

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DE INDUSTRIALIZACION Y  
COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS MEDICINALES EN LA  
CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA“**

PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE  
INGENIERIA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y  
AUDITORIA, CPA

AUTORA: Paola Chiriboga

DIRECTOR: Econ. Estuardo Ayala

Ibarra. ABRIL 2014

## **RESUMEN EJECUTIVO**

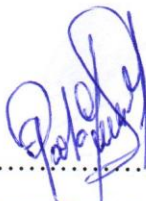
El presente trabajo tiene como objetivo principal determinar la factibilidad de la creación de una microempresa de industrialización y comercialización de plantas medicinales en la ciudad de Ibarra, realizando el análisis a los diferentes aspectos que intervienen en esta investigación. Una vez realizado un diagnóstico situacional externo y conocer las variables del medio en el cual se desarrollará el proyecto, se pudo establecer los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, así como también la importancia de los conceptos y definiciones de todos los temas que se trata en el presente trabajo, para poder emitir un criterio apropiado del mismo; a continuación se procedió a realizar el estudio de mercado, la información que se levantó fue primaria, mediante entrevistas a expertos en el tema, obteniendo resultados de la oferta, y encuestas a la población de la ciudad de Ibarra para conocer la demanda existente, obteniendo así resultados positivos para la evaluación del proyecto, se determinó la macro y micro localización, el tamaño y capacidad de producción, la ingeniería del proyecto, para lo cual, se estableció el respectivo presupuesto de inversión inicial, y el cálculo del capital de trabajo. Posteriormente mediante un análisis financiero y las herramientas como son los indicadores financieros, TIR, VAN, y el costo beneficio; se determinó la viabilidad financiera del proyecto; consecuentemente se procedió a estructurar la organización de la microempresa, elaborando una estructura orgánica y definiendo las diferentes áreas que participarán en el funcionamiento del ente, así como delimitando sus funciones específicas; por último, se realizó un análisis de los impactos que el proyecto originará sobre aspectos sociales, económicos, éticos, ambientales y educativos. Con lo expuesto anteriormente, se justifica la factibilidad de la puesta en marcha del proyecto

## SUMMARY

The present work has as main objective to determine the feasibility of the creation of a production microempresa and commercialization of medicinal Plants in the City of Ibarra, carrying out the analysis to the different aspects that intervene in this investigation. Once realized an external situational diagnosis and to know the variables of the means in which the project will be developed, it could settle down the allies, opponents, opportunities and risks, as well as the importance of the concepts and definitions of all the topics that it is work presently, to be able to emit an appropriate approach of the same one; next you proceeded to carry out the market study, the information that rose was primary, by means of interviews to experts in the topic, obtaining results of the offer, and you interview the population of the city of Ibarra to know the existent demand, obtaining this way positive results for the evaluation of the project, it was determined the macro and micro localization, the size and production capacity, the engineering of the project, for that which, the respective budget of initial investment, and the calculation of the working capital settled down. Later on by means of a financial analysis and the tools like they are the financial indicators, the financial viability of the project was determined; consequently you proceeded to structure the organization of the microempresa, elaborating an organic structure and defining the different areas that will participate in the operation of the entity, as well as defining its specific functions; lastly, he/she was carried out an analysis of the impacts that the project will originate on social, economic, ethical, environmental and educational aspects. With that exposed previously, he/she is justified the feasibility of the setting in march of the project

## AUTORÍA

Yo, Paola Fernanda Chiriboga Moreno portadora de la cédula de ciudadanía Nro.100286696-8, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE INDUSTRIALIZACION EN Y COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



.....  
Srta: Paola Chiriboga

C.C. 100286696-8

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada; Paola Fernanda Chiriboga Moreno para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”**, considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 06 días del mes agosto del 2013



.....  
Eco. Estuardo Ayala

C.C.





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

Yo, Paola Fernanda Chiriboga Moreno, con Cédula de ciudadanía N° 100286696-8, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”** que ha sido desarrollado para optar por el título de: INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA. En la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

f).....

AUTORA: Paola Chiriboga

C.I: 100286696-8

Ibarra, 2014



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

## AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

### A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

<b>DATOS DE CONTACTO</b>		
<b>CÉDULA DE CIUDADANÍA:</b>	100286696-8	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Chiriboga Moreno Paola Fernanda	
<b>DIRECCIÓN:</b>	Imbaya, Calle 23 de Enero	
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:paoferchiri@yahoo.es">paoferchiri@yahoo.es</a>	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062540050	0990751225

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	<b>“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA“,</b>
<b>AUTORA:</b>	Paola Fernanda Chiriboga Moreno

<b>FECHA:</b>	06/08/2013
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Eco. Estuardo Ayala

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

Yo, Paola Fernanda Chiriboga Moreno, con cédula de identidad Nro.100286696-8, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 23 días del mes de abril del 2014



**LA AUTORA:**

**ACEPTACIÓN:**

(Firma).....  
Nombre : Paola Chiriboga  
C.C.: 100286696-8  
Facultado por resolución de Consejo Universitario

(Firma).....  
Nombre: Ing. Betty Chávez  
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

---

*A mi madre, por ser mi ejemplo a seguir, por sus malos  
noches, que a veces me despertaban, y que con el solo hecho de  
su presencia, me me motivaba para seguir adelante*

*A mi padre, por su amor incondicional, por los valores que nos  
ha inculcado, de luchar día a día por nuestros sueños*

*A mis hermanas, por su amistad, su apoyo absoluto, y por su  
carácter, que siempre me demuestran en cada momento*

*Para ellas soy una mujer, mi voluntad y que Dios siempre  
bendiga sus vidas*

*Paola Chiriboga*

## DEDICATORIA

*Quiero dedicar este esfuerzo, a mis seres queridos Mis Padres Y Mis Hermanas que en todo momento estuvieron apoyándome y con sus palabras de ánimo supieron impulsarme para seguir adelante*

*A mi madre, por ser mi ejemplo a seguir, por sus malas noches, que estuvo acompañándome, y que con él solo hecho de su presencia, fue mi motor para seguir adelante*

*A mi padre, por su amor incondicional, por los valores que nos ha inculcado, de luchar día a día por nuestros sueños*

*A mis hermanas, por su amistad, su apoyo absoluto, y por su cariño que siempre me demostraron en cada momento*

*Para ellos todo mi amor, mi gratitud y que Dios siempre bendiga sus vidas*

*Paola Chiriboga*

## AGRADECIMIENTO

*En primer lugar quiero agradecer a Dios por la fortaleza y la voluntad de no caer y seguir con este sueño y cumplirlo*

*Agradezco a mis padres por su apoyo incondicional, y la oportunidad de estudiar y ser una profesional*

*A todas las personas que de una u otra manera, me apoyaron, ya sea con sus conocimientos, palabras de aliento, fueron parte de este gran esfuerzo*

*A la Universidad Técnica Del Norte, todos mis maestros y compañeros por impartir sus conocimientos con responsabilidad y dedicación, dando la oportunidad de ser profesionales y servir a la comunidad*

*Paola Chiriboga*

## **PRESENTACIÓN**

En el Capítulo I se realizó un Diagnóstico Situacional, especificando información sobre la ciudad de Ibarra, permitiendo establecer la situación actual del cantón y; determinando a los aliados, las oportunidades, los oponentes y los riesgos que se encuentran inmersos en el entorno del proyecto; y así, determinar la necesidad de la implementación de la microempresa industrializadora y comercializadora de Plantas medicinales.

En Capítulo II, manifiesta las bases teóricas-científicas relacionadas a los diferentes temas que engloba el proyecto, y los cuales sustentan la presente investigación; que, ha sido estructurada considerando textos, folletos, publicaciones, manuales, libros, páginas web, entre otros.

En el Capítulo III, se indica la metodología de investigación que se aplicó, así como, técnicas de investigación primaria, como la entrevista, la observación y la encuesta; técnicas que permitieron establecer los niveles de oferta y demanda del producto, y por consiguiente la demanda insatisfecha, y por último la determinación del precio de venta.

En el Capítulo IV, se puntualiza el Estudio Técnico efectuado, logrando establecer el tamaño del proyecto, su localización, el proceso de producción, la infraestructura física a utilizarse, así como los requerimientos de producción, administración y ventas, el total de la inversión fija, el capital de trabajo y las fuentes de financiamiento; información que permite a la microempresa funcionar normalmente y obtener una base para su posterior evaluación financiera.

En el Capítulo V, se presente el estudio financiero del proyecto en la cual se detallan y proyectan a cinco años ingresos generados y gastos incurridos, estableciendo así la utilidad neta que se el proyecto producirá y estructurando los Estados Financieros necesarios, que, posteriormente y mediante criterios de evaluación financiera se logró determinar su factibilidad.

En el Capítulo VI, se detalla la Estructura Organizacional que la microempresa aplicará, misión visión, objetivos, metas, políticas, valores, estrategias comerciales, administrativas y financieras; asimismo, se identifica los aspectos legales y las bases reglamentarias a las que estará sujeta la microempresa para su correcto funcionamiento.

