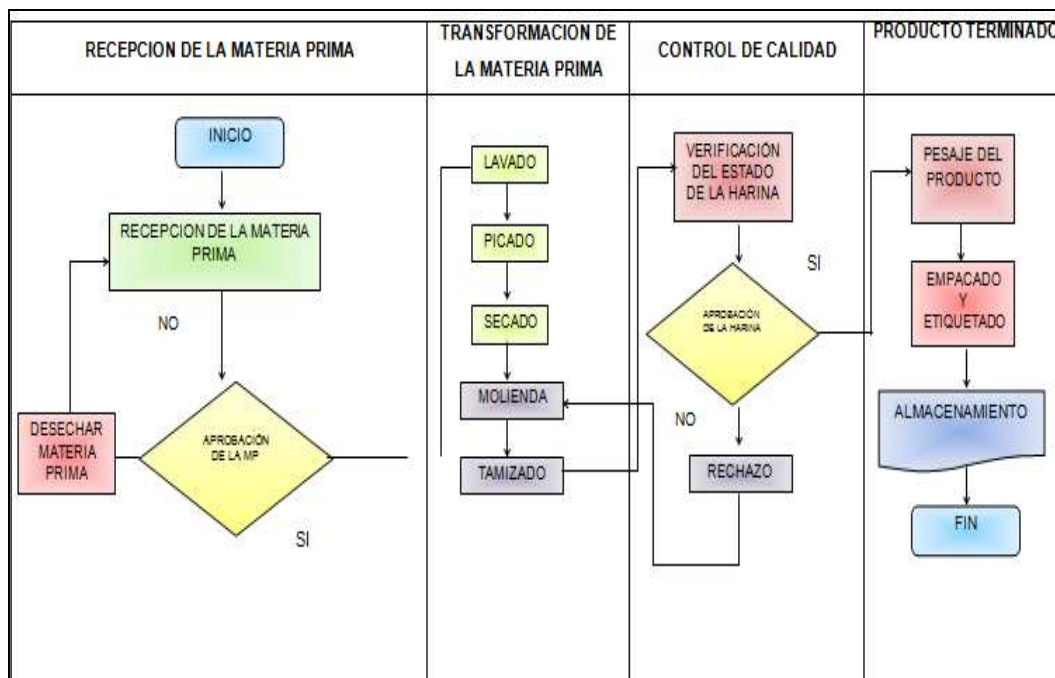
ILUSTRACIÓN N° 13 DISEÑO DE LA PLANTA



Elaborado por: La Autora

4.4.3 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE OBTENCIÓN DE HARINA DE YUCA

**CUADRO N° 39
FLUJOGRAMA DE PROCESOS**



Elaborado por: La Autora

4.4.4 PROCESO DE ELABORACIÓN

4.4.4.1 RECEPCIÓN DE LA MATERIA PRIMA

En esta operación se receipta el tubérculo recolectado y debe ser sometido a un proceso de selección, ya que la calidad de la harina dependerá del buen estado materia prima.

**ILUSTRACIÓN N° 14
RECEPCIÓN DE LA MATERIA PRIMA**



Elaborado por: La Autora

4.4.4.2 LAVADO

Se realiza con la finalidad de eliminar cualquier tipo de partículas extrañas, suciedad y restos de tierra que pueda estar adherida a la yuca. Esta operación se puede realizar por inmersión, agitación o aspiración.

ILUSTRACIÓN Nº 15 LAVADO



Elaborado por: La Autora

4.4.4.3 PICADO

En este punto se procederá a realizar el picado de la yuca en trozos pequeños ya sea de forma manual o mecánica.

ILUSTRACIÓN Nº 16 PICADO



Elaborado por: La Autora

4.4.4.4 SECADO

Una vez que la yuca se ha picado es momento de hacer secar los pequeños trozos, durante un lapso de una semana aproximadamente, cabe señalar que mientras los trozos sean más pequeños el tiempo de secado será más rápido.

ILUSTRACIÓN Nº 17 SECADO



Elaborado por: La Autora

4.4.4.5 MOLIENDA

En esta etapa los trozos se reducen y por medio de la malla se rechazan pequeños materiales como cascarilla, trozos duros de fibra, astillas. El material que logra pasar por la malla es succionado por un ventilador que lo transporta a un par de ciclones conectados en paralelo con alimentación inversa encargados de la clasificación neumática. En la separación neumática la harina es depositada en la válvula esclusa, convirtiéndose en materia prima para el siguiente ciclo.

ILUSTRACIÓN Nº 18 MOLIENDA



Elaborado por: La Autora

4.4.4.6 TAMIZADO

La harina en este molino es reducida de tamaño generándose un ripio que no pasa por la malla. La harina que pasa la malla es succionada por un ventilador 2 que trabaja con alimentación inversa quedando lista para su recolección.

ILUSTRACIÓN Nº 19 TAMIZADO



Elaborado por: La Autora

4.4.4.7 PESAJE DEL PRODUCTO

A continuación se procede a realizar el pesaje de la harina, la misma que por pesará 500 gramos.

ILUSTRACIÓN Nº 20 PESAJE DEL PRODUCTO



Elaborado por: La Autora

4.4.4.8 EMPACADO

Finalmente se ejecutara el empacado del producto final, quedando listo para el siguiente proceso.

ILUSTRACIÓN Nº 21 EMPACADO



Elaborado por: La Autora

4.4.4.9 ALMACENAMIENTO

El producto debe ser almacenado en un lugar fresco, limpio y seco; con suficiente ventilación a fin de garantizar la conservación del producto hasta el momento de su comercialización.

ILUSTRACIÓN Nº 22 ALMACENAMIENTO



Elaborado por: La Autora

4.5 INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

El proyecto de producción y comercialización de harina de yuca se realizara en un terreno de 300m² para la comercialización; en este terreno estarán ubicadas las oficinas del área de producción y las de comercialización. El terreno para la producción de la yuca será de una extensión de 20000m² que servirá para distribuir el cultivo de la yuca en distintas periodos para garantizar la materia prima para todo el año.

4.5.1 REQUERIMIENTO TERRENO

**CUADRO N° 40
TERRENO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TOTAL
TERRENO 1	300m ²	1.500,00
TERRENO 2	20000 m ²	14.500,00
TOTAL		16.000,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La autora

4.5.2 INFRAESTRUCTURA CIVIL

**CUADRO N° 41
INFRAESTRUCTURA CIVIL**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Casa de una planta construcción de bloque con terminados	100m ²	150,00 x m ²	15.000,00
TOTAL			15.000,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.5.3 VEHÍCULOS

**CUADRO N° 42
VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	AÑO	VALOR TOTAL
Camioneta fiorino	2013	16.000
TOTAL		16.000

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La autora

4.5.4 INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPOS

El aspecto principal de la maquinaria y equipo son las herramientas necesarias para la correcta producción de la harina de yuca, con un costo de 1.690,86 dólares.

**CUADRO N° 43
INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO**

DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Maquinaria para realización de harina de yuca	800,00	1	800,00
Carretillas	81,19	2	162,38
Palas metálicas	8,66	4	34,64
Rastrillos de madera	2,94	4	11,92
Escobas	2,94	4	11,92
Sacos de nylon	0,20	1000	200,00
Selladora eléctrica	2	60,00	120,00
Fundas plásticas para harina de yuca	0,035	10.000	350,00
TOTAL			1.690,86

Fuente: Investigación Directa Supercentro Ferretero kywi, Metálicas Vaca
Elaborado por: El autor

4.5.5 EQUIPOS Y MATERIALES DE SEGURIDAD AGRÍCOLA

**CUADRO N°44
EQUIPOS Y MATERIALES DE SEGURIDAD INDUSTRIAL**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P. UNITARIO	VALOR TOTAL
Botas de goma	4	9,26	74,08
Overol	4	42,58	170,32
Guantes	6	3,93	47,16
Gafas	6	3,47	41,64
Extintor 1 kg	3	12,38	74,28
Mascarilla	6	3,08	36,96
Casco blanco	6	3,12	37,44
TOTAL			481,88

Fuente: Investigación Directa Supercentro Ferretero Kywi
Elaborado por: El autor

4.5.6 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

**CUADRO N° 45
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN**

DETALLE	CANT.	V. UNT.	TOTAL
Computador de escritorio	1	664,24	664,24
Escáner multifuncional (ANEXO)	1	52	52,00
TOTAL			716,00

Fuente: Investigación Directa a World Computers.
Elaborado por: La Autora

4.5.7 MUEBLES Y ENSERES

**CUADRO N° 46
MUEBLES Y ENSERES**

DETALLE	CANT.	V UNT.	TOTAL
Estación presidencial modelo "BIG ECO" en "L" tamaño 1.40 x 1.60 cm.	1	209,82	209,82
Silla operativa "FOCUS" semireclinable.	1	75,89	75,89
Sillas metálicas	15	34,82	522,30
Archivador	3	187,50	562,50
TOTAL		641,96	1.370,51

Fuente: Investigación Directa a Línea Nueva Mobiliario Cía. Ltda.
Elaborado por: La Autora

4.5.8 EQUIPOS DE OFICINA

**CUADRO N° 47
EQUIPOS DE OFICINA**

DETALLE	CANT.	V UNT.	TOTAL
Telefax Panasonic	1	142,85	142,85
Sumadora Casio	1	65	65
TOTAL			207,85

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.5.9 INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

4.5.9.1 GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Son aquellos gastos que se requieren para cumplir con los requisitos de la ley los cuales son exigidos por las diferentes entidades de control, para su correcto funcionamiento.

**CUADRO N° 48
GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
CONCEPTO	VALOR (\$)
Aspectos legales, Permisos del cuerpo de Bomberos, Patente Municipal	750,00
Estudio de Pre factibilidad	500,00
TOTAL	1.250,00

Fuente: Investigación Directa En La Cámara Nacional de Microempresas
Elaborado por: La Autora

4.5.10 INVERSIÓN PARA CAPITAL DE TRABAJO

El siguiente cuadro representa la inversión Variables del Proyecto en el primer año de funcionamiento, para el Capital de Trabajo se tomó en cuenta lo requerido para la operación de un mes.

**CUADRO N° 49
CAPITAL DE TRABAJO**

DETALLE	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL
Costo de producción	16.932,05	1411,00
Gastos de administración	12711,77	1059,31
Gastos de ventas	5546,64	462,22
Gastos financieros	3270	272,50
TOTAL	38460,46	3205,04

Fuente: Investigación Directa En La Cámara Nacional de Microempresas
Elaborado por: La Autora

4.5.11 DETERMINACIÓN DEL PERSONAL

Para empezar la actividad microempresarial “**HARINA DE YUCA MI TIERRA**” requerirá de 6 personas para la producción y administración. Para el personal administrativo se necesitan de tres personas: gerente, contador, vendedor y para el personal operativo se contara con tres ayudantes para la producción de la harina.

4.5.11.1 PERSONAL PARA LA OPERACIÓN DEL PROYECTO

**CUADRO N° 50
PERSONAL DEL PROYECTO**

ÁREA	PERSONAL	Nº	REMUNERACIÓN
ADMINISTRATIVA	Gerente o administrador	1	450,00
	Contadora	1	350,00
OPERATIVA	Jefe de producción.	1	350,00
	Obreros	2	636,00
VENTAS	Vendedor	1	318,00
	TOTAL	6	2.104

Elaborado por: La Autora

4.5.12 FINANCIAMIENTO PARA EL PROYECTO

**CUADRO N° 51
FINANCIAMIENTO**

INVERSIÓN TOTAL	MONTO	PORCENTAJE
Capital Propio	25.922,38	46,35
Inversión Financiada	30.000,00	53,65
TOTAL	55.922,38	100%

Elaborado por: La Autora

El proyecto requiere de inversión propia y financiada, la misma que la realizaremos con la Corporación Financiera Nacional; por las facilidades existentes para acceder a un crédito.

4.5.13 INVERSIÓN FIJA INICIAL TOTAL

**CUADRO N° 52
INVERSIÓN FIJA**

INVERSIÓN DEL PROYECTO	VALOR
Terreno 1 300 m ²	1.500,00
Terreno 2 2.500 m ²	14.500,00
Construcciones	15.000,00
Herramientas y equipos	1.690,86
Equipos de oficina	207,85
Equipos y materiales de Seguridad agrícola	481,88
Equipos de Computación	716,24
Muebles y Enseres	1.370,51
Vehículo	16.000,00
Gastos de constitución	1.250,00
Capital de trabajo	3205,04
TOTAL	55.922,38

Elaborado por: La Autor

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO

5.1 PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN

El presupuesto total de la inversión del proyecto es de 55.922,38 dólares, de los cuales 25.922,38 es el aporte propio y 30.000,00 corresponde al préstamo.

**CUADRO N°3
PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN**

INVERSIÓN DEL PROYECTO	VALOR
Terreno 1 300 m ²	1.500,00
Terreno 2 2.500 m ²	14.500,00
Construcciones	15.000,00
Herramientas y equipos	1.690,86
Equipos de oficina	207,85
Equipos y materiales de Seguridad agrícola	481,88
Equipos de Computación	716,24
Muebles y Enseres	1.370,51
Vehículo	16.000,00
Gastos de constitución	1.250,00
Capital de trabajo	3205,04
TOTAL	55.922,38

Elaborado por: La Autora

5.2 DETERMINACIÓN DE INGRESOS, EGRESOS, COSTOS Y GASTOS

5.2.1 DETERMINACIÓN Y PROYECCIÓN DE INGRESOS

La proyección de los ingresos, se obtiene multiplicando la cantidad por el precio, los mismos que fueron determinados en el estudio de mercado. La cantidad total proyectada harina de yuca multiplicada por el precio de venta en base a costos y gastos proyectados con la inflación del 4,16% y con un margen de utilidad del 15%. A continuación se detalla su respectiva proyección:

**CUADRO N° 54
PRESUPUESTO DE INGRESOS**

Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
Cantidad Proyectada	60914	67158	70516	74042	77744
Precio del producto	1,04	1,09	1,13	1,18	1,23
TOTAL	63576,86	73009,38	79848,90	87329,14	95510,14

Elaborado por: La Autora

5.2.1.1 DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

A continuación se presenta la distribución porcentual del producto y su correspondiente proyección para la vida útil del proyecto

**CUADRO N° 55
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Harina de yuca	60914	67158	70516	74042	77744
TOTAL PRODUCCIÓN	60914	67158	70516	74042	77744

Elaborado por: La Autora

5.2.1.2 DETERMINACIÓN DE PRECIOS

Para determinar el precio de cada tipo de producto; se consideran los costos fijos totales, los mismos que serán prorrateados para la producción total, el costo variable unitario y la utilidad de cada tipo de producto.

**CUADRO N°56
COSTOS FIJOS TOTALES PROYECTADOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MANO DE OBRA DIRECTA	10149,29	11207,50	11673,73	12159,36	12665,19
CIF. FIJOS:	10798,17	11597,38	12079,83	12582,35	13105,78
Mano de Obra Indirecta	5585,30	6167,65	6424,22	6691,47	6969,84
Gastos generales	276,00	287,48	299,44	311,90	324,87
Depreciación	4936,87	5142,25	5356,17	5578,98	5811,07
GASTOS ADMINISTRATIVOS	12711,77	13240,58	13791,39	14365,11	14962,70
GASTOS DE VENTAS	5546,64	5777,38	6017,72	6268,06	6528,81
GASTOS FINANCIEROS	3270,00	3406,03	3547,72	3695,31	3849,03
TOTAL	53274,05	56826,25	59190,22	61652,54	64217,28

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N°57
COSTOS VARIABLE UNITARIO**

MATERIA PRIMA	COSTO
Yuca	\$ 0,10
CIF-VARIABLE	COSTO
MPI	2010,18
TOTAL CIF-VARIABLE ANUAL	2010,18
CIF-VARIABLE UNITARIO	0,03

Elaboración: La Autora

**CUADRO N°58
PROYECCIÓN DE COSTOS VARIABLES UNITARIOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Yuca	0,03	0,034	0,036	0,037	0,039
TOTAL	0,03	0,03	0,04	0,04	0,04

Elaboración: La Autora

**CUADRO N°59
PRECIOS DEL PRODUCTO**

PRECIO	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Cfu	0,87	0,91	0,95	0,99	1,03
Cvu	0,03	0,03	0,04	0,04	0,04
CT	0,91	0,95	0,98	1,03	1,07
UTILIDAD	0,14	0,14	0,15	0,15	0,16
PVP	1,04	1,09	1,13	1,18	1,23

Elaboración: La Autora

5.2.2 COSTOS PROYECTADOS

La proyección de los costos se elaboró considerando aquellos que intervienen directa e indirectamente en la elaboración del producto.

La proyección de los costos de producción está representada por todos los valores incurridos en el período de producción, como materia prima, mano de obra, costos generales de fabricación.; los componentes del costo tendrán un incremento del 4,16% anual de acuerdo a la inflación.

5.2.2.1 DETERMINACIÓN DE COSTOS

La inversión variable representa al Capital de Operación o de Trabajo, inversión indispensable para efectuar y mantener las actividades de producción y venta. Para una mejor apreciación de los recursos económicos que se necesita en los procesos de producción, datos que permitan tomar las decisiones más correctas de inversión.

a. MATERIA PRIMA

Para la elaboración de 1 funda de 500gr. de harina de yuca se necesita 750 gr. de yuca, en el siguiente cuadro se demuestra el valor de la Materia Prima requerida para la producción en cada año, cabe señalar que para los próximos años la materia prima estará en función de la cantidad de producción proyectada.

**CUADRO N°0
SEMILLAS**

DETALLE	Unidad	Requerimiento	Libras	Sacos
Yuca	500 gramos	2500 gramos	100.720,10	1.007

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Las proyecciones de la materia prima se hacen de acuerdo a los gramos proyectados y su precio con el 5,41% anual de acuerdo a la inflación.

**CUADRO N°1
MATERIA PRIMA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Yuca	1.007,00	1049,10	1092,74	1138,20	1185,55
Semillas,	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
Precio	105,00	113,92	123,59	134,09	145,48

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

b. MANO DE OBRA DIRECTA

El salario básico unificado fue establecido de acuerdo al promedio de salarios que establece el ministerio de Relaciones Laborales de acuerdo a la rama profesional y sus proyecciones se determinó en función de la tasa salarial de los últimos 5 años .

**CUADRO N°62
MANO DE OBRA DIRECTA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Obreros	636	662,46	690,02	718,72	748,62
Total mensual	636	662,46	690,02	718,72	748,62
Total anual	7632	7949,49	8280,19	8624,65	8983,43
Total Salario Básico Unif.	7632,00	7949,49	8280,19	8624,65	8983,43

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 63
PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario básico	7632	7949,49	8280,19	8624,65	8983,43
Aporte patronal	927,29	965,86	1006,04	1047,89	1091,49
Fondo reserva		636,00	662,46	690,02	718,72
Décimo tercero	636	662,46	690,02	718,72	748,62
Decimo cuarto	636	662,46	690,02	718,72	748,62
Vacaciones	318	331,23	345,01	359,36	374,31
Total	10149,29	11207,50	11673,73	12159,36	12665,19

Elaborado por: La Autora

c. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Para este proyecto los costos indirectos de fabricación constituyen los rubros que no intervienen directamente en el establecimiento de este cultivo pero que son fundamentales para lograr las nuevas unidades productivas.

❖ MATERIA PRIMA INDIRECTA

Para este proyecto la materia prima indirecta son materiales para el empaclado del producto terminado.

**CUADRO N°4
MATERIA PRIMA INDIRECTA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Fundas paquete 100 unidades	2010,18	2118,93	2233,56	2354,40	2481,77

Elaborado por: La Autora

❖ MANO DE OBRA INDIRECTA

Este rubro proviene del personal que interviene indirectamente en el proceso productivo, en este caso se cuantifica la contratación técnica de un profesional que viene a denominarse Jefe de Producción, él se encargará de realizar la supervisión a los obreros y el control de calidad de toda la planta de producción, adoptando medidas necesarias para lograr excelentes rendimientos en la producción.

**CUADRO N°5
SUELDO BÁSICO UNIFICADO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Jefe de Producción	350	364,56	379,73	395,52	411,98
Total mensual	350	364,56	379,73	395,52	411,98
Total anual	4200	4374,72	4556,71	4746,27	4943,71
Total	4200	4374,72	4556,71	4746,27	4943,71

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

**CUADRO N°6
DETERMINACIÓN DE MANO DE OBRA INDIRECTA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario básico	4200	4374,72	4556,71	4746,27	4943,71
Aporte patronal	510,30	531,53	553,64	576,67	600,66
Fondo reserva		350,00	364,56	379,73	395,52
Decimo tercero	350	364,56	379,73	395,52	411,98
Decimo cuarto	350	364,56	379,73	395,52	411,98
Vacaciones	175	182,28	189,86	197,76	205,99
Total	5585,30	6167,65	6424,22	6691,47	6969,84

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

❖ OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Son los gastos generales que necesitara la microempresa para su funcionamiento.

**CUADRO N°7
OTROS CIF**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	60	63,25	66,67	70,27	74,08
Luz	216	227,69	240,00	252,99	266,67
TOTAL	276	290,93	306,67	323,26	340,75

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 68
RESUMEN DE LOS COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	COSTO
MPI	2010,18
Fundas	2010,18
MOI	5585,30
Jefe de Producción	5585,30
GASTOS GENERALES	3.693,27
Energía eléctrica	216,00
Agua	60,00
Depreciación	3417,27
TOTAL ANUAL	11.288,75

Elaborado por: La Autora

d. UNIFICACIÓN Y PROYECCIÓN DE COSTOS

Los costos de producción se establecieron en función de los kg por producto; determinando un costo unitario para cada elemento de producción y los demás rubros fueron proyectados con la tasa de inflación del 4,16% determinando lo siguiente:

CUADRO N°69
UNIFICACIÓN Y PROYECCIÓN DE COSTOS

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA DIRECTA					
Yuca	105,00	113,92	123,59	134,09	145,48
MANO DE OBRA DIRECTA	0,002	0,002	0,002	0,002	0,002
Volumen de producción	10149,29	11207,50	11673,73	12159,36	12665,19
Costo MOD unitaria	60.914	67.158	70.516	74.042	77.744
COSTOS INDIRECTOS FAB.	0,17	0,17	0,17	0,16	0,16
Materia Prima Indirecta	11288,75	11966,20	12321,84	12692,27	13106,50
Mano de Obra Indirecta	2010,18	2093,80	2180,90	2271,63	2394,52
Gastos Generales	5585,30	6167,65	6424,22	6691,47	6969,84
Depreciación	276,00	287,48	299,44	311,90	324,87
Volumen de producción	3417,27	3417,27	3417,27	3417,27	3417,27
CIF- unitario	60.914	67.158	70.516	74.042	77.744
COSTO PRODUCCIÓN UNITARIO	0,19	0,18	0,17	0,17	0,17

Elaborado por: La Autora

5.3 PROYECCIÓN DE GASTOS

5.3.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos son aquellos egresos incurridos en cada actividad de la microempresa como sueldos administrativos, suministros de oficina, servicios, etc. La proyección de los gastos administrativos tendrá un incremento anual del 4,16%; de acuerdo a la tasa de inflación al 2012.