Finalmente, en el Capítulo VII, se analiza los impactos que genera la implementación del presente proyecto, tomando en cuenta diferentes aspectos, así como el impacto que se causara en el entorno de la ciudad de Ibarra y las demás áreas de influencia.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **GENERAL**

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de industrialización y comercialización de plantas medicinales, en el Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

### **ESPECÍFICOS**

- Realizar un diagnóstico situacional del entorno para identificar las amenazas, oportunidades, oponentes y riesgos.
- Elaborar las bases teóricas científicas, mediante una investigación bibliográfica para sustentar la realización del Marco Teórico.
- Realizar un estudio de mercado para plantas medicinales y productos procesados.
- Determinar los requerimientos técnicos y organizacionales de la microempresa para el desarrollo de sus actividades.
- Realizar el estudio financiero para analizar la rentabilidad económica de la microempresa de comercialización de plantas medicinales.
- Determinar la estructura orgánica y funcional de la microempresa
- Establecer los principales impactos ambientales, ecológicos en la ejecución del proyecto planteado.



## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	II
SUMMARY.....	III
AUTORÍA.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	VII
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	VII
DEDICATORIA .....	X
AGRADECIMIENTO .....	XI
PRESENTACIÓN.....	XII
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	XIV
CAPÍTULO I.....	25
<i>DIAGNÓSTICO SITUACIONAL</i> .....	25
Antecedentes .....	25
Objetivos .....	26
Objetivo general .....	26
Específicos .....	26
Variables Diagnósticas .....	27
Indicadores de las variables .....	27
Metodología Y Fuentes De Información .....	28
Matriz de Relación.....	28
Análisis de Variables Diagnosticas.....	30
Tradición del consumo de plantas medicinales .....	30
Factores políticos .....	30
Factores agrícolas.....	34
Población Económicamente Activa (PEA).....	37
Aspectos sociales.....	38
MATRIZ A.O.O.R.....	43
CAPÍTULO II.....	44
<i>BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS</i> .....	44
LA MICROEMPRESA.....	44
Definición de Microempresa .....	44
Principios generales .....	44

Características.....	45
Clasificación de las Microempresas .....	45
Posibilidades de crecimiento de la microempresa.....	46
El Ciclo Económico de la Microempresa .....	47
Organización de la microempresa .....	49
ESTUDIO DE MERCADO .....	50
Concepto De Estudio De Mercado .....	50
Herramientas de la Mercadotecnia.....	51
Comercialización .....	52
Promoción y Publicidad .....	53
PLANTAS MEDICINALES.....	53
Clasificación .....	54
Características.....	54
Plantas medicinales objeto de investigación .....	55
Formas de producción:.....	62
ESTUDIO TECNICO.....	63
Localización Óptima del Proyecto .....	63
Macrolocalización del Proyecto.....	63
Microlocalización del Proyecto .....	63
Ingeniería del Proyecto .....	64
Presupuesto Técnico.....	64
Inversión.....	64
ESTADOS FINANCIEROS .....	65
Balance de Situación.....	65
Estado de Ganancias o Pérdidas .....	66
Costos .....	66
EVALUADORES FINANCIEROS .....	67
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) .....	67
VAN.- El valor Actual Neto: .....	68
Relación Costo Beneficio .....	68
Flujo Neto de Caja .....	68
Tasa de Rendimiento contable.....	69
Relación Beneficio-Costo (B/C).....	69
Aspectos Organizacionales .....	70
Misión.....	70
Visión .....	71
IMPACTOS.....	71
Impacto Social.....	71
Impacto económico .....	71
Impacto Educativo y empresarial .....	71
Impacto Ambiental .....	72
CAPÍTULO III.....	73
<i>ESTUDIO DE MERCADO</i> .....	73
PRESENTACIÓN .....	73
Objetivos del Estudio de Mercado .....	73
Objetivo General .....	73
Objetivos Específicos.....	74

Variables .....	74
Indicadores .....	74
Producto.....	74
Demanda.....	74
Oferta .....	75
Precio.....	75
Estrategias Comerciales .....	75
Matriz de Relación Estudio de Mercado .....	75
Mecánica Operativa del Estudio de Mercado .....	77
Identificación de la Población.....	77
Muestra .....	77
Fuentes de información.....	78
Resultados de la Investigación de Campo.....	78
Encuesta realizada a la población de la ciudad de Ibarra representada por familias de extracto social medio, medio alto y alto.....	79
Entrevista aplicada a los propietarios y administradores de los locales de comercialización del producto .....	90
Identificación Del Producto .....	92
Mercado Meta.....	92
Análisis de la demanda.....	92
Identificación de la demanda actual.....	92
Proyección de la demanda .....	93
ANÁLISIS DE LA OFERTA .....	95
Identificación de la oferta actual.....	95
Proyección de la oferta .....	96
Ventajas frente a la competencia.....	97
Desventajas frente a la competencia.....	98
DEMANDA INSATISFECHA.....	98
DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO .....	99
ANÁLISIS DE PRECIOS.....	100
Determinación del precio .....	100
Canal de Distribución.....	103
Estrategias Comerciales .....	104
Presentación y Calidad del Producto.....	104
Conclusiones Del Estudio De Mercado .....	108
 CAPÍTULO IV.....	 110
<i>ESTUDIO TÉCNICO</i> .....	110
Tamaño del Proyecto.....	110
Mercado .....	110
Disponibilidad de Recursos Financieros.....	110
Disponibilidad de Mano de Obra .....	110
Disponibilidad de Materia Prima .....	111
Definición de la Capacidad de Producción .....	111
Localización Óptima Del Proyecto .....	112
Macrolización.....	112
Microlización.....	113

Ingeniería del Proyecto.....	114
Procesos .....	114
4.3.2 Descripción de los procesos de producción ....	115
Tecnología.....	117
Maquinaria y Equipo.....	118
Diseño de Instalaciones .....	118
Presupuesto Técnico .....	119
Inversión Fija .....	119
Inversión Variable o Capital de Trabajo.....	124
Inversión Inicial.....	124
Financiamiento .....	125
Requerimiento de talento humano.....	125
<i>ESTUDIO FINANCIERO</i> .....	126
Presentación.....	126
Ingresos.....	126
Proyección de Ingresos .....	127
Egresos.....	127
Costos de Producción .....	128
Gastos Administrativos.....	133
Gastos de Ventas .....	137
Financiamiento .....	139
Gastos Financieros.....	141
Depreciaciones.....	141
Gastos de Estudios y Constitución .....	141
Resumen de Egresos .....	142
Estados Financieros .....	142
Evaluación Financiera .....	145
Determinación del Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimientos Medio (TRM) .....	145
Valor Actual Neto (VAN).....	146
Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	147
Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	148
Costo Beneficio .....	148
Determinación del Punto de Equilibrio.....	149
Resumen de la Evaluación Financiera .....	158
CAPÍTULO VI.....	159
<i>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</i> .....	159
Aspecto Legal de la Microempresa.....	159
Obtener Registro Único de Contribuyentes (RUC).....	159
Permiso de Funcionamiento.....	159
Permiso de Funcionamiento Sanitario .....	160
Constitución de la Empresa o Microempresa.....	160
Organización de la Microempresa .....	160
La Empresa.....	160
Misión.....	161

Visión .....	161
Objetivos Estratégicos.....	161
Políticas de la Pequeña Empresa .....	161
Organización Estructural.....	162
Orgánico Funcional.....	163
Funciones y Descripción del Puesto .....	163
CAPITULO VII.....	168
<i>IMPACTOS</i> .....	168
IMPACTO SOCIOECONOMICO .....	168
IMPACTO EMPRESARIAL .....	170
IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL.....	171
IMPACTO AMBIENTAL .....	172
IMPACTO GENERAL .....	173
CONCLUSIONES .....	174
RECOMENDACIONES.....	175
BIBLIOGRAFIA.....	176

Matriz de Relacion Diagnostica.....30

LISTA DE CUADROS



Población Económicamente Activa de Ibarra.....	39
Unidades de salud de la cuida de Ibarra.....	42
Matriz de aleados, oponentes, oportunidades y riesgos.....	44
Matriz de relación de estudio mercado.....	77
Consumo del producto.....	80
Presentación del producto.....	81
Lugar de compra.....	82
Preferencia de plantas.....	83
Decision de consumo.....	84
Frecuencia de adquisición.....	85
Aspectos no agradables.....	86
Calidad del producto.....	87
Frecuencia de adquisición en cajas.....	88
Consumo del producto.....	89
Medios de comunicación.....	90
Identificación de la demanda actual.....	94
Proyección de la demanda.....	96
Oferta actual.....	96
Proyección de la oferta.....	98
Demanda insatisfecha.....	100
Demanda a captar el proyecto.....	100
Precio proyectado.....	104
Diseño.....	107
Terreno.....	121

Infraestructura.....	121
Maquinaria y equipo.....	122
Vehículo.....	122
Herramientas para la producción.....	123
Equipo de Computo.....	123
Equipo de oficina.....	123
Muebles y enseres.....	124
Resumen de la inversión fija.....	124
Capital del trabajo.....	125
Inversión total.....	125
Financiamiento del proyecto.....	126
Requerimiento del talento.....	126
Nivel de preferencia.....	127
Proyección de ingresos.....	128
Costo unitario en materia prima e insumos.....	129
Proyección del salario básico unificado.....	130
Proyección del costo total de mano de obra.....	131
Empaques.....	131
Servicios básicos.....	132
Vestimenta.....	132
Reposición de herramientas.....	133
Mantenimiento maquinaria y equipo.....	133
Resumen de costos de producción.....	134
Sueldos administrativos.....	135