5.3.1.1 SUELDOS AL PERSONAL ADMINISTRATIVO

El salario básico unificado fue establecido en al promedio de salarios que establece el ministerio de Relaciones Laborales de acuerdo a la rama profesional y sus proyecciones se determinó en función de la tasa salarial de los últimos 5 años.

CUADRO N° 70
PROYECCIÓN SALARIO BÁSICO UNIFICADO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	450	468,68	488,13	508,38	529,48
Contadora	350	364,56	379,73	395,52	411,98
Total Mensual	800	833,28	867,94	904,05	941,66
Total Anual	9600	9999,36	10415,33	10848,61	11299,91
Total	9600	9999,36	10415,33	10848,61	11299,91

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 71
PROYECCIÓN DEL GASTO TOTAL DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico	9600	9999,36	10415,33	10848,61	11299,91
Aporte Patronal	1166,4	1214,92	1265,46	1318,11	1372,94
Fondo Reserva		800,00	833,28	867,94	904,05
Décimo Tercero	800	833,28	867,94	904,05	941,66
Décimo Cuarto	53,00	55,20	57,50	59,89	62,38
Vacaciones	400,00	416,64	433,97	452,03	470,83
Total	12019,40	13319,41	13873,49	14450,63	15051,78

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

5.3.1.2 SUMINISTROS DE OFICINA

**CUADRO N° 72
SUMINISTROS DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papel Bond	7,60	7,92	8,25	8,59	8,95
Carpetas Archivadoras	22,50	23,44	24,41	25,43	26,48
Carpeta	1,25	1,30	1,36	1,41	1,47
Papel fax	11,36	11,83	12,32	12,84	13,37
grapadora	6,00	6,25	6,51	6,78	7,06
Perforadora	3,90	4,06	4,23	4,41	4,59
Marcadores	0,90	0,94	0,98	1,02	1,06
Esferos, Lápiz	1,55	1,61	1,68	1,75	1,82
Borradores	0,20	0,21	0,22	0,23	0,24
Clips	0,35	0,36	0,38	0,40	0,41
Saca Grapas	1,00	1,04	1,08	1,13	1,18
Sobres de Manila	0,40	0,42	0,43	0,45	0,47
Libretines	4,00	4,17	4,34	4,52	4,71
Cuadernos Académicos	2,30	2,40	2,50	2,60	2,71
Basureros Plásticos	5,06	5,27	5,49	5,72	5,96
Cinta Impresora	12,00	12,50	13,02	13,56	14,12
TOTAL	80,37	83,71	87,20	90,82	94,60

Elaborado por: La Autora

5.3.1.3 SERVICIOS BÁSICOS DEL ÁREA DE ADMINISTRACIÓN

**CUADRO N° 73
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Energía Eléctrica	120,00	124,99	130,19	135,61	141,25
Teléfono	240,00	249,98	260,38	271,22	282,50
Agua	12,00	12,50	13,02	13,56	14,12
Internet	240,00	249,98	260,38	271,22	282,50
TOTAL	612,00	637,46	663,98	691,60	720,37

Elaborado por: La Autora

5.3.2 GASTOS DE VENTAS

5.3.2.1 SUELDO PERSONAL DE VENTAS

**CUADRO N° 74
PROYECCIÓN SALARIO BÁSICO UNIFICADO DE VENTAS**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vendedor	318	331,23	345,01	359,36	374,31
Total mensual	318	331,23	345,01	359,36	374,31
Total anual	3816	3974,75	4140,10	4312,32	4491,72
Total	3816	3974,75	4140,10	4312,32	4491,72

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 75
PROYECCIÓN DEL GASTO TOTAL DEL PERSONAL DE VENTAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico	3816	3974,75	4140,10	4312,32	4491,72
Aporte Patronal	463,64	482,93	503,02	523,95	545,74
Fondo Reserva		318,00	331,23	345,01	359,36
Décimo Tercero	318	331,23	345,01	359,36	374,31
Décimo Cuarto	318	331,23	345,01	359,36	374,31
Vacaciones	159	165,61	172,50	179,68	187,15
Total	5074,64	5603,75	5836,87	6079,68	6332,59

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

5.3.2.2 GASTO PUBLICIDAD

**CUADRO N° 76
GASTOS DE PUBLICIDAD**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Trípticos	15,00	15,62	16,27	16,95	17,66
Hojas volantes	25,00	26,04	27,12	28,25	29,43
TOTAL	40,00	41,66	43,40	45,20	47,08

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

5.3.2.3 GASTOS MOVILIZACIÓN Y TRANSPORTE

**CUADRO N° 77
GASTO MOVILIZACIÓN Y TRANSPORTE**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Transporte	432	449,97	468,69	488,19	508,50
Total	432	449,97	468,69	488,19	508,50

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

5.3.3 GASTOS FINANCIEROS

5.3.4 GASTOS FINANCIEROS

Las fuentes de financiamiento pueden ser propias y mediante crédito o financiamiento externo de la microempresa. El financiamiento

propio es aquel que está conformado por los aportes de los socios que deseen forman parte de este proyecto; mientras que el financiamiento externo son los crédito que se realizaran a las instituciones financieras. La microempresa para su funcionamiento requiere de 55.922,38 de las cuales 25.922,38 será propio el cual será aportado por los socios de la microempresa, mientras que el restante que suma 30000 lo obtendremos mediante crédito a una institución financiera.

El crédito requerido para la puesta en marcha es de 30000, 5 años plazo al 12% anual y se amortizará de la siguiente manera:

CUADRO Nº 78
GASTOS FINANCIEROS

Nº	CAPITAL	MONTO	INTERÉS	CUOTA	SALDO
1	30000,00	500,00	300,00	800,00	29500,00
2	29500,00	500,00	295,00	795,00	29000,00
3	29000,00	500,00	290,00	790,00	28500,00
4	28500,00	500,00	285,00	785,00	28000,00
5	28000,00	500,00	280,00	780,00	27500,00
6	27500,00	500,00	275,00	775,00	27000,00
7	27000,00	500,00	270,00	770,00	26500,00
8	26500,00	500,00	265,00	765,00	26000,00
9	26000,00	500,00	260,00	760,00	25500,00
10	25500,00	500,00	255,00	755,00	25000,00
11	25000,00	500,00	250,00	750,00	24500,00
12	24500,00	500,00	245,00	745,00	24000,00
13	24000,00	500,00	240,00	740,00	23500,00
14	23500,00	500,00	235,00	735,00	23000,00
15	23000,00	500,00	230,00	730,00	22500,00
16	22500,00	500,00	225,00	725,00	22000,00
17	22000,00	500,00	220,00	720,00	21500,00
18	21500,00	500,00	215,00	715,00	21000,00
19	21000,00	500,00	210,00	710,00	20500,00
20	20500,00	500,00	205,00	705,00	20000,00
21	20000,00	500,00	200,00	700,00	19500,00
22	19500,00	500,00	195,00	695,00	19000,00
23	19000,00	500,00	190,00	690,00	18500,00

24	18500,00	500,00	185,00	685,00	18000,00
25	18000,00	500,00	180,00	680,00	17500,00
26	17500,00	500,00	175,00	675,00	17000,00
27	17000,00	500,00	170,00	670,00	16500,00
28	16500,00	500,00	165,00	665,00	16000,00
29	16000,00	500,00	160,00	660,00	15500,00
30	15500,00	500,00	155,00	655,00	15000,00
31	15000,00	500,00	150,00	650,00	14500,00
32	14500,00	500,00	145,00	645,00	14000,00
33	14000,00	500,00	140,00	640,00	13500,00
34	13500,00	500,00	135,00	635,00	13000,00
35	13000,00	500,00	130,00	630,00	12500,00
36	12500,00	500,00	125,00	625,00	12000,00
37	12000,00	500,00	120,00	620,00	11500,00
38	11500,00	500,00	115,00	615,00	11000,00
39	11000,00	500,00	110,00	610,00	10500,00
40	10500,00	500,00	105,00	605,00	10000,00
41	10000,00	500,00	100,00	600,00	9500,00
42	9500,00	500,00	95,00	595,00	9000,00
43	9000,00	500,00	90,00	590,00	8500,00
44	8500,00	500,00	85,00	585,00	8000,00
45	8000,00	500,00	80,00	580,00	7500,00
46	7500,00	500,00	75,00	575,00	7000,00
47	7000,00	500,00	70,00	570,00	6500,00
48	6500,00	500,00	65,00	565,00	6000,00
49	6000,00	500,00	60,00	560,00	5500,00
50	5500,00	500,00	55,00	555,00	5000,00
51	5000,00	500,00	50,00	550,00	4500,00
52	4500,00	500,00	45,00	545,00	4000,00
53	4000,00	500,00	40,00	540,00	3500,00
54	3500,00	500,00	35,00	535,00	3000,00
55	3000,00	500,00	30,00	530,00	2500,00
56	2500,00	500,00	25,00	525,00	2000,00
57	2000,00	500,00	20,00	520,00	1500,00
58	1500,00	500,00	15,00	515,00	1000,00
59	1000,00	500,00	10,00	510,00	500,00
60	500,00	500,00	5,00	505,00	0,00
TOTAL		30000,00	9150,00	39150,00	

Fuente: Banco Nacional del Fomento Elaborado por: La Autora

5.3.3.2 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

**CUADRO Nº 79
ACTIVO FIJO OPERATIVO**

ACTIVO FIJO	VALOR	VIDA ÚTIL	CUOTA DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
OPERATIVO								
Maquinaria y Equipo	1690,86	10 años	169,09	169,09	169,09	169,09	169,09	169,09
Equipo de Seguridad	481,88	10 años	48,19	48,19	48,19	48,19	48,19	48,19
Vehículo	16000,00	5 años	3200,00	3200,00	3200,00	3200,00	3200,00	3200,00
SUB TOTAL			3417,27	3417,27	3417,27	3417,27	3417,27	3417,27
ADMINISTRATIVO								
Muebles y Enseres	1578,36	10 años	157,84	157,84	157,84	157,84	157,84	157,84
Equipo de Computación	716,24	3 años	238,75	238,75	238,75	238,75		
Renovación de equipo de cómputo	746,04		373,02				373,02	373,02
Edificio	15000	20 años	750	750	750	750	750	750
SUB TOTAL			1519,60	1146,59	1146,59	1146,59	1280,86	1280,86
TOTAL			4936,87	4563,86	4563,86	4563,86	4698,13	4698,13

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.3.3.3 AMORTIZACIÓN

**CUADRO Nº 80
AMORTIZACIÓN**

AMORTIZACIONES	CUOTA AMORTIZACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Constitución	750	150	150	150	150	150
Estudio de Proyecto	500	100	100	100	100	100
TOTAL	1250	250	250	250	250	250

Elaborado por: La Autora

La depreciación de la maquinaria y equipo para la producción, equipos de seguridad, muebles y enseres se consideran a los 10 años. Los edificios se deprecian a los 20 años. El vehículo y los gastos de constitución son para cinco años y los equipos de computación para tres años (ver anexo H).