Proyección del sueldo administrativo.....	135
Servicios básicos.....	135
Servicios de comunicación.....	136
Utiles de oficina.....	136
Mantenimiento equipo de computo.....	137
Resumen de gastos administrativos.....	137
Sueldos de ventas.....	138
Proyección del sueldo de ventas.....	138
Publicidad.....	139
Combustible y mantenimiento vehículo.....	139
Resumen de gastos en ventas.....	139
Tabla de amortización.....	140
Gastos financieros.....	142
Depreciaciones.....	142
Gastos de estudios y constitución.....	143
Resumen de egresos.....	143
Estado de situación inicial.....	144
Estado de resultados.....	145
Flujo de caja.....	146
Costo de oportunidad.....	146
Valor actual neto.....	147
Tasa de retorno .....	148
Periodo de recuperación.....	149
Costo beneficio.....	149

Determinación de costos 2014.....	150
Determinación de punto de equilibrio 2014 .....	151
Determinación de costos 2015 .....	152
Determinación de punto de equilibrio 2015.....	153
Determinación de costos 2016.....	154
Determinación de punto de equilibrio 2016.....	155
Determinación de costos 2017.....	156
Determinación de punto de equilibrio 2017 .....	157
Determinación de costos 2018.....	158
Determinación de punto de equilibrio 2018.....	159
Resumen de evaluación financiera .....	159
Cuadro de ponderación .....	169
Impacto socioeconómico .....	170
Impacto empresarial.....	171
Impacto educativo cultural .....	172
Impacto ambiental .....	173

## LISTA DE GRÁFICOS

Ciclo Económico de la Microempresa.....	49
Consumo del producto.....	80
Presentación del producto .....	81
Lugar de compra .....	82
Preferencia de plantas .....	83
Decisión de consumo .....	84
Frecuencia de adquisición .....	85
Aspectos no agradables.....	86
Calidad del producto.....	87
Frecuencia de adquisición en cajas.....	88
Consumo del producto.....	89
Medios de comunicación.....	90

## LISTA DE ILUSTRACIONES

La manzanilla.....	56
La menta.....	58
Hierba Luisa.....	60
El toronjil.....	61
Canal de comercialización indirecto.....	105
Etiqueta del producto.....	106
Caja lado derecho.....	106
Caja lado izquierdo.....	106
Distribución Política de Ibarra.....	113
Croquis de la ubicación del proyecto.....	115
Procesos .....	116
Maquinaria y equipo.....	119
Diseño de instalaciones.....	120
Planta administrativa.....	120
Organigrama.....	164



## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1 Antecedentes**

Cuando se habla de la Cultura Curativa, se refiere de los productos que sembraban nuestros antepasados para sanar y las pócimas que se preparaban a base de plantas medicinales que con su gran sabiduría cultivaron, escogieron y combinaron para sanar cualquier mal o dolencia.

Es bien sabido que todos, los remedios naturales, así como los frutos que dan la madre tierra, a más de ser para nuestro exclusivo beneficio, son mejores, más eficaces, saludables y nutritivos y lo que es mas están permanentemente al alcance de la mano y de cualquier bolsillo.

Hoy en día se habla de medicina alternativa, cuya base es el saber ancestral y cultural, las mismas que en gran parte han sido reconocidas por sus bondades potenciadas, por su capacidad de generar nuevos ingreso y contribuir al mejoramiento de la salud de los habitantes que lo práctica.

En la provincia de Imbabura hay unas 205 especies de plantas medicinales conocidas, 105 de ellas ampliamente comercializadas, su uso y comercio es vasto, el 80% de la población imbabureña depende de la medicina tradicional y por consiguiente de las plantas o productos naturales, basados en estas para la salud y bienestar.

En la Dirección Provincial de Salud de Imbabura creó el departamento de Salud Indígena, cuya finalidad es recuperar el conocimiento y el uso ancestral de las hierbas medicinales para remediar un poco la difícil situación de salubridad en las comunidades rurales, como también dar a conocer la cosmovisión medicinal, a la población urbana de la Provincia de Imbabura.

Es por ello que se palpa la necesidad de crear nuevas alternativas empresariales para activar el aparato productivo generando fuentes de ingresos que contribuya al progreso del sector productivo planteando de esta manera la creación de una microempresa de producción y comercialización de plantas medicinales puede contribuir al mejoramiento de la salud y como una solución alternativa para los sectores pobres que no tienen la facilidad de acceder a los servicios médicos tradicionales, ya sea por falta de recursos o medios de transporte para poder curar sus enfermedades.

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo general**

Realizar un diagnóstico situacional para determinar las condiciones socio-económicas para la creación de una microempresa de la industrialización y comercialización de las plantas medicinales en la ciudad de Ibarra.

### **1.2.2 Específicos**

- Conocer la tradición en el consumo de las plantas medicinales en la ciudad de Ibarra

- Investigar acerca de las normativas políticas que rigen actualmente
- Determinar las condiciones agrícolas para la producción de plantas medicinales.
- Realizar un análisis de la situación económica y social de la ciudad de Ibarra

### **1.2.3 Variables Diagnósticas**

El planteamiento de los objetivos corresponde a las siguientes variables

- Factores políticos
- Tradición de consumo
- Factores ecológicos y agrícolas
- Factores socio-económicos

### **1.2.4 Indicadores de las variables**

- **Tradición de consumo**
  - Costumbre
- **Factores políticos**
  - Plan del buen vivir
  - Ley de la Economía Popular Solidaria
- **Factores agrícolas**
  - Suelo

- Clima
- **Indicadores socio- económicos**
- Educación
- Salud
- Vivienda
- Servicios básicos

### **1.3 Metodología Y Fuentes De Información**

Las fuentes de información que se utilizó para el diagnóstico fueron de fuente secundaria, el Instituto Nacional Ecuatoriano de Censos (INEC), con datos estadísticos de los años 2001 a 2010 respectivamente y datos del Municipio de la ciudad de Ibarra

### **1.4 Matriz de Relación**

**CUADRO N° 1  
MATRIZ DE RELACION SITUACIONAL**

<b>OBJETIVO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>
Conocer la tradición en el consumo de las plantas medicinales en la ciudad de Ibarra	Tradición de consumo	Costumbre	Fuentes secundarias
Investigar acerca de las normativas políticas que rigen actualmente.	Factores políticos	-Plan del buen vivir -Ley de la Economía Popular Solidaria	Información bibliográfica.
Determinar las condiciones agrícolas para la producción de plantas medicinales.	Factores ecológicos y agrícolas	-Suelo -Clima	Fuentes secundarias
Realizar un análisis de la situación económica y social de la Ciudad de Ibarra	Factores socio-económicos	-Educación -Salud -Vivienda -Servicios básicos	Fuentes secundarias

## **1.5 Análisis de Variables Diagnosticas**

### **1.5.1 Tradición del consumo de plantas medicinales**

El uso de las plantas medicinales, aromáticas y productoras de especies se remonta a la antigüedad, donde inicialmente fueron usadas siguiendo el instinto, y más tarde, gracias a los avances de la química, se fue racionalizando su uso y determinando sus propiedades terapéuticas, aromáticas o como condimentos

En la provincia de Imbabura reportan 167 especies utilizadas y vendidas en los mercados locales. Actualmente, en la última década, algunas especies ya no son tan conocidas, son escasas o ya no se encuentran. Son numerosas las plantas medicinales que se utilizan, como los nombres comunes asignados que dependen muchas veces de la localidad, repitiéndose en especies diferentes.

Las diferentes familias tanto del área rural como urbana disponen de plantas medicinales en sus jardines, patios, cercos o en sus alrededores de su finca pero lamentablemente esta tradición no ha sido difundida y no tienen mayores conocimientos de las bondades de las mismas

### **1.5.2 Factores políticos**

#### **Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017**

El Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 (impulsado por el gobierno de Rafael Correa) es un instrumento creado para articular las políticas públicas con la gestión y la inversión pública. El Plan cuenta con 12 Estrategias Nacionales; 12 Objetivos Nacionales,

cuyo cumplimiento permitirá consolidar el cambio que los ciudadanos y ciudadanas ecuatorianos con el país que anhelamos para el Buen Vivir.

El Buen Vivir se planifica, no se improvisa. El Buen Vivir es la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad. No es buscar la opulencia ni el crecimiento económico infinito.

El Sumak Kawsay fortalece la cohesión social, los valores comunitarios y la participación activa de individuos y colectividades en las decisiones relevantes, para la construcción de su propio destino y felicidad. Se fundamenta en la equidad con respeto a la diversidad, cuya realización plena no puede exceder los límites de los ecosistemas que la han originado. No se trata de volver a un pasado idealizado, sino de encarar los problemas de las sociedades contemporáneas con responsabilidad histórica.