5.4 PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS, VENTAS Y FINANCIEROS

La proyección de gastos se realiza para los años de vida útil del proyecto con un crecimiento del 4,16%, tal como se demuestra a continuación:

**CUADRO Nº1
PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS, VENTAS Y FINANCIEROS**

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS	14.108,36	15.437,17	16.021,25	16.763,91	17.397,61
Sueldos Administrativos	12.019,40	13.319,41	13.873,49	14.450,63	15.051,78
Suministros de oficina	80,37	83,71	87,20	90,82	94,60
Servicios básicos	612,00	637,46	663,98	691,60	720,37
Depreciación	1.146,59	1.146,59	1.146,59	1.280,86	1.280,86
Amortización	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
GASTOS DE VENTAS	5.546,64	6.095,38	6.348,95	6.613,07	6.888,17
Sueldos en ventas	5.074,64	5.603,75	5.836,87	6.079,68	6.332,59
Publicidad	40,00	41,66	43,40	45,20	47,08
Movilización y transporte	432,00	449,97	468,69	488,19	508,50
GASTOS FINANCIEROS	3.270,00	2.550,00	1.830,00	1.110,00	390,00
Interés	3.270,00	2.550,00	1.830,00	1.110,00	390,00
TOTAL COSTOS Y GASTOS	22.925,00	24.082,55	24.200,21	24.486,98	24.675,78

Elaborado por: La Autora

5.5 PROYECCIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS

5.5.1 BALANCE GENERAL

**CUADRO Nº 82
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL**

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL MICROEMPRESA "MI TIERRA S.A."					
ACTIVOS			PASIVOS		
ACTIVO CORRIENTE			PASIVO LARGO PLAZO		
Bancos	3205,04		Préstamo por pagar	30000,00	
Total Activos Corrientes		3205,04	Total Pasivo Largo Plazo		30000
ACTIVO FIJO			PATRIMONIO		
Terreno	16000,00		Capital Social	25.922,38	
Edificio	15000,00		Total Patrimonio		25.922,38
Vehículo	16000,00				
Maquinaria y Equipo	1690,86				
Equipo de Computo	716,24				
Muebles y enseres	1370,51				
Equipo de seguridad	481,88				
Equipo de Oficina	207,85				
Total Activos Diferidos		51.467,34			
OTROS ACTIVOS			ACTIVO DIFERIDO		
Gastos de Constitución	750,00				
Estudio del Proyecto	500,00				
Total Otros Activos		1250,00			
TOTAL ACTIVOS		55.922,38	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		55.922,38

Elaborado por: La Autora

5.5.2 ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL

**CUADRO Nº 83
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL**

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES MICROEMPRESA "MI TIERRA S.A."					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	63576,86	73009,38	79848,90	87329,14	95510,14
Otros ingresos	302,10	314,67	327,76	341,39	355,59
TOTAL INGRESOS	63878,96	73324,05	80176,66	87670,53	95865,73
(-) COSTOS PROYECTADOS	12540,46	13.702,70	14.277,67	14.876,97	15.530,06
(=) UTILIDAD BRUTA PROYECTADA	51338,50	59621,35	65898,99	72793,56	80335,67
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	12.711,77	13240,58	13791,39	14738,13	15335,72
(-) GASTOS DE VENTAS	5.546,64	5777,38	6017,72	10268,06	10528,81
(=) UTILIDAD OPERATIVA PROYECTADA	28143,21	35666,51	41153,00	47089,24	53773,01
(-) INTERESES	3270,00	3406,03	3547,72	3695,31	3849,03
(=) UTILIDAD ANTES 15% PL	24873,21	32260,48	37605,28	43393,93	49923,98
(-) 15% PL	3730,98	4839,07	5640,79	6509,09	7488,60
(=) UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	21142,23	27421,41	31964,49	36884,84	42435,38
(-) IMPUESTO A LA RENTA	0	0	0	0	0
(=) UTILIDAD NETA PROYECTADA	21142,23	27421,41	31964,49	36884,84	42435,38

Elaborado por: La Autora

5.5.3 ESTADO DE FLUJO DE CAJA

El flujo de Caja evalúa ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la microempresa en un período determinado.

**CUADRO N° 84
FLUJO DE CAJA**

	FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN					
DETALLE	AÑO 0	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión inicial	-55922,38					
Fuente de Ingresos						
Utilidad Neta Proyectada		21142,23	27421,41	31964,49	36884,84	42435,38
Depreciación Activo Fijo		4563,86	4563,86	4563,86	4698,13	4698,13
Valor de Rescate						4.379,49
TOTAL INGRESOS	0	25706,09	31985,27	36528,35	41582,98	51513,01
EGRESOS						
Pago del Principal		6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
TOTAL EGRESOS	0	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
FLUJO NETO	-55922,38	19706,09	25985,27	30528,35	35582,98	45513,01

Elaborado por: La Autora

5.6 EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

La rentabilidad de un proyecto se puede medir de algunas formas; en unidades monetarias, porcentajes o tiempo que demora la recuperación de la inversión, esto permite bajar el riesgo de la inversión, es necesario conocer las tasas y valores que muestran: el valor actual neto, tasa interna de retorno, relación costo/beneficio, el tiempo de recuperación de la inversión.

5.6.1 DETERMINACIÓN DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

Esta tasa se la determinó de la siguiente manera: conociendo el capital propio y el financiado se obtuvo la tasa pasiva y activa para cada uno, realizando cálculos matemáticos se obtuvo el costo de oportunidad para luego aplicar la fórmula y determinar la tasa de rendimiento medio.

**CUADRO N°5
TASA DE RENDIMIENTO MEDIO**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	25922,38	46,35	8	370,83
Inversión Financiada	30000,00	53,65	12	643,75
TOTAL	55922,38	100,00		1014,58

Elaborado por: La Autora

Datos:

Ck (Costo de Oportunidad) = 10,15

If (inflación) = 4,16

TRM = ((1+Ck)(1+If)-1)

TRM = 0,147279 **TRM = 14,73%**

5.6.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

**CUADRO N° 86
VALOR ACTUAL NETO**

AÑOS	INVERSIÓN INICIAL	FLUJOS NETOS	FACTOR	FLUJO ACTUALIZADO
	-55922,38			-55922,38
1		19706,09	1,1472789807	17176,37
2		25985,27	1,3162490596	19741,91
3		30528,35	1,5101048794	20216,05
4		35582,98	1,7325115868	20538,38
5		45513,01	1,9876741274	26922,42
		165315,69		48672,75

Elaborado por: La Autora

$$VAN = < Inversión > + \frac{\sum FCN}{(1+i)^1} + \frac{\sum FCN}{(1+i)^2} + \frac{\sum FCN}{(1+i)^3} \dots + \frac{\sum FCN}{(1+i)^n}$$

El VAN es positivo y mayor a cero, esto significa que el proyecto si es factible, porque después de recuperar la inversión inicial se ganará \$48.672,75.

5.6.3 TASA INTERNA DE RETORNO

**CUADRO N° 87
TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑOS FLUJOS	FLUJOS NETOS	POSITIVO 41%	NEGATIVO 43%
0	-55922,38	-55922,38	-55922,38
1	19706,09	13975,95	13780,48
2	25985,27	13070,40	12707,35
3	30528,35	10890,45	10439,87
4	35582,98	9002,56	8509,38
5	53513,01	9602,05	8949,10
TOTAL	109393,31	619,03	-1536,20

Elaborado por: La Autora

La TIR calculada es del 42% y es mayor a la tasa de rendimiento medio que corresponde a 14,73%, afirmando la factibilidad del proyecto.

5.6.4 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Este elemento de evaluación financiera permite conocer en qué tiempo se recuperará la inversión inicial, tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados que se generan en cada periodo de la vida útil del proyecto.

INVERSIÓN = -55922,38

**CUADRO N° 88
PERIODOS DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN
FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS**

AÑOS FLUJO	FLUJOS NETOS	
1	19706,09	19767,49
2	25985,27	25985,27
3	30528,35	
4	35582,98	
5	53513,01	
	165315,69	

Elaborado por: La Autora

La inversión inicial que se realizará en la Microempresa, se recuperará en 2 años, 8 meses y 6 días, es decir que el negocio es rentable.

5.6.5 BENEFICIO – COSTO

**CUADRO Nº 89
BENEFICIO COSTO**

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	63878,96	43.397,33	55677,64	37825,62
2	73324,05	45.202,66	55704,78	34340,77
3	80176,66	47.083,09	53090,52	31176,98
4	87670,53	49.041,75	50599,43	28304,66
5	95865,73	51.081,89	48225,69	25696,97
TOTAL	400915,93	235806,73	263298,06	157345,00

Elaborado por: La Autora

$$B/C = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

Esta relación refleja que por cada dólar invertido se recupera 1,67 USD es decir gana 0,67 centavos de dólar, retorno de la inversión.

5.6.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

**CUADRO Nº 90
PUNTO DE EQUILIBRIO**

Costos fijos	53274,05
Precio de venta unitario	1,04
Costo variable unitario	0,03
Punto de equilibrio	52746

Elaborado por: La Autora

$$PE (u) = \frac{CF}{PVu - CVu}$$

$$PE (u) = 52.747$$

$$PE(\$) = PE(U) * PVPu$$

$$PE(\$) = 54.856,45$$

El punto de equilibrio indica que la microempresa al producir 52.747 unidades le permiten recuperar la inversión fija y costos fijos.

5.7 SÍNTESIS DE EVALUACIÓN FINANCIERA

**CUADRO N° 91
SÍNTESIS EVALUACIÓN FINANCIERA**

INDICADORES FINANCIEROS	RESULTADO
VAN	\$48672,75
TIR	42%
PUNTO DE EQUILIBRIO (u)	52.747
RETORNO DE LA INVERSIÓN	2 años, 8 meses, 6 días
BENEFICIO- COSTO	1,67

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO VI

6 PROPUESTA ESTRATÉGICA

6.1 ASPECTO LEGAL DE LA MICROEMPRESA

En este capítulo se definirá todas las características necesarias para la conformación e identificación de la microempresa, como también la razón de ser de la misma, las estructuras y estilos de dirección, las políticas de administración del personal y de participación del grupo empresarial con el fin de cumplir con todos los objetivos propuestos

6.2 ANÁLISIS INTERNO DE LA MICROEMPRESA

6.2.1 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

La nueva microempresa tiene el nombre de “MI TIERRA”

ILUSTRACIÓN N° 23



Elaborado por: La Autora

6.2.2 TITULARIDAD DE PROPIEDAD DE LA MICROEMPRESA

“DE MI TIERRA” será una entidad con personería jurídica, puesto que estará legalmente constituida como una microempresa con

responsabilidad limitada, conformada por cuatro socios, quienes toman las decisiones y responden por las obligaciones que contraiga la entidad.