### **Objetivos nacionales para el Buen Vivir**

- 1- Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular
- 2- Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad
- 3- Mejorar la calidad de vida de la población
- 4- Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía
- 5- Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad
- 6- Consolidar la transformación de la justicia y fortalecer la seguridad integral, en estricto respeto a los derechos humanos

- 7- Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global
- 8- Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible
- 9- Garantizar el trabajo digno en todas sus formas
- 10- Impulsar la transformación de la matriz productiva
- 11- Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica
- 12- Garantizar la soberanía y la paz, profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana

## **Ley de la economía popular y solidaria**

### Título I

#### Del Ambito, Objeto y Principios

Art. 1.- Definición.- Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y Solidaria ala forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

Art. 2.- Ambito.- Se rigen por la presente ley, todas las personas naturales y jurídicas, y demás formas de organización que, de acuerdo con la Constitución, conforman la economía popular y solidaria y el sector Financiero Popular y Solidario; y, las instituciones públicas encargadas de la rectoría, regulación, control, fortalecimiento, promoción y acompañamiento.



Las disposiciones de la presente Ley no se aplicarán a las formas asociativas gremiales, profesionales, laborales, culturales, deportivas, religiosas, entre otras, cuyo objeto social principal no sea la realización de actividades económicas de producción de bienes o prestación de servicios.

Tampoco serán aplicables las disposiciones de la presente Ley, a las mutualistas y fondos de inversión, las mismas que se regirán por la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero y Ley de Mercado de Valores, respectivamente.

Art. 3.- Objeto.- La presente Ley tiene por objeto:

- a) Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado;
- b) Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay;
- c) Establecer un marco jurídico común para las personas naturales y jurídicas que integran la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario;
- d) Instituir el régimen de derechos, obligaciones y beneficios de las personas y organizaciones sujetas a esta ley; y,
- e) Establecer la institucionalidad pública que ejercerá la rectoría, regulación, control, fomento y acompañamiento

Art. 6.- Registro.- Las personas y organizaciones amparadas por esta Ley, deberán inscribirse en el Registro Público que estará a cargo del ministerio de Estado que tenga a su cargo los registros sociales. El registro habilitará el acceso a los beneficios de la presente Ley.

Art. 7.- Glosario.- Para los fines de la presente Ley, se aplicarán las siguientes denominaciones:

- a) Organizaciones del sector asociativo, como "asociaciones";
- b) Organizaciones del sector cooperativista, como "cooperativas";
- c) Comité Interinstitucional de la Economía Popular y Solidaria y del sector Financiero Popular y Solidario, como "Comité Interinstitucional";
- d) Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, como "Superintendencia";
- e) Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, como "Instituto";
- f) Junta de Regulación del Sector Financiero Popular y Solidario, como "Junta de Regulación" y,
- g) Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias, como "Corporación

### **1.5.3 Factores agrícolas**

#### **CLIMA**

La ciudad de San Miguel de Ibarra se encuentra ubicada en la denominada Región Interandina. En esta región se observan dos estaciones lluviosas, de Febrero a Mayo y de Octubre a Noviembre, con una primera estación seca muy marcada entre Junio y

Septiembre, y con una segunda menos acentuada en Diciembre-Enero. Los totales anuales de precipitación fluctúan entre los 700 y 1500 mm generalmente.

Por otra parte, en las regiones situadas sobre los 3500 m de altura, se observan frecuentes neblinas y las lluvias son generalmente de larga duración y débil intensidad. El clima es caliente llega a los 35° C y clima frío, baja hasta los 4° C. Imbabura cuenta con un agradable clima seco y una temperatura promedio anual que oscila alrededor de los 18° C.

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

Los anuarios meteorológicos históricos (41 años) determinan una temperatura media de 15.90° C, con una variación mínima menor a 0.3°C. Los registros promedian una temperatura máxima media entre los 20 y 25° C y una mínima media entre los 7 y 11° C. Los vientos promedios son del orden de 7m/s como máximo y de 3.5 m/s, como mínimos.

El análisis hidrometeorológico determina que las precipitaciones están entre los 1000 mm y 1400mm.

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

## **SUELO**

Imbabura es una provincia que cuenta con una basta extensión de suelo que permite diversificar la actividad productiva en lo referente a agricultura.

Los productos son variados, dependiendo del sector geográfico donde se desarrollen. El valle del Chota, por ejemplo, es propicio y único para el cultivo del apetitoso ovo y las zonas paramosas como Zuleta son el escenario ideal para el cultivo de cebada, trigo o papa.

Según datos registrados en el documento del Plan de Desarrollo Estratégico del Gobierno Provincial de Imbabura, el 37.4% de la superficie territorial de Imbabura se destina a actividades agropecuarias y el 62.6% se ocupan en bosques, páramos, infraestructura, asentamientos de población, entre otros. De todas las hectáreas registradas en el territorio provincial, el 21.2% está destinado a pastos, pero esta cifra habría mermado en los últimos años por el establecimiento de empresas florícolas que han ocupado parte de estos suelos.

A pesar de ser los páramos una área que posee vital importancia al generar el líquido vital (agua) para el consumo humano, ocupa apenas un área de 24.786 hectáreas de la superficie total del suelo. El mayor porcentaje de hectáreas lo ocupan los montes y bosques, con 96.347 hectáreas; le siguen los pastos cultivados (43.419 has.) y los pastos naturales (2.953 has.). Según datos del III Censo Nacional Agropecuario 2.002, la superficie total del suelo en Imbabura, incluyendo otros tipos de cultivos, es de 283.659 hectáreas.

### **Productos que se cultivan**

Igualmente existen una gama importante de productos primarios que se cultivan en la provincia y, como se manifestó al comienzo,

dependen del tipo de clima en el que se producen.

En los sectores geográficos de clima frío como: Otavalo, Cotacachi, Pimampiro se cultivan especialmente productos como el maíz suave y duro seco, en una superficie de siembra de 8.093 hectáreas; fréjol seco (4.598 has.), papa (1.545).

En las áreas geográficas donde el clima es cálido, como la zona de Intag e Ibarra, por ejemplo, el cultivo de productos como el plátano y la caña de azúcar ocupan una zona de 4.388 hectáreas. En el cultivo de unos 12 productos, incluidos los ya citados, se ocupa un área de 29.324 hectáreas.

Pero con sólo un 37.4% de tierra utilizada no se está aprovechando adecuadamente ese recurso. Es necesario también potenciar el uso de una mayor área de terreno para impulsar el cultivo de otros productos y generar mayor riqueza.

#### **1.5.4 Población Económicamente Activa (PEA)**

La Población Económicamente Activa PEA, es aquella que interviene en la producción de bienes y servicios, éstos se agrupan en los siguientes: sector I, de las actividades agropecuarias; sector II industrias, y sector III servicios. Cada uno de estos sectores genera el Producto Interno Bruto PIB o también denominado Valor Agregado, que no es otra cosa que, la suma del valor de todos los bienes y servicios finales producidos en el país o provincia, en un año.

**CUADRO N 2**  
**POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA) DE IBARRA**

<b>DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA URBANA Y RURAL POR ACTIVIDADES</b>				
ACTIVIDADES	% PEA POR ACTIVIDAD	DISTRIBUCIÓN PEA % PEA URBANA Y RURAL		
		TOTAL PEA	% URBANA	%RURAL
Agricultura, casa, silvicultura y pesca	30,16	44.732	20,67	79,33
Servicios comunales, sociales y personales	21,94	32.540	71,48	28,52
Industria manufacturera	20,21	29.974	59,17	40,83
Comercio al por mayor y menor, restaurantes y hoteles	16,67	24.725	71,18	28,82
Construcción	7,11	10.545	53,78	46,22
Transporte, almacenamiento y comunicación	3,91	5.799	75,41	24,59
<b>TOTALES</b>	<b>100%</b>	<b>148.315</b>		

**FUENTE:** Censo de Población y Vivienda - CPV 2010

**ELABORADO POR:** Autora de la Investigación

Según el último censo de población del 2010, la actividad con más porcentaje en la Ciudad de Ibarra es la agricultura, representando el 30,16% seguido por los servicios sociales y la industria manufacturera.

### **1.5.5 Aspectos sociales**

#### **Educación:**

La educación en Ibarra es considerada una de las mejores en el norte del país y el sur de Colombia, los centros de enseñanza son catalogados como los más modernos y académicamente prestigiosos, tal es el caso del Colegio Nacional Teodoro Gómez de La Torre, el cuarto colegio más antiguo del país, así mismo en Ibarra, dada su gran amplitud a la cultura española,

heredaron como en casi todo el Ecuador Colegios religiosos de la Hermandad Católica, razón por la cual en Ibarra existen más colegios privados religiosos que públicos. Las Universidades en Ibarra son 4 principalmente, todas sujetas a un alto nivel de estudios y una gran oferta académica,

## **Vivienda**

Según el Ilustre Municipio de Ibarra y conjuntamente con el MIDUVI se busca dimensionar el sistema inmobiliario, por su importancia en la economía local y porque de éste depende el diseño y desarrollo urbano de la ciudad.

Las espacios y medios de las viviendas de la ciudad son: de hormigón armado, ladrillo, adobe, con un color característico y preponderante de blanco

## **- Salud**

El Cantón Ibarra, brinda atención medica personalizada en los centros de salud del sector, en los cuales se brinda los servicios de salud, estipulados por el Ministerio de Salud Pública para fortalecer la participación intersectorial y el Modelo de Atención Familiar, Comunitario e Intercultural.

De acuerdo con los datos presentados en esta tabla informativa de salud, para el año 2010 se ha internado a la población menor de 5 años y con discapacidad mental, física y visual en un porcentaje de 11,90%, que fue atendida en los centros médicos de la ciudad de Ibarra.