6.2.2.1 CLASE DE ACTIVIDAD

El objetivo en la cual se enfoca la microempresa "MI TIERRA", es agrícola, puesto que su finalidad es la producción de la yuca y comercialización de la harina de yuca brindando a la clientela un producto de excelente calidad y con precios accesibles.

6.2.2.2 APORTACIONES DE LOS SOCIOS

Los aportes de los socios se depositarán en una cuenta especial de "Integración de Capital", que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación.

6.2.2.3 ESCRITURA PÚBLICA Y CONSTITUCIÓN

De la escritura Pública de cesión se sentará razón al margen de la inscripción referente a la constitución de la sociedad, así como al margen de la matriz de la escritura de constitución en los respectivos protocolos del notario.

6.2.3 REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA

La microempresa se formara con cuatro socios será administrada por la Asamblea General de Socios. A continuación se detalla los datos personales de los socios que conformarán la microempresa y declaran su voluntad propia de ser parte de la misma, asumiendo la responsabilidad y sujetándose al control de la Superintendencia de Compañías.

CUADRO N° 92 SOCIOS

NOMBRE	APELLIDO	NACIONALIDAD	ESTADO CIVIL	DIRECCIÓN
Diana	Nastacuaz	ecuatoriana	Soltera	Ibarra
Pablo	Padilla	ecuatoriano	Soltero	Mascarilla
Jamileth	Anchico	ecuatoriana	Soltera	Mascarilla
Anthony	Yépez	ecuatoriano	Soltero	Mascarilla

Elaborado por: La Autora

6.2.3.1 OBLIGACIÓN SOCIAL

Los socios tienen como obligación aportar individualmente el valor de \$13.980,60 que entre los cuatro da la inversión total.

6.2.3.2 EL PLAZO

La duración del contrato social de la compañía es de cinco años mínimo, a contarse desde la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resuelve la Junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

6.2.4 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

6.2.4.1 REGISTRO DE CONTRIBUYENTES(RUC)

Los requisitos para obtener el RUC son los siguientes:

- a. Copia y original de la cédula de identidad del representante legal.
- b. Copia y original de la última papeleta de votación.
- c. Copia y original de un documento que certifique la dirección domiciliaria actual o donde desarrolle su actividad económica, que puede ser una planilla de agua, luz o teléfono.
- d. Llenar formulario.

6.2.4.2 PATENTE MUNICIPAL

Para obtener la patente municipal para sociedades se necesita los siguientes requisitos:

- a. RUC original y copia
- b. Copia de cédula ciudadanía y certificado de votación
- c. Apellidos y nombres del propietario del predio donde funciona la actividad económica.
- d. Declaración juramentada de inicio de actividades.
- e. Escritura de constitución.
- f. Informe de la Inspección.

6.2.4.3 OBTENCIÓN DEL PERMISO DE BOMBEROS

Los requisitos para obtener el permiso de bomberos son:

- a. Informe favorable de inspección, realizada por el señor inspector del Cuerpo de Bomberos
- b. Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal
- c. Copia del RUC
- d. Copia de la Patente Municipal

6.2.4.4 OBTENCIÓN DEL PERMISO DE SALUD PÚBLICA

Para obtener el permiso de salud pública se necesita lo siguiente:

- a. Solicitud por escrito al Director de Salud Provincial del Carchi, solicitando la inspección para la apertura del establecimiento.
- b. Ficha de inspección
- c. Permiso del Cuerpo de bomberos y Patente Municipal
- d. Copia del RUC
- e. Certificados de salud de todos los empleados (original y copia)
- f. Copia de la cédula y papeleta de votación del Representante Legal.

6.2.5 MISIÓN

“MI TIERRA” es una microempresa dedicada a la producción y comercialización de harina de yuca en el cantón Mira, manteniendo características de origen y calidad exigidas por el mercado, que aseguran una relación personal, justa y transparente con nuestros clientes, proveedores, la comunidad y el medio ambiente.”

6.2.6 VISIÓN

“En los próximos cinco años se espera alcanzar el crecimiento sustentable especializado en la producción de la harina de yuca a nivel local y regional, aprovechando nuestra experiencia y armonía organizacional, que sirvan de base para la formación de un grupo empresarial y familiar que impulse iniciativas para mejorar las condiciones nutricionales, culturales, de educación y medio ambiente tanto para sus miembros como para la comunidad, sus clientes y proveedores.”

6.2.7 OBJETIVO DE LA MICROEMPRESA

- Brindar un producto de excelente calidad para satisfacer las expectativas de nuestros clientes
- Generar fuentes de empleo a los habitantes de la comunidad para un mejor desarrollo económico.
- Crear estrategias para aumentar las ventas y tener una mayor ganancia.
- Participar en las capacitaciones que brindan los organismos del Estado.
- Buscar el desarrollo y mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes del sector de Bellavista.
- Presentar el producto de forma novedosa para llamar la atención del consumidor.
- Optimizar los recursos humanos, materiales y económicos.

6.2.8 POLÍTICAS

- Mantener un programa de capacitación personal, administrativo de producción y de comercialización.

- Realizar reuniones flash para evaluar su desempeño y conocer sus necesidades.
- Evaluar los aspectos financieros y tomar dicciones correctivas sobre la marcha del negocio.

6.2.9 PRINCIPIOS

➤ TRABAJO EN EQUIPO

La microempresa estará constituida por un grupo de personas capacitadas, persistentes que afronten los diferentes problemas y den soluciones garantizando el buen desempeño laboral de la organización.

➤ MEJORAMIENTO CONTINUO

La microempresa estará constantemente innovando y aplicando otras formas de presentación del producto, logrando así un mejoramiento continuo, a través de la calidad del producto.

➤ COMPETITIVIDAD

La harina de yuca tendrá un precio atractivo y competitivo en el mercado, utilizando la experiencia de técnicos desde su cultivo hasta obtener el producto terminado.

6.2.10 VALORES

➤ COMUNICACIÓN

Este valor es muy importante para un adecuado funcionamiento y crecimiento empresarial con esto conoceremos posibles fallas o deficiencias en las diferentes áreas de la microempresa.

➤ HONESTIDAD

Todo desempeño laboral será transparente y honesto en cada uno de sus actos para las industrias, clientes y organismos de control, generando un ambiente ético con el personal, captando y teniendo como resultado; usuarios conformes y fieles al servicio.

➤ **COMPROMISO**

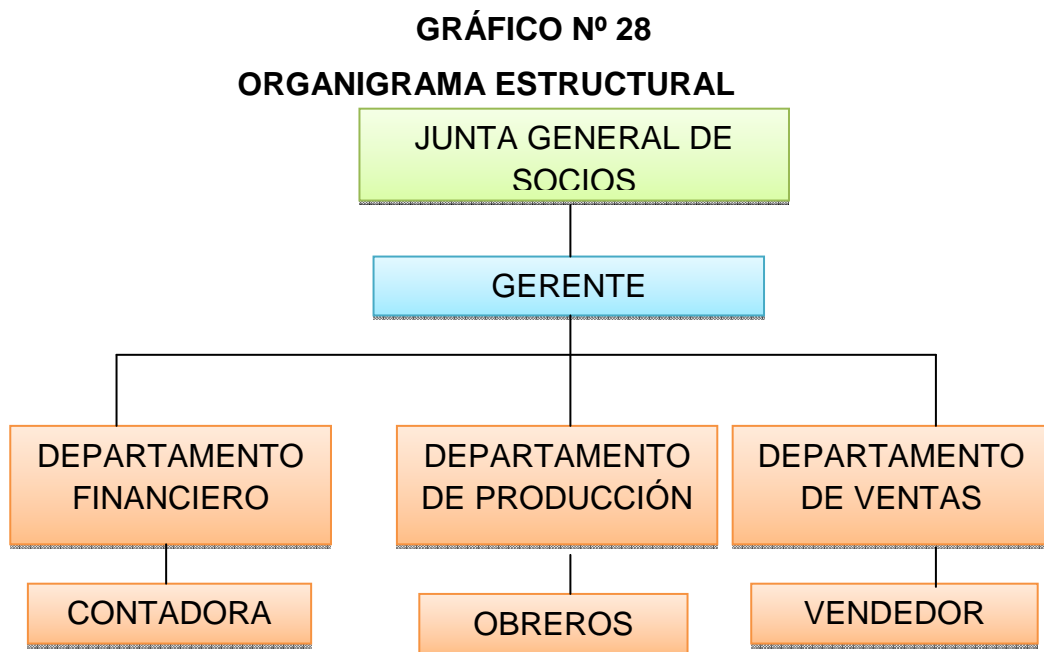
Llegar más allá de lo prometido no cumplir por obligación y poner en práctica todos los conocimientos para sacar adelante el trabajo que se ha confiado a la organización.

➤ **RESPONSABILIDAD**

Cada uno de nosotros debemos acatar las diferentes reglas de la empresa al cumplir un determinado trabajo, para entregarlo en el plazo indicado y mantener a los clientes satisfechos con un servicio de calidad.

6.2.11 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Dentro de la empresa es muy importante contar con un organigrama de tipo estructural, ya que ayuda a organizar y asignar las funciones que le corresponde a cada funcionario.



Elaborado por: La Autora

6.2.12 NIVELES OPERATIVOS

6.2.12.1 NIVEL ADMINISTRATIVO

Los niveles administrativos establecen las funciones y responsabilidades que tienen los integrantes dentro de la empresa para su buen funcionamiento.

La estructura orgánica presenta los siguientes niveles jerárquicos:

- a. Nivel Legislativo
- b. Nivel Ejecutivo
- c. Nivel Auxiliar
- d. Nivel Operativo

★ NIVEL LEGISLATIVO

Está conformado por la Asamblea General de socios integrada por los cuatro socios de la microempresa y son los responsables de la orientación de la misma para conseguir los objetivos que se persigue, el cual es brindar un producto de excelente calidad en la ciudad de Mira.

★ NIVEL EJECUTIVO

Lo conforma el Gerente, y es quien ejerce a representación legal y su misión es de fijar estrategias y políticas para conseguir los objetivos, administrando los recursos disponibles (humanos, financieros y técnicos), coordinando las actividades de las diferentes unidades.

★ NIVEL AUXILIAR

El nivel administrativo está integrado por la unidad de Contabilidad, y está a cargo de las acciones administrativas y financieras necesarias para el correcto funcionamiento de la microempresa, mediante la emisión, investigación e interpretación rápida de los recursos financieros que se poseen.

★ NIVEL OPERATIVO

Nivel operativo que lo integran las unidades de ventas, técnico agrícola y obreros, serán los responsables de ejecutar los planes para cumplir con los objetivos y metas que se ha trazado la microempresa.

6.2.13 ORGÁNICO FUNCIONAL

MANUAL DE FUNCIONES MICROEMPRESA "MI TIERRA"



ASAMBLEA GENERAL DE SOCIOS

FUNCIONES

- Reunirse por lo menos una vez cada quince días.
- Elaborar los estatutos dentro de los cuales se regirá las labores de la microempresa.
- Tomar decisiones en lo referente al buen manejo de la entidad.
- Programar objetivos a corto plazo de las actividades de la microempresa con la finalidad de llegar a los consumidores de la ciudad de Mira.
- Nombrar el gerente y tomar decisiones sobre la buena marcha de la empresa.
- Llevar un registro de todas sus reuniones y decisiones en un libro de actas.

**MANUAL DE FUNCIONES
MICROEMPRESA "MI TIERRA"**



**NIVEL EJECUTIVO
GERENTE**

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO: Es el responsable de representar a la empresa ante las leyes que rigen la actividad de la misma, además es el encargado de planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar la buena marcha de la empresa para lograr los objetivos planteados.

FUNCIONES

- Representante legal en todos los actos públicos y privados.
- Liderar el equipo de trabajo a su responsabilidad.
- Presidir las reuniones del equipo de trabajo.
- Coordinar los programas de capacitación del personal.

PERFIL

- De 3a 35 años
- Sexo indistinto
- Estudios en administración o carreras afines
- Experiencia mínima de 3 años

COMPETENCIAS

- tica profesional
- Honestidad
- Responsabilidad
- Capacidad para liderar

MANUAL DE FUNCIONES MICROEMPRESA "MI TIERRA"



NIVEL AUXILIAR CONTADOR

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO: Estar encargada de llevar las cuentas de la empresa, presentar estados financieros, presupuestos, pago de nómina, proveedores y demás acreedores que tenga la empresa as mismo del registro diario de cada una de las operaciones y su archivo.

FUNCIONES

- Recopilar, la información financiera para realizar las declaraciones fiscales.
- Preparar la documentación y los informes correspondientes.
- Asesorar al Gerente y a la Junta General de Socios en aspectos contables
- Entregar cheques a proveedores y beneficiarios.
- Mantener de forma ordenada el archivo de contabilidad.

PERFIL

- Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, CPA.
- Edad de 25 a 35 años
- Experiencia 2 años en cargos similares
- Buenas relaciones humanas
- Manejo de sistemas contables
- Conocimiento leyes tributarias

COMPETENCIAS

- Confidencialidad de la información
- Actualización permanente
- Capacidad de interpretación de la información financiera
- Actualización permanente
- Capacidad de interpretación de la información financiera

MANUAL DE FUNCIONES
MICROEMPRESA “MI TIERRA”



NIVEL OPERATIVO
JEFE DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN DEL CARGO: Ser el encargado de dirigir y coordinar los procesos de producción, empaque del producto, y manejo de inventarios; así como implementación de proyectos y propuestas para el desarrollo de la empresa

FUNCIONES

- Panificar y elaborar cronograma de actividades
- Solucionar problemas de producción
- Controlar el consumo de la materia prima, uso de mano de obra, cantidad y calidad del producto, perdidas en tiempo de operación
- Informar oportunamente a la gerencia sobre los aspectos relacionados con la producción
- Controlar que cada proceso este correctamente ejecutado

PERFIL

- Ingeniero agrónomo
- Solucionar problemas de producción.
- Experiencia mínima 2 años en cargos afines.
- Dispuesto a trabajar bajo presión.
- Edad entre 25 y 35 años.

COMPETENCIAS

- Profesionalismo
- Habilidad para el manejo del personal y trabajo en equipo.
- Capacidad para el análisis

**MANUAL DE FUNCIONES
MICROEMPRESA "MI TIERRA"**



**NIVEL OPERATIVO
OBREROS DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO: Realizar operaciones básicas de fabricación, y empaque y almacenamiento del producto.

FUNCIONES

- Elaboración de la Harina de yuca.
- Selección de materias primas e insumos
- Entrega de productos terminados en el tiempo requerido y de la calidad deseada.
- Mantenimiento y aseo del área de producción.
- Aplicar eficientemente cada proceso para la elaboración de la harina.
- Optimizar tiempos y costos en la producción.

PERFIL

- Bachiller
- Edad entre 24 y 4aos
- Experiencia en trabajos similares de 2 años.
- Dispuesto a trabajar bajo presión.

COMPETENCIAS

- Ética profesional
- Responsable, puntual y honesto.
- Se reportar directamente al jefe de producción.

**MANUAL DE FUNCIONES
MICROEMPRESA "MI TIERRA"**



**NIVEL OPERATIVO
VENDEDOR**

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO: Encargado de implementar estrategias de posicionamiento en el mercado de los productos que comercialice la microempresa, mantener y promocionar la imagen corporativa de la misma.

FUNCIONES

- Entregar reportes de ventas.
- Responsable en la venta y promoción del producto de la microempresa.
- Informar oportunamente a gerencia para la toma de decisiones.
- Participar en las reuniones y ferias con voz informativa.
- Abrir nuevas plazas para el producto.
- Mantener un carácter apropiado para la atención al cliente.

PERFIL

- Bachiller
- Experiencia en ventas mínimo 3 años
- Edad entre 24 y 35 años
- Dispuesto a trabajar bajo presión

COMPETENCIAS

- Profesionalismo.
- Ser honrado.
- Habilidad para las ventas.

CAPÍTULO VII

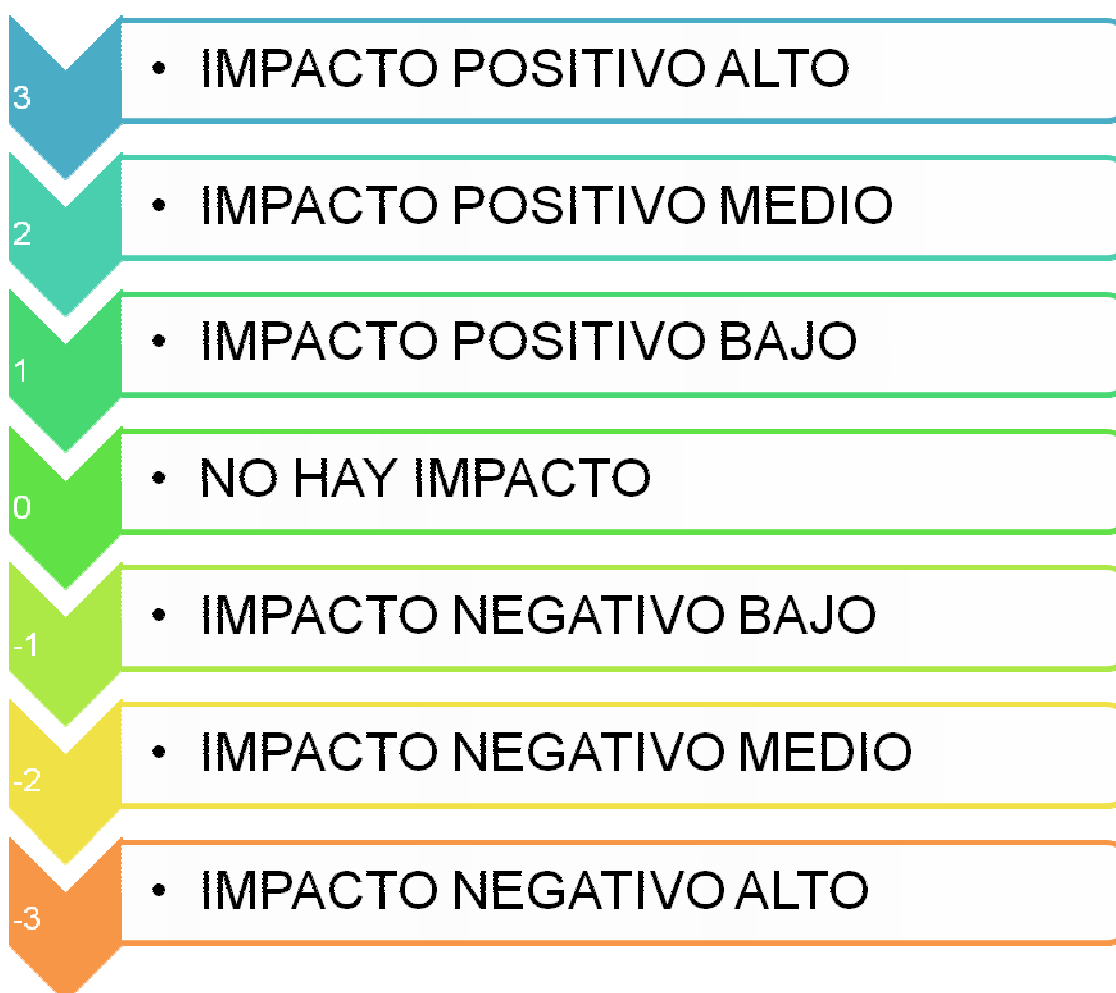
7 IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1 ANÁLISIS DE IMPACTOS

Para la valoración de los impactos del proyecto se utilizará una matriz de impactos para cada uno de los aspectos y sus elementos de estudio. La valoración se dará según los niveles de impacto que se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO Nº 93

VALORACIÓN DEL NIVEL DE IMPACTO



Elaborado por: La Autora

7.2 IMPACTO SOCIAL

**CUADRO N° 94
IMPACTO SOCIAL**

Nº	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Generar fuentes de empleo							x
2	Mejorar el nivel de vida							x
3	Contribuir al desarrollo socio económico de la ciudad						x	
4	Brindar estabilidad familiar						X	
	TOTAL						4	6

Elaborado por: La Autora

$$\Sigma \text{Indicador} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{10}{4} = 2,5 \quad \text{Impacto Positivo Alto}$$

GENERAR FUENTES DE EMPLEO

Esta microempresa de producción de harina de yuca, promoverá fuentes de empleo para las familias de la ciudad de Mira, debido a que se utilizara mano de obra calificada y no calificada local, aportando el índice de desempleo en el cantón.

MEJORAR EL NIVEL DE VIDA

La calidad de vida tendrá un efecto positivo para los miembros de la microempresa, ya que por su estabilidad laboral permitirá a los trabajadores contar con nuevas expectativas personales generando nuevas alternativas de empleo.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO SOCIO-ECONÓMICO DE LA CIUDAD

Es de gran ayuda ya que los alienta a otros microempresarios a invertir, a mejorar su negocio, a trabajar mejor para enfrentar a la competencia con productos de calidad, que incentive a la gente a apreciar los productos nacionales y a tener esperanza de que se vengán tiempos mejores.

BRINDAR ESTABILIDAD FAMILIAR

Este aspecto permitirá que las familias de los empleados cuenten con un ingreso fijo que ayude a cubrir las necesidades básicas como son las de alimentación, salud, educación, vestido y vivienda.

El impacto social que el proyecto generara tiene una valoración de “IMPACTO POSITIVO ALTO”

7.3 IMPACTO ECONÓMICO

CUADRO Nº 95
IMPACTO ECONÓMICO

Nº	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Generar rentabilidad alta							x
2	Disminuir los costos de producción							
3	Incentivar al consumo							x
4	Fomentar la reinversión					x		x
	TOTAL					1		9

Elaborado por: La Autora

$$\Sigma \text{Indicador} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{10}{4} = 2,5 \quad \text{Impacto Positivo Alto}$$

GENERAR ALTA RENTABILIDAD

Es un negocio rentable a un corto plazo no muy difícil de emprenderlo; el estudio de mercado demuestra que si existe una demanda insatisfecha por lo que el producto tendrá una aceptación favorable y por ende convirtiéndose en un proyecto rentable.