Según la tasa de crecimiento de la población se ha visto la necesidad de incrementar centros médicos de salud en los cantones de cada ciudad para brindar una mayor atención con respecto al cuidado de las personas, por tal motivo presentaremos una tabla de crecimiento anual de acuerdo a las instituciones de salud con internación y sin internación hospitalaria 2011 la cual está representada de la siguiente manera:



### CUADRO N° 3

#### Unidades de Salud de la Parroquia San Miguel de Ibarra

UNIDADES DE LA PARROQUIA SAN MIGUEL DE IBARRA	Provincia	Cantón	Parroquia		
ALPACHACA	Imbabura	Ibarra	San Miguel de Ibarra		
ASISTENCIA SOCIAL	Imbabura	Ibarra	San Miguel de Ibarra		
AZAYA	Imbabura	Ibarra	San Miguel de Ibarra		
CARANQUI	Imbabura	Ibarra	San Miguel de Ibarra		
CENTRO DE SALUD N 1	Imbabura	Ibarra	San Miguel de Ibarra		
DISPENSARIO MANZANA GUARANGUI	Imbabura	Ibarra	San Miguel de Ibarra		
EL TEJAR	Imbabura	Ibarra	San Miguel de Ibarra		
HOGAR LUCIA MAYA DE PROAÑO	Imbabura	Ibarra	San Miguel de Ibarra		
HOSPITAL DE IBARRA NIVEL II	Imbabura	Ibarra	San Miguel de Ibarra		
PRIORATO	Imbabura	Ibarra	San Miguel de Ibarra		
PUGACHO	Imbabura	Ibarra	San Miguel de Ibarra		
SAN VICENTE DE PAUL	Imbabura	Ibarra	San Miguel de Ibarra		
UNIDAD MOVIL IMBABURA	Imbabura	Ibarra	San Miguel de Ibarra		
UNIDADES DE LA PARROQUIA SAN MIGUEL DE IBARRA	Pertenece	Sector	Urbano/Rural	Nivel	Tipo
ALPACHACA	MSP	Público	U	1	Centro de Salud
ASISTENCIA SOCIAL	MSP	Público	U	2	Hospital Especializado
AZAYA	MSP	Público	U	1	Centro de Salud
CARANQUI	MSP	Público	U	1	Centro de Salud
CENTRO DE SALUD N 1	MSP	Público	U	1	Centro de Salud
DISPENSARIO MANZANA GUARANGUI	IESS	Público	U	1	Puesto de Salud
EL TEJAR	MSP	Público	U	1	Centro de Salud
HOGAR LUCIA MAYA DE PROAÑO	MSP	Público	U	2	Hospital Especializado
HOSPITAL DE IBARRA NIVEL II	IESS	Público	U	2	Hospital General
PRIORATO	MSP	Público	U	1	Centro de Salud
PUGACHO	MSP	Público	U	1	Centro de Salud
SAN VICENTE DE PAUL	MSP	Público	U	2	Hospital General
UNIDAD MOVIL IMBABURA	MSP	Público	U	1	Unidad Móvil General

FUENTE: Ministerio de Salud Pública de Ibarra 2011

ELABORADO POR: Autor de la Investigación

#### Servicios básicos

Los servicios básicos de la Ciudad de Ibarra, esta controlada por las siguientes instituciones, publicas privadas y mixtas:

La Empresa Regional Norte S.A “EMELNORTE S.A.” está constituida por accionistas ecuatorianos. Los accionistas de conformidad con la Ley, son todos y cada uno de los organismos seccionales; esto es, el Gobierno Provincial y los Municipios de la zona de servicio. Además, la empresa tiene como accionistas particulares a ciudadanos Ibarreños. Su principal domicilio está en la ciudad de Ibarra y tiene establecidas sucursales, agencias y oficinas en todos los cantones de las provincias de Imbabura, Carchi y Norte de Pichincha

La EMAPA-I es una empresa ibarreña que se esfuerza diariamente por mantener los altos índices de gestión en la dotación de servicios básicos eficientes, de calidad y con continuidad.

## 1.6 MATRIZ A.O.O.R

### CUADRO 4 DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, OPORTUNIDADES Y RIESGOS

<b>FACTORES POSITIVOS</b>	
<b>ALIADOS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existe una buena demanda de plantas medicinales</li> <li>- Las condiciones climáticas de la provincia son apropiadas para el cultivo</li> <li>- Se dispone de una gran variedad de plantas medicinales</li> <li>- Nuevas tecnologías para la preservación e industrialización de plantas medicinales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las políticas del Gobierno actualmente fomentan el cultivo de plantas medicinales</li> <li>- El mercado actual tiende al consumo de hierbas aromáticas en diferentes formas ya sea en estado natural, en esencias o jarabes entre otros</li> <li>- Existe una campaña de promoción y difusión del consumo de hierbas medicinales por parte de organismos del estado y ONGs</li> </ul>
<b>FACTORES NEGATIVOS</b>	
<b>OPONENTES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- La medicina occidental</li> <li>- Problemas de aculturación, es decir el olvido de las tradiciones</li> <li>- La población joven no confían en la medicina tradicional</li> <li>- El tiempo en obtener un registro sanitario que avalice la calidad de las propiedades de las plantas medicinales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variaciones climáticas</li> <li>- Plantas medicinales en extinción</li> <li>- Presencia de plagas en los cultivos</li> <li>- Perdida de zonas de cultivo, ya que se están dedicando a la agricultura o ganadería</li> </ul>

## CAPÍTULO II

### 2. BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

#### 2.1 LA MICROEMPRESA

##### 2.1.1 Definición de Microempresa

De acuerdo a Cantos E. (2008), *“la Microempresa es la unidad económica operada por personas naturales, jurídico o de hecho, formales e informales que posee algunas características como actividades de producción, autoempleo, de capital y organización gremial”*

Según el argumento la microempresa es un negocio administrado por una o varias personas naturales o jurídicas, para desarrollar cualquier tipo de actividad de servicios por obtener ingresos económicos. Hoy en día el gobierno está impulsando un proyecto para fortalecer y potenciar a las pequeñas empresas y así fomentar e impulsar la economía del país.

##### 2.1.2 Principios generales

Antes de la conformación de la microempresa es necesario conocer los principios generales mismos que nos servirán para crecer y fortalecer la misma:

- Motivar a las personas con iniciativa, especialmente a los jóvenes y a los parados, para que inicien el desarrollo de una actividad empresarial o profesional.
- Crear un entorno favorable para la consolidación y el crecimiento de las actividades que nazcan o que ya existan.

- Promover medidas que faciliten la creación de empleo, flexibilizando la normativa laboral como consecuencia de las necesidades y características específicas de las microempresas.
- Fomentar la continuidad de las microempresas con medidas que faciliten la transmisión de estas empresas.

### **2.1.3 Características**

De acuerdo a Monteros E. (2008), las características de las *microempresas son:*

- *Limitada cifra de obreros y empleados no superior a 50 trabajadores*
- *Una cifra reducida de negocios*
- *Un mercado pequeño*
- *Su forma jurídica es de sociedad individual o responsabilidad limitada*
- *Las relaciones entre empresario y colaboradores son personales y directas.*
- *Es la principal fuente de renta para los empresarios y propietarios*

De conformidad con lo citado la microempresa y sus características son fundamentales para su constitución y su normal en funcionamiento

### **2.1.4 Clasificación de las Microempresas**

Según Cantos E. (2008): “Dentro de la gran cantidad de microempresas que existen y operan, están se dividen en distintos rubros, concentrándose en las siguientes áreas:

- *Producción:* Estas son aquellas que producen artículos a menor escala y los venden a intermediarios, o al consumidor final. Destacan rubros tales como los de confección, mueblería, artesanía, juguetería, tejidos y calzado.

- *Comercio:* Estas son aquellas que se dedican a la compraventa, compran productos los cuales venden, no los producen actuando como intermediarios, por lo cual reciben una cantidad de dinero como retribución. Destaca el rubro de alimentación, con la instalación de almacenes y puestos de ferias.

- *Servicio:* Estas son aquellas que realizan un trabajo o prestan servicios a otras empresas. Destacan los rubros de reparaciones (gasfitería, electricidad, mecánica, entre otros), de aseo y ornato y de transporte

Se determina que las microempresas pueden ser de producción, comercio y de servicios mismas que nos permitirán la capacidad de generar ingresos y las posibilidades de crecimiento

### **2.1.5 Posibilidades de crecimiento de la microempresa**

*Según Gálvez, Sandra en su investigación "Diplomado de formación de promotores y técnicos en microempresa manifiesta que:*

*Se puede señalar dos elementos que definen las posibilidades de crecimiento:*

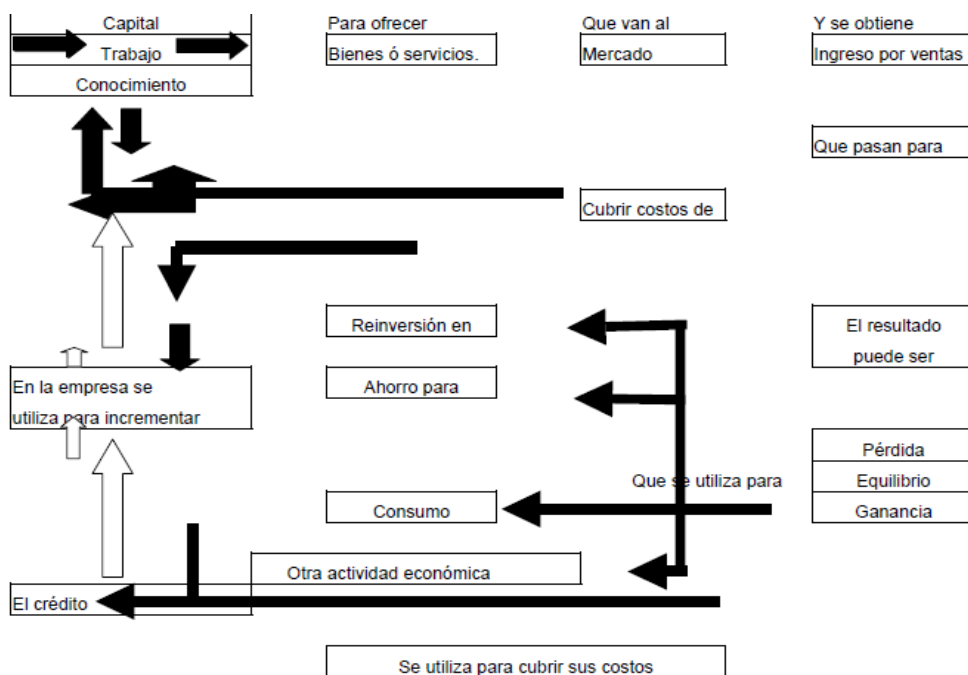
- ✓ *Las condiciones y el tipo de mercado de bienes y servicios en el que se inserta.*
- ✓ *La capacidad de gestión empresarial (habilidades, destrezas y conocimientos) de su conductor.*

*Condiciones:*

- *La exigencia de un cierto nivel de eficiencia interna (de estructura y de funcionamiento), que permita la generación suficiente de excedentes para reinvertir, exigencia que parece que cumplen muchas microempresas.*
- *Expandir el mercado para el crecimiento pues sólo pueden crecer las microempresas que producen para un mercado en crecimiento o con demanda insatisfecha y que, adicionalmente, puedan competir ventajosamente con empresas más grandes, o que en estos mercados no exista competencia.*
- *La disponibilidad de mayor capital de trabajo para disminuir la frecuencia, el costo y el precio de la adquisición de insumos; el mejoramiento del diseño y acabado, un mayor control administrativo y contable que ayude a la toma de decisiones, la diversificación de los mecanismos y canales de comercialización, así como de los productos ofrecidos, permiten la disminución de gastos y costos y el incremento de los ingresos, mejorando las posibilidades de reinversión y /o la calidad de vida del microempresario y su familia.*

### **2.1.6 El Ciclo Económico de la Microempresa**

## GRAFICO N° 1 El ciclo Económico de la Microempresa



Es característico del análisis puramente financiero el centrar su atención en los flujos de dinero. La rentabilidad de una empresa dependerá del dinero en ella invertido y del dinero que se va sacando mes a mes ó año con año.

El funcionamiento económico – financiero de la empresa puede verse como algo mecánico, que funciona según un conjunto de principios y leyes, tanto jurídicas como económicas. Así la empresa mantiene normalmente un equilibrio que sólo rompe cuando ésta no puede atender sus compromisos.

Mientras la empresa atienda regularmente sus obligaciones de pago, se encontrará en una situación de equilibrio (desde este punto de vista), incluso cuando la empresa no puede pagar y se decide, como



última medida, la liquidación de la misma para que cobren al menos una parte de la deuda, el equilibrio se ha roto y la vida de la empresa termina.

Con relación a lo citado podemos decir que la microempresa, según el desarrollo de la misma va creciendo permitiendo el desarrollo dentro del mercado y la capacidad de gestión empresarial

### **2.1.7 Organización de la microempresa**

Respecto a estructura organizativa Benjamin Franklin **(2008)** dice:

*“Es la forma en que están ordenadas las unidades que compone una unidad administrativa en que están ordenadas entre si sus unidades internas”*

El sistema o modelo de la estructura organizativa que se puede implementar dependerá de la magnitud de la microempresa, recursos y objetivos que se plantean

La microempresa de industrialización y comercialización de Plantas medicinales tendrá la siguiente estructura organizacional:

*La estructura Orgánica de la Microempresa de Plantas medicinales está conformada por los siguientes niveles administrativos:*

- *Nivel legislativo o superior*
- *Nivel Ejecutivo*
- *Nivel Auxiliar*
- *Nivel Operativo*

#### **NIVEL LEGISLATIVO O SUPERIOR**

*El nivel Legislativo o superior está compuesto por las socias de la Microempresa que conforman la Asamblea General y son responsables de la planificación, normativa y toma de decisiones*

### **NIVEL EJECUTIVO**

*Este nivel Directivo o ejecutivo esta integrado por la Gerencia de la compañía que es responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar la ejecución de las políticas y las actividades de la microempresa*

### **NIVEL AUXILIAR**

*El nivel auxiliar esta integrado por la unidad de contabilidad y secretaria, realiza las funciones de apoyo necesarias para el cumplimiento de las actividades de la microempresa*

### **NIVEL OPERATIVO**

*Nivel que lo integran las unidades de compra, producción, cosecha y almacenamientos y son responsables de ejecutar los planes para cumplir con los objetivos y metas que se ha trazado la microempresa*

La organización de la microempresa nos permite estructura un modelo como va a funcionar la microempresa, dependiendo de la magnitud y volumen de la misma

## **2.2 ESTUDIO DE MERCADO**

### **2.2.1 Concepto De Estudio De Mercado**

Para KOTLER Philip; "Fundamentos de Mercadotecnia"(2010) *"El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados"*.

El estudio de mercado nos permite obtener información acerca del mercado y garantizar la venta de un producto.

### **2.2.2 Herramientas de la Mercadotecnia**

- PRODUCTO

*“El producto es el resultado tangible de la acción del trabajo sobre y con los otros factores de producción, como medio que en el momento y circunstancias dadas permite satisfacer las necesidades. El producto puede estar formado por uno o varios bienes o servicios así como los subproductos y residuos generados en el proceso de producción.*

- DEFINICIÓN DE MERCADO

*“El mercado es el área en la cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único y, por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar”.*

- DEMANDA

*“La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer necesidades, buscando maximizar su utilidad bienestar y satisfacción.*

- OFERTA

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

## **ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL**

Con este análisis se busca caracterizar la evolución de la oferta, para lograrlo se requiere de

- Obtener series estadísticas básicas de producción e importancia
- Cuantificación de la oferta existente
- Inventario crítico de los principales proveedores.

El precio, mercado, demanda y oferta, constituyen las herramientas que permiten obtener una idea de las necesidades y de las posibles oportunidades de la futura microempresa

### **2.2.3 Comercialización**

#### **Definición**

Según RIVERA Martínez, "Administración de proyectos: Guía para el aprendizaje." año, 2010, afirma que la comercialización: "Es la actividad que acelera el movimiento de bienes y servicios desde el fabricante hasta el consumidor, y que incluye todo lo relacionado con publicidad, distribución, técnicas de mercado, transporte y almacenamiento de bienes y servicios"

ANZOLA ROJAS, Sérvulo "Administración de pequeñas empresas", año 2010, menciona: "Conjunto de actividades que se relacionan entre sí con el objetivo de efectuar actividades establecidas y permitir que los bienes y servicios que la empresa produce lleguen hacia los consumidores finales"

Sintetizando, la comercialización es un conjunto de actividades, que se relacionan entre sí, con el objetivo de hacer llegar los bienes y servicios que ofrece, una empresa para cubrir las necesidades y requerimientos de los consumidores.

#### **2.2.4 Promoción y Publicidad**

De acuerdo con lo establecido por KOTLER, Philip; (2013),. Nos dice que:

- a. *Promoción.- Parte del proceso de marketing utilizado para incentivar al comprador potencial, la promoción de venta se suele realizar mediante contacto directo entre comprador y vendedor.*
- b. *Publicidad.- Esta dirigida a grandes grupos humanos y suele recurrirse a ella cuando la venta es directa de vendedor a comprador es ineficaz.*

Las estrategias de publicidad y promoción a fin de incentivar la aceptación de un producto por parte de los consumidores, tratando de lograr un posicionamiento en la mente del consumidor, la misma que se lo puede realizar a través de medios como: televisión, radio, prensa, trípticos, revistas, vallas, hojas volantes, perifoneo, telecomunicaciones, conversaciones con clientes, degustaciones, apoyos de carácter social, entre otros.

### **2.3 PLANTAS MEDICINALES**

Según, Endara L (2008); *“Las plantas medicinales engloban las materias vegetales brutas, como hojas, flores, frutos, semillas, tallos, madera, corteza, raíces, rizomas u otras partes vegetales, que pueden estar enteras, fragmentadas o en polvo”*

### **2.3.1 Clasificación**

*Las plantas se clasifican en calientes como: aliso, chamanal, higo, eucalipto, ciprés, zanahoria amarilla. Las frescas como el llantén, taraxaco, linaza, alcumicuna, berros, atalpamicuna.*

*Cuando los pacientes presentan enfermedades por el calor, tendrán que recetar plantas frescas como la ortiga chilca negra y si son por el frío anís, aguacate y otras.*

### **2.3.2 Características**

*Los actuales sistemas de cuidado de salud, incluyendo a la medicina y terapéutica moderna, se basan principalmente en compuestos provenientes de plantas y gran parte de la población mundial depende de la medicina tradicional para suplir los requerimientos de salud diarios, especialmente dentro de los países en vía de desarrollo.*

*El uso de medicamentos elaborados con plantas está muy difundido en varios países industrializados y numerosos fármacos tienen una base o son derivados de componentes de plantas. Así también los cosméticos y otros productos de uso en el hogar pueden contener plantas con valores medicinales o terapéuticos.*

*En Ecuador hay unas 500 especies de plantas medicinales conocidas, 125 de ellas ampliamente comercializadas y esto es solamente una fracción de la riqueza que se estima existe en el país.*

*Su uso y comercio es vasto: El 80% de la población ecuatoriana depende de la medicina tradicional y por consiguiente de las plantas o productos naturales, basados en estas para la salud y bienestar.*

*Aunque faltan cifras de las exportaciones (como también de las importaciones, sobre las que se realiza reexportaciones en*

*frecuentes casos) por la informalidad de todo el comercio con las plantas medicinales y sus derivados, se estima que alguna demanda internacional es suplida por Ecuador.*

*Históricamente se conoce que Ecuador ha dado origen a uno de los medicamentos más importantes para la humanidad, a través de la Chinchona, cuyo compuesto, la Quinina, fue descubierto en el siglo XVII y utilizado para la cura del paludismo.*

El empleo de las plantas medicinales a lo largo del tiempo ha sido de mucha importancia en la vida de los seres humanos, ya que con sus diferentes propiedades han ayudado a mejorar la salud de quienes las consumen

### **2.3.3 Plantas medicinales objeto de investigación**

A continuación se describe a cada una de las plantas que se han tomado en cuenta para el proyecto por ser las de mayor aceptación.

#### **La manzanilla**

##### **Ilustración 1 LA MANZANILLA**



**Elaborado por: La autora**

De acuerdo a Endara L (2008); “*La manzanilla es una hierba aromática que ha sido utilizada desde hace siglos con fines*

*medicinales. Es originaria de Europa y de allí introducida a América, donde es muy comercializada y cultivada”.*

### **Beneficios de la manzanilla**

*Los beneficios de la manzanilla son:*

- **Calmante.** *Quizá el uso más popular para la manzanilla es como calmante.*
- **Insomnio.** *Por su efecto calmante y relajante, muchos encuentran que un té de manzanilla antes de acostarse los ayuda a dormir.  
más profundamente, al igual que sesiones de aromaterapia con esta planta.*
- **Cólicos.** *En un estudio Británico, investigadores encontraron que aquellos individuos que consumían té de manzanilla presentaban un nivel elevado de glicina.*
- **Cuidado de la piel.** *Las lociones de manzanilla (sobre todo las que no contienen alcohol ni aditivos artificiales) se han encontrado útiles en el tratamiento de condiciones de la piel como eczema y soriasis.*
- **Gripe y resfriados.** *Por sus beneficios anti-inflamatorios y antihistamínicos, la manzanilla es usada por muchos en época de resfriados para prevenir y tratar síntomas como estornudos y congestión nasal.*
- **Indigestión.** *Por sus beneficios anti-inflamatorios y calmantes del sistema nervioso, la manzanilla es para muchos un alivio para dolores de estómago, cólicos intestinales y diarrea.*



### **Usos de la manzanilla**

*Hay diversas maneras de usar la manzanilla:*

- *La más común es su infusión (té), la cual es de sabor agradable.*
- *Se puede usar para baños, limpiar heridas, o en compresas o masajes.*
- *Los extractos o el aceite esencial de manzanilla se usan en medicamentos naturales y cosméticos.*
- *Se puede usar en vapor para limpiar la cara.*
- *Se usa en asientos y similares para padecimientos digestivos.*

### **Productos elaborados con manzanilla**

- *Perfumes*
- *Shampoo*
- *Cremas*
- *Aceites*
- *Jabón*
- *Infusión*

### **Ilustración 2 LA MENTA**



**Elaborado por: La autora**

*La menta es una hierba comestible con múltiples propiedades más allá de aquellas relacionadas con la gastronomía, por eso a continuación se describe de forma resumida los beneficios en el organismo.*

### **Beneficios de la Menta**

*La menta posee los siguientes beneficios:*

*Carminativas, estomacales, coleréticas, antiespasmódicas, relajantes, diaforéticas, anticongestivas, antitusivas, estimulantes, antioxidantes, calmantes, afrodisíacas.*

### **Usos de la menta**

- *La menta se utiliza en afecciones estomacales (facilita las digestiones.*
- *Evita la aparición de gases.*
- *Ayuda a estimular el hígado favoreciendo la secreción de bilis y ayuda a relajar la mucosa intestinal.*
- *Evita afecciones del aparato respiratorio.*
- *Ayuda a descongestionar las vías respiratorias en el tratamiento de gripes y resfriados, bronquitis, tos, faringitis o asma.*
- *También se utiliza para evitar el mal de altura o para mejorar sus síntomas.*
- *Mejorar la circulación sanguínea y aportar mayor oxígeno a las células.*

### **Productos elaborados con menta**

- *Aceite*
- *Jabón*
- *Infusion*
- *Postres*
- *Arte culinario*

### **La hierba Luisa**

#### **ILUSTRACIÓN No.3 HIERBA LUISA**



**Elaborado por: La autora**

*La Hierba Luisa es una planta perenne, leñosa y que se caracteriza por un aroma que hace recordar al limón.*

### **Beneficios de la hierba luisa**

*La Hierba Luisa presenta los siguientes beneficios:*

*Carminativas, antibacteriales, antihistamínicas, fungicidas, expectorantes, anticancerígenas, antiinflamatorias, antiespasmódicas, hepatoprotectoras, antioxidantes, antiasmáticas, antitusivas y antitumorales.*

### **Usos medicinales de la hierba Luisa**

- **Carminativo:** Es útil para expulsar los gases del aparato digestivo, evitando las flatulencias y la aerofagia.
- **Estómago:** Para facilitar la digestión o en estómagos débiles o nerviosos, ejerce una función tónico estomacal, digestiva y tranquilizante
- **Mal aliento:** Cuando se tiene la tendencia a tener halitosis (mal aliento), resulta útil realizar enjuagues.
- **Relajante:** Resulta adecuada la infusión de Hierba Luisa para relajar y tonificar los nervios.

### **Productos elaborados con hierba Luisa**

- *Perfumería*
- *Aceite esencial*
- *Jabones*
- *Champús*
- *Dentífricos*
- *Lociones capilares*
- *Infusión*

### **ILUSTRACIÓN No.4**

#### **EL TORONJIL**



## **Elaborado por: La autora**

*El toronjil es una planta medicinal conocida y utilizada desde la antigüedad. Su nombre procede del griego melissóphylo que quiere decir “hoja de abeja”.*

### **Beneficios del toronjil**

- **Para afecciones respiratorias:** *Por sus cualidades aromáticas es recomendada para problemas de carácter respiratorio, como es el caso de la rinitis, la gripe y la bronquitis.*
- **En caso de gripe contagiada:** *Es recomendable en medio vaso de zumo de naranja (o de mandarina si hay úlceras o no se toleran los ácidos), añadir un puñado de toronjil.*
- **Para el insomnio:** *Preparar la siguiente fórmula: una onza de salvia, una onza de toronjil, media onza de raíz de valeriana, cinco gramos de romero de castilla, un litro de agua.*
- **Para controlar fiebres eruptivas:** *Es recomendable tomar la infusión de diez gramos de toronjil y diez gramos de raíz de grama en un litro de agua frecuentemente.*
- **Trastornos menstruales:** *La maceración de las hojas es utilizada para afecciones como la dismenorrea o la amenorrea.*
- **Otros usos:** *En algunas zonas de América central se utiliza con fines “mágico-religiosos” para quitar el espanto. Es un excelente condimento.*

### **Usos del toronjil**

- *Calma los retortijones estomacales.*

- *Combate la infección causada por virus*
- *Previene y favorece la expulsión de gases*
- *Favorece la digestión*
- *Modera la actividad del sistema nervioso*

#### ***Productos elaborados con toronjil***

- *Jugo de la planta fresca*
- *Crema*
- *Preparados farmacéuticos*
- *Arte culinario*

Las plantas medicinales objeto de esta investigación, son muy conocidas por sus grandes propiedades curativas y los múltiples beneficios para la salud, intelectual y física

#### **2.3.4 Formas de producción:**

Según Duran, F (2009) Se estima, que en el país las plantas medicinales más conocidas son aproximadamente 500 especies de plantas medicinales. De ellas 228 son registradas como las más utilizadas y unas 125 identificadas como las comercializadas

Las condiciones del clima del Ecuador hace que se disponga de plantas frescas durante todo el año, sin embargo, en la época de verano (agosto a diciembre) algunas plantas desaparecen o se desarrollan lentamente debido a la falta de humedad, por lo que se las encuentra en menor cantidad y cuyo caso es preferible utilizarlas plantas secas, que fueron cosechadas en la mejor época del año.

Se las obtiene vía recolección silvestre o cultivo.

## **2.4 ESTUDIO TECNICO**

Según CORDOBA, Marcial, (2008) en su libro Formulación y Evaluación de proyectos expresa: *“El estudio técnico busca responder a las interrogantes básicos: Cuánto, donde, como, y con que producirá mi empresa. Se busca diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio”*.

### **2.4.1 Localización Óptima del Proyecto**

*“La localización Óptima del Proyecto consiste en identificar y analizar las características del entorno que favorezcan en forma positiva a la implantación del proyecto, para lograr la máxima utilidad al mínimo costo”*. Expresa BACA, Gabriel. (2013). *Evaluación de Proyecto*.

### **2.4.2 Macrolocalización del Proyecto**

Según FLORES U. Juan A. (2007) en su obra de Proyectos de Inversión para las PYME Creación de Empresas afirma: *“El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como la macrolocalización, hasta identificar una zona urbana o rural, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto”*.

### **2.4.3 Microlocalización del Proyecto**

CORDOBA, Marcial, (2008) en su libro Formulación y Evaluación de Proyectos manifiesta que: *“Abarca la*

*investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa .Se debe indicar la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operara”.*

Para el estudio técnico es necesario, identificar el entorno y analizar las características que favorezcan para la implementación para el desarrollo de cualquier empresa.

#### **2.4.4 Ingeniería del Proyecto**

Según CORDOBA, Marcial (2008), en su texto Formulación y Evaluación de Proyectos cita que: *“Es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto”.*

La ingeniería del proyecto nos permitirá conocer el proceso de la producción para la fabricación de un producto

#### **2.4.5 Presupuesto Técnico**

**RIVERA MARTINEZ Francisco, HERNANDEZ CHAVEZ Gisel, (2010).** Afirma: El presupuesto es el resultado del proceso del costeo, nos presenta las actividades del proyecto y sus costos correspondientes, así es como sus sumas parciales y totales.

#### **2.4.6 Inversión**

**AGUIRRE Juan Antonio, (2007).** Afirma: *“La inversión es el acto mediante el cual se invierten ciertos bienes con el ánimo de*



*obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo”.*

## **2.5 ESTADOS FINANCIEROS**

### **2.5.1 Balance de Situación**

*Según La Colección de Contabilidad General -Tomo 1(2007) “El balance de situación es un estado preparado para mostrar la situación económica y financiera de una empresa en un momento concreto”*

*Esta conformado por:*

**ACTIVOS :** *Son todos los bienes, valores y servicios que posee o le adeudan a la empresa en un determinado período, el activo es un servicio económico, propiedades del mejoramiento, el cual se expresa en un beneficio para el futuro.*

**PASIVOS:** *Es todo lo que se adeuda a otras personas (ajenas a la empresa, propietarios, socios, accionistas)*

**CAPITAL:** *Es el aporte en dinero y/o bienes por el o los propietarios, socios o accionistas de la empresa*

### **INFORMACIÓN QUE PROPORCIONA EL BALANCE DE SITUACIÓN**

*El aspecto principal de la situación financiera consiste en demostrar la capacidad para liquidar las deudas, punto básico en el que están interesadas cuantas personas utilizan un balance, ya que se refleja la solidez y estabilidad del negocio*

De acuerdo a lo expuesto por los autores, todas las empresas tienen que elaborar de forma obligatoria un balance general mensual. Ya que con, los resultados que se obtengan de este informe la gerencia y administración, sabrán tomar aquellas decisiones que sirvan para corregir los problemas financieros que atravesase esta, o para invertir los fondos en aquellas áreas en que se necesite generar nuevas inversiones o compras de mercaderías. Así también, si la empresa puede solicita un préstamo, la entidad financiera, sea esta del sector cooperativo o bancario, puede analizar la capacidad del negocio para pagar una futura obligación.

### **2.5.2 Estado de Ganancias o Pérdidas**

*Según La Colección de Contabilidad General -Tomo 1(2007) “Es también llamado Estado de ingresos y egresos, resulta de comparar los valores de ventas, ingresos, costos, gastos durante un período determinado, generalmente un año.”*

El objetivo Estado de Resultados o Pérdidas es proporcionar un resumen detallado de las entradas o ingresos generados por las ventas de artículos o productos de la empresa y de los gastos constituidos por los gastos de salarios, viáticos, alquileres, papelería, etc., para obtener el Excedente o pérdida ejercicio contable.

### **2.5.3 Costos**

*CHILQUINGA, Manuel, (2007) manifiesta: “Es un conjunto de valores incurridos en un período perfectamente identificados con el producto que se fabrica”. El costo es recuperable*

Es importante conocer y controlar todos los costos ya que nos permitirá obtener ganancias y crecer dentro de la microempresa.

## **COSTOS FIJOS**

*“Son los que permanecen constante frente a cualquier volumen de producción. Ejemplo: Mano de obra directa e indirecta, depreciación de activos fijos, seguros, arriendos, etc.”*

## **COSTOS VARIABLES**

*“Estos tienen un comportamiento directamente proporcional al volumen de la producción. A mayor costo a menor cantidad menor costo. Ejemplo: materiales directos e indirectos, lubricantes, mano de obra directa por obra, comisiones de venta.”*

## **EL PUNTO DE EQUILIBRIO**

*“Es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde”*

## **2.6 EVALUADORES FINANCIEROS**

### **2.6.1 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

Según BACA, Gabriel, 2005, manifiesta: “La tasa interna de retorno es un método para la evaluación financiera de proyectos que iguala el valor presente de los flujos de caja esperados con la inversión inicial. La tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión con pagos (valores negativos) e ingresos (valores positivos) que ocurren en períodos regulares” Matemáticamente se expresa, como la tasa K requerida para que la siguiente expresión sea cero:

$$VPF_1 = \sum_{j=1}^n \frac{F_j}{(1+K)^j} - F_0 = 0$$

$F_0$  = Inversión Inicial

$F_j$  = Flujos netos por período

### 2.6.2 VAN.- El valor Actual Neto:

Se entiende la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial.

$$VAN = -A + \sum_{t=1}^n \frac{Q_t}{(1+k)^t}$$

Donde:

A = desembolso inicial

Qt = flujo de tesorería en el período t

k = costo de capital

n = vida útil estimada para la inversión

### 2.6.2 Relación Costo Beneficio

*“Es la relación que se obtiene cuando el valor actual de la corriente de beneficios se divide por el valor actual de la corriente de costos. Se aceptan proyectos con una relación mayor que 1”*

### 2.6.3 Flujo Neto de Caja

*“Se entiende la suma de todos los cobros menos todos los pagos efectuados durante la vida útil del proyecto de inversión. Está considerado como el método más simple de todos, y de poca utilidad práctica.”*

**Fórmula:**

*Flujo neto de Caja / Inversión inicial*

Constituye la entrada y salida de efectivo y demás activos que permiten operar el Negocio, desde el inicio del proceso productivo hasta el final del mismo

#### 2.6.4 Tasa de Rendimiento contable

“Este método se basa en el concepto de Cash-Flow, en vez de cobros y pagos (Cash-Flow económico)”

La principal ventaja, es que permite hacer cálculos más rápidamente al no tener que elaborar estados de cobros y pagos. La definición matemática es la siguiente:

$$\frac{[(\text{Beneficios} + \text{Amortizaciones}) / \text{Años de duración del proyecto}]}{\text{Inversión inicial del proyecto}}$$

El principal inconveniente, además del defecto de los métodos estáticos, es que no tiene en cuenta la **liquidez del proyecto**, aspecto vital, ya que puede comprometer la viabilidad del mismo.

Además, la tasa media de rendimiento tiene poco significado real, puesto que el rendimiento económico de una inversión no tiene porque ser lineal en el tiempo.

#### 2.6.5 Relación Beneficio-Costo (B/C)

“Es la relación que se obtiene cuando el valor actual de la corriente de beneficios se divide por el valor actual de la corriente de costos. Se aceptan proyectos con una relación mayor que 1”

$$B / C = \text{Valor Actual Neto} / \text{Inversión} = \sum_{j=1}^n \frac{F_j}{(1+K)^j} / F_0$$

Dando énfasis a lo señalado anteriormente los evaluadores financieros permiten conocer si el proyecto es factible y en qué tiempo se demorará en recuperar la inversión.

## 2.7 Aspectos Organizacionales

*Según STATON Willian, BRUCE J. Walke, (2004), indica “Proceso en que los administradores diseñan los componentes del sistema administrativo, para que sean congruentes entre si, con otros elementos de la arquitectura organizacional y con las estrategias y metas de la organización”*

Tomando en consideración el concepto del autor se puede decir que la administración estratégica ayuda a definir el camino, para conseguir las metas comunes propuestas por la organización, para una correcta gestión organizacional se debe primeramente formular misión y visión .

### 2.7.1 Misión

*CORDOVA Marcial, (2008); asevera: “Es lo que cada subconjunto puede aportar al todo. Es el primer documento donde se empieza a plasmar la Unidad de dirección. Se debe considerar lo siguiente:*

- A qué negocio nos dedicaremos
- Que nos diferenciara de nuestra competencia ahora y en el futuro
- Que fabricaremos
- Qué nivel de calidad pretendemos para nuestros productos.
- Flexibilidad de nuestro proceso productivo
- Investigación básica si o no
- Desarrollo de productos propios o tercerizado
- Y cada división, gerencia