DISMINUIR LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN

Como se apreció en los anteriores estudios económicos-financieros se puede establecer que en el proyecto sus costos de producción no son muy altos, con respecto a sus ingresos.

🚧 INCENTIVAR AL CONSUMO

A través de la comercialización de este producto se va a lograr que los consumidores decidan adquirir el producto “HARINA DE YUCA” tanto por su precio, su calidad y el beneficio nutricional que este tubérculo ofrece.

🚧 FOMENTAR LA REINVERSIÓN

Las utilidades generadas por el proyecto estarán destinadas en un porcentaje a la reinversión, en el cuidado permanente de la microempresa, sea esta en infraestructura u otras inversiones que permitan el crecimiento de la entidad.

El nivel de impacto económico que genera el proyecto tiene una calificación de “Impacto Positivo Alto” (3).

7.4 IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO Nº 96
IMPACTO AMBIENTAL

Nº	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Mayor aprovechamiento de recursos							X
2	Disminuir la contaminación del agua			x				
3	Reducir la contaminación del suelo para mantener su preservación			x				
4	Contrarrestar la contaminación del aire		x					
	TOTAL		-2	-2				3

Elaborado por: La Autora

$$\Sigma \text{Indicador} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{-1}{4} = -0,25 \text{ Impacto Negativo Bajo}$$

MAYOR APROVECHAMIENTO DE RECURSOS

La microempresa no generará desperdicios tóxicos, y se busca maximizar la utilización de los desechos comunes como abonos para plantas, y alimento para los animales.

DISMINUIR LA CONTAMINACIÓN AL AGUA

A este indicador se lo califico como impacto negativo bajo, porque las emisiones sobre el agua al momento de la producción suelen estar provocadas por las tareas de limpieza de la maquinaria y equipo.

REDUCIR LA CONTAMINACIÓN DEL SUELO PARA MANTENER SU PRESERVACIÓN

La contaminación al suelo se calificó como impacto negativo bajo, porque durante el proceso de cultivo del tubérculo se lo realizara sin la utilización de productos químicos para evitar la disminución de la vegetación.

CONTRARRESTAR LA CONTAMINACIÓN AL AIRE

La contaminación al aire se valoró como impacto negativo medio, por las emisiones desde distintos focos emisores de contaminación que pueden alterar su equilibrio hasta el punto de perturbar la estabilidad del medio y salud.

El nivel de impacto ambiental que genera el proyecto tiene una calificación de “Impacto Negativo Bajo”.

7.5 IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO N° 97
IMPACTO EMPRESARIAL

N°	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Desarrollar estrategias innovadoras							x
2	Ampliar la cobertura hacia nuevos mercados							x
3	Brindar un producto de excelente calidad							x
	TOTAL							9

Elaborado por: La Autor

$$\sum \text{Indicador} = \frac{9}{9} = 3 \text{ Impacto Positivo Alto}$$

DESARROLLA DE DE ESTRATEGIAS INNOVADORAS

El proyecto ofrece ideas innovadoras para el sector micro empresarial puesto que se va a tomar los factores importantes que no son considerados por las demás microempresas como fuente principal para la captación de mayores consumidores y distribuidores del producto, como es la publicidad y la calidad que va a tener el producto.

AMPLIAR LA COBERTURA HACIA NUEVOS MERCADOS

El excelente resultado de la creación de una microempresa de producción y comercialización de harina de yuca en el cantón Mira, permitirá buscar nuevos mercados, en el norte del país, que nos beneficie positivamente.

BRINDAR UN PRODUCTO DE EXCELENTE CALIDAD

El producto que comercializará la microempresa debe tener un alto índice de calidad pues es de consumo masivo, y de la ingesta de este depende la salud de los consumidores.

El nivel de impacto empresarial que genera el proyecto tiene una valoración de “Impacto Positivo Alto”.

7.6 IMPACTO GENERAL

**CUADRO Nº 98
IMPACTO GENERAL**

INDICADORES	VALORACIÓN							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Social							X	
Económico							X	
Ambiental			X					
Empresarial							X	
TOTAL			-1				9	8

Elaborado por: La Autora

$$\Sigma \text{Indicador} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{8}{4} = 2 \text{ Impacto Positivo Medio}$$

ANÁLISIS

Una vez analizados los diferentes impactos sobre sus efectos que pueden causar en la ejecución del proyecto indican que favorecen de manera positiva al sector, dando énfasis en la creación de la microempresa, además aporta con el desarrollo y progreso socio-económico de la comunidad.

CONCLUSIONES

- Respecto al diagnóstico situacional se logró concretar que el entorno donde se llevara a cabo el proyecto cuenta con las condiciones óptimas para el desarrollo del mismo. Además se conoció aspectos históricos de la comunidad, su geografía, costumbres, población y las actividades a las que se dedican.
- El marco teórico a través de las consultas bibliográficas proporcionó la información necesaria para realizar el respectivo análisis de cada uno de los términos del tema de investigación, ayudando así a despejar dudas y tener una mejor comprensión, para continuar con el desarrollo del mismo.
- El estudio de mercado, permitió demostrar la existencia de una demanda potencial significativa a satisfacer, que fácilmente puede ser captada por la nueva microempresa a constituirse. Además el estudio proporcionó valiosa información relacionada con la demanda, oferta, precios y formas de comercialización, con el fin de lograr la satisfacción de los posibles clientes.
- El estudio técnico permitió determinar el tamaño óptimo del proyecto, la materia prima es de fácil accesibilidad y de alta calidad, en cuanto a la maquinaria y equipos no son muy sofisticados, es decir, que se pueden adquirir a precios bajos y se los encuentra en el medio, el talento humano está muy bien capacitado y comprometido con la visión y misión de la empresa.
- Con la realización del estudio económico – financiero para la creación de la microempresa de producción y comercialización de harina de yuca evidencia que es un proyecto factible ya que garantiza el éxito de su ejecución aportando así el buen vivir de la población de la ciudad de Mira.

- La estructura organizativa de la microempresa “MI TIERRA” consta de cuatro niveles; legislativo, ejecutivo, operativo y administrativo; en los cuales se desarrollaran las actividades destinadas para cada nivel con sus respectivas funciones mismas que deben ser bien desarrolladas para el funcionamiento adecuado de la microempresa.
- Al evaluar los impactos que generará la implementación del proyecto el resultado es positivo, esto quiere decir que se generará más situaciones favorables que desfavorables, tanto para el proyecto como para el entorno, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

RECOMENDACIONES

- En lo referente al lugar en que se ejecutará el proyecto, se logró identificar los beneficios que este posee como un gran atractivo geográfico y climático, pues estos factores ayudan al cultivo y producción de la harina de yuca. Además la comunidad cuenta con la mano de obra apropiada para incorporarla a la microempresa. Por tal motivo se recomienda la ejecución del proyecto en el sitio estudiado.
- Se debe continuar investigando, para ampliar la teoría existente sobre este importante tema, y además para dotar a la microempresa de información adecuada y oportuna sobre el comportamiento del consumidor nuevas técnicas o sistemas de trabajo, nuevas tecnologías empleadas en la producción de la harina de yuca, así como también nuevas técnicas de manejo empresarial en este tipo de negocios.
- En la zona a ejecutarse el proyecto existe una demanda significativa, la cual puede ser satisfecha con un buen producto; y aún más cuando la oferta de cereales en la zona no es similar al de la propuesta; teniendo así la nueva microempresa ventajas para lograr posicionarse en el mercado y promocionar sus productos, el mismo que serán de calidad.
- El diseño de la microempresa debe ser acorde a las necesidades propias de la misma, por lo que debe ser construida con material apropiado y de alta confiabilidad, para de esta manera convertirse en un verdadero atractivo para quienes visiten sus instalaciones.
- Con respecto a la inversión del proyecto, al empezar la actividad es un monto considerable, pero en poco tiempo será recuperado.

Se propone a los inversionistas o socios realizar el proyecto con toda seguridad, debido a que, se obtendrá beneficios en corto tiempo y se brindará empleo.

- Es importante en el aspecto organizativo de la microempresa tener establecido todos los parámetros de organización y funcionamiento; designando, estatutariamente, todas las responsabilidades de cada empleado, para evitar problemas en el desarrollo de las actividades.
- Se deberá mantener los niveles positivos de impactos y diseñar un plan de contingencias en caso de que en la realización del proyecto existieran variaciones, para así evitar cualquier inconveniente.

BIBLIOGRAFÍA

- BESLEY, Scott, Brigham, Eugene, 2009, FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA, Editorial Cengage Learning, 14^o Edición, México.
- CÓDIGO TRIBUTARIO, 2010, Legislación Conexa, Concordancias, Editorial de la Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito-Ecuador.
- CHILQUINGA, Jaramillo, Manuel; 2007, COSTOS, Primera Edición, Ibarra- Ecuador.
- DÍAZ, Flor; MEDELLÍN, Víctor; ORTEGA, Jorge, 2009, PROYECTOS FORMULACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN, Editorial Alfaomega, Bogotá-Colombia.
- LAWRENCE J, Gitman; 2007, Principios de Administración Financiera, Editorial Pearson, Decima primera edición, México.
- ZAPATA, Pedro, 2008, Contabilidad General sexta edición Editorial McGraw Colombia.
- Archivos de la junta parroquial comunidad de Mascarilla

LINCOGRAFÍA

- http://www.mira.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=64:municipio-de-mira-ayuda-al-mejoramiento-de-viviendas&catid=12:cnoticias&Itemid=5
- <http://www.monografias.com/trabajos88/produccion-yuca/produccion-yuca.shtml>
- <http://tiie.com.mx/tasa-de-interes-efectiva-promedio-ponderada/>
- <http://www.slideshare.net/hugoaranda/proyecto-de-inversion-1667418>
- http://3.bp.blogspot.com/_ZeB1os64y3E/SZ2HnOnffil/AAAAAAAAABE/KbHOeWjL4tk/s1600-h/Mapa_Carchi.jpg
- www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html
- http://www.ecuarural.gov.ec/ecuagro/paginas/PRODUCTOS/WEB_ULPI/Manual_Yuca/Manual_%20yuca.htm#yucaun
- www.mira.gob.ec
- <http://www.pequenaindustria.com.ec/>
- <http://www.monografias.com/trabajos11/pymes/pymes.shtml>
- <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/191/3/CAPITULO%20II.pdf>
- www.promonegocios.net
- www.gerencie.com

- <http://www.bce.fin.ec/documentos/.../Catalogo/.../ae37.pdf>
- www.angelfire.com
- <http://www.rlc.fao.org/es/agricultura/aup/tecno.htm>
- <http://www.supercias.gov.ec/>
- http://www.inec.gov.ec/c/document_library/get
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Máquina](http://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%A1quina)
- www.sri.gob.ec/web/guest/home
- <http://www.gestopolis/microempresa.com/>

**A
N
E
X
O
S**

Anexo A
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE MIRA

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como objetivo realizar un estudio diagnóstico sobre la factibilidad del consumo de harina de yuca en la ciudad de Mira, mediante la recopilación, análisis e interpretación de la información que permita determinar acciones para la creación de la microempresa.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una (X) la respuesta que usted crea conveniente.

1.- ¿Le gusta la harina?

SI () NO ()

2.- ¿Qué tipo de harina consume usted?

Maíz ()

Trigo ()

Plátano ()

Haba ()

Arveja ()

Yuca ()

3.- ¿Con que frecuencia consume usted harina?

No consume ()

Una vez a la semana ()

Dos veces a la semana ()

Tres veces a la semana ()

Ms de tres veces a la semana ()

4.- ¿Consume usted harina de yuca?

SI ()

NO ()

POCO ()

5.- ¿Conoce usted los beneficios que brinda la yuca?

SI () NO ()

6.- ¿Le gustara consumir harina de yuca?

SI () NO ()

POR QUE.

7.- ¿Dónde le gustara adquirirla?

Tiendas ()

Abastos ()

Mercados ()

Comisariatos ()

8.- ¿Cuanto estará dispuesto a pagar?

\$ 0,45 ()

\$ 0,60 ()

\$ 0,90 ()

Mas Cuanto? ()

9.- ¿Conoce usted alguna empresa que se dedique a la elaboración de harina de yuca en su sector?

SI () NO ()

10.- ¿Cree usted que tendrá acogida este nuevo producto harina de yuca?

SI () NO ()

PORQUE

.....

Anexo B
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIOS DE LA CIUDAD DE MIRA

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como objetivo realizar un estudio diagnóstico sobre la factibilidad del consumo de harina de yuca en la ciudad de Mira, mediante la recopilación, análisis e interpretación de la información que permita determinar acciones para la creación de la microempresa.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una (X) la respuesta que usted crea conveniente.

1.- ¿La venta de harina en su negocio es?

Alto () Medio () Bajo ()

2.- ¿Cuál es la harina que tiene mayor acogida en su negocio?

Maíz ()

Trigo ()

Plátano ()

Haba ()

Arveja ()

3.- ¿Qué cantidad de harina adquieren los consumidores en su negocio?

6 libras ()

12 libras ()

24 libras ()

48 libras ()

100 libras ()

4.- ¿Vende usted harina de yuca en su negocio?

Si () No ()

5.- ¿De qué manera le gustaría que se promocióne el producto en su negocio?

Degustaciones () Trípticos ()

6.- ¿Cree que este nuevo producto tendrá acogida en la ciudad de Mira?

Si () No ()

Porque.....

7.- ¿Con cuantas libras podría iniciar usted la comercialización de este producto?

6 libras ()

12 libras ()

24 libras ()

48 libras ()

100 libras ()

8.- ¿En base a qué factores fija usted el precio?

Competencia ()

Demanda ()

Utilidad ()

A precio real ()

Inversión ()

Otros ()

9.- ¿Está de acuerdo con que se cree una microempresa de producción y comercialización de harina de yuca en la ciudad de Mira?

SI () NO ()

Porqué.....

10.- ¿Estaría usted dispuesto a adquirir este producto a nuestra microempresa?

SI () NO ()

Porqué.....

Anexo C

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ENTREVISTA REALIZADA A EXPERTO AGRÍCOLA

1.- ¿Cómo es la producción de yuca en la comunidad de Mascarilla?

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

2.- ¿La cantidad que usted produce abastece a la totalidad de la demanda local, regional y nacional?

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

3.- ¿Cómo tomaría usted la creación de una microempresa de producción y comercialización de harina de yuca?

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

4.- ¿Qué tipo de maquinarias, herramientas, insumos utiliza usted para la producción de yuca en el sector?

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

5.- ¿Cómo lleva el registro tanto de los ingresos como de los egresos?

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

Anexo N° D

TASA DE INFLACIÓN

Año 2011	TASA Inflación
Diciembre-31-2011	5.41%
Noviembre-30-2011	5.53%
Octubre-31-2011	5.50%
Septiembre-30-2011	5.39%
Agosto-31-2011	4.84%
Julio-31-2011	4.44%
Junio-30-2011	4.28%
Mayo-31-2011	4.23%
Abril-30-2011	3.88%
Marzo-31-2011	3.57%
Febrero-28-2011	3.39%
Enero-31-2011	3.17%

PROGRAMA MACROECONÓMICO						
Fecha de Actualización : 7 de Mayo del 2012						
PERIODO	2007	2008	2009	2010	2011p	2012p
Inflación			3.15			
Inflación (promedio del período)	2.28%	8.39%	5.20%	3.33%	4.47%	4,16%
Inflación (fin de período)	3.32%	8.83%	4.31%	3.33%	n/d	n/d
Índice de Precios al Productor (anual)	10.10%	8.28%	1.42%	6.67%	n/d	n/d

Fuente: Banco Central del Ecuador

Anexo E



WORLD COMPUTERS
Su inversión inteligente



Razón Social para Emisión de Retención: NORMA YOLANDA CORDOVA PALADINES

RUC: 0701084121001

CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resolución N°466 - NO EFECTUAR RETENCIÓN DEL IVA

Señores : FECONIC
Atención : Sr. Santiago Ruiz
Teléfono : 2562034 / 086913509
Dirección : El Chota
Fecha de Envío : 28 de Julio 2012
Forma de Pago : Contado

P R O F O R M A

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Computadores Case ATX Mainboard Biostar Procesador INTEL Core i3 3.1 Ghz Disco duro 1000 GB S ATA Memoria RAM 2 GB DDR3 Kingston DVD Writer / Lector de memorias Monitor 18.5" LCD LG Teclado Multimedia Mouse Optico Parlantes Regulador de Voltaje / Supresor de Picos Pad mouse Juego de Cobertores Multifunción Canon MP280 Lic. Original de Windows 7 Started	664.29	664.29
1	Fax Panasonic KX-FT987 Papel Termico Garantía: 3 años Intel y Kingston / 1 año accesorios	142.85	142.85
		Subtotal	807.14
		IVA 12%	96.86
		Total	904.00

La Garantía y Confianza es lo más importante...

Contacto: Tanita Armas Cel. 094 039 492

Importante: Si necesita mayor información y asesoramiento no dude en llamarnos

ESTAMOS A SU SERVICIO



20 AÑOS DE EXPERIENCIA SERIEDAD Y CONSTANCIA

Pedro Moncayo 3-53 y Rocafuerte

Teléfonos: 2608-010 / 2 640-333 / 2950-008 / 2 640-444 Telefax 2 643_036

Anexo F



PROFORMA
N°02005

RUC:1091734547001

Ibarra, 28 DE JULIO de 2012

Cliente: SANTIAGO RUIZ

Dirección: EL CHOTA

Ruc: #0401322227001

Telf.: 086913509

Cant.	Detalle	V.Unitario	V. Total
1	ESTACIÓN DE TRABAJO Modelo "BIG ECO" Elaborada en Melamínico Duraplac Doble Cara de 25mm Con filo PVC muy resistente, Tamaño 1.40cm x 1.60cm cen "L", Contiene 1 Faldón en Melamínico, 1 Placa Latera, 1 Base Mixta (Metal y Melamínico) (1) Cajonera Triple en Melamínico con seguridad para las 3 gavetas, (1) Porta Teclado de Riel con portalápices frontal (1) Pasacable Redondo de plástico.		209.82
1	SILLA OPERATIVA "FOCUS" Nacional c/b Espaldar Semireclinable sistema de regulación de altura, Base 5 Puntas con garruchas Plásticas Tapiz en cuerina Negra.		75.89
3	ARCHIVADOR METÁLICO DE 4 GAVETAS, Provisto con mecanismos de Seguridad para las cuatro gavetas, Sistema interno de riel, Elaborado en tol de 1.1mm Acabados en Pintura Electrostática y Texturizada. color Negro.	187.50	562.50
2	SILLAS VISITA APILABLE MODELO "ERGO" (Sensa) Estructura en tubo redondo 7/8 x 1,2mm. Acabados en Pintura Electrostática y Texturizada Su Asiento y Espaldar son Anatómicos y está provistos de tuercas Tem. Tapiz Cuerina Negra. Sin Brazos.	34.82	69.64
Tiempo de Entrega: 15 días Laborables		Subtotal \$	917.85
Forma de Pago: 60 % al Pedido y 40% a la Entrega			
Validez Proforma: Quince días		IVA 12%	110.14
Tiempo de Garantía: Un Año por daños de fabricación		TOTAL \$	1,027.99

LINEA NUEVA
mobiliario Cia. Ltda.
RUC: 1091734547001
Entregué Conforme
Irene Játiva

Recibí Conforme

Reinventamos espacios
Muebles para Oficina y Hogar

Exhibición: Pedro Moncayo y Olmedo Esq.
(Frente al Banco Pacifico) Telfs: 2953-400 / 2611-107
Fábrica: Juan Montalvo 6-59 y Oviedo
(Frente Iglesia San Francisco) Telf: 2612-791
Ibarra - Ecuador

Anexo G
EXTRACTO DEL CÓDIGO DE LA PRODUCCIÓN
CÓDIGO DE LA PRODUCCIÓN
DISPOSICIONES REFORMATARIAS

SEGUNDA.- Reformas a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno

2.2.- A continuación del Art. 9 agréguese en el siguiente artículo:

“Art. 9.1.- Exoneración de pago del Impuesto a la Renta para el desarrollo de inversiones nuevas y productivas.- Las sociedades que se constituya a partir de la vigencia del Código de la Producción así como también las sociedades nuevas que se constituyeren por sociedades existentes, con el objeto de realizar inversiones nuevas y productivas, gozarán de una exoneración del pago del impuesto a la renta durante cinco años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles directa y únicamente a la nueva inversión. Para efectos de la aplicación de lo dispuesto en este artículo, las inversiones nuevas y productivas deberán realizarse fuera de las jurisdicciones urbanas del Cantón Quito o del Cantón Guayaquil, y dentro de los siguientes sectores económicos considerados prioritarios para el Estado:

- a. Producción de alimentos frescos, congelados e industrializados;
- b. Cadena forestal y agroforestal y sus productos elaborados;
- c. Metalmecánica;
- d. Petroquímica;
- e. Farmacéutica;
- f. Turismo;
- g. Energías renovables incluida la bioenergía o energía a partir de biomasa;
- h. Servicios Logísticos de comercio exterior;
- i. Biotecnología y Software aplicados; y,
- j. Los sectores de sustitución estratégica de importaciones y fomento de exportaciones, determinados por el Presidente de la República.

2.6.- Para la reducción de la tarifa del Impuesto a la Renta de sociedades, sustitúyase el Artículo 37 por el siguiente:

“Art. 37.- Tarifa del impuesto a la renta para sociedades.-Las sociedades constituidas en el Ecuador, así como las sucursales de sociedades extranjeras domiciliadas en el país y los establecimientos permanentes de sociedades

extranjeras no domiciliadas, que obtengan ingresos gravables, estarán sujetas a la tarifa impositiva del veinte y dos por ciento (22%) sobre su base imponible.

NOTA: La reducción de la tarifa del Impuesto a la Renta de Sociedades contemplada en la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, se aplicará progresivamente: durante el ejercicio fiscal 2011, la tarifa impositiva será del 24%; en el ejercicio fiscal 2012, del 23%; y, a partir del ejercicio fiscal 2013, en adelante, del 22%.

ANEXO H

ACTIVO FIJO	PORCENTAJE DEPRECIACION	AÑOS
Edificio	5%	20
Maquinaria y Equipo	10%	10
Vehiculo	10%	5
Equipo de computación	33,33%	3
Equipo de oficina	10%	10
Muebles y enseres	10%	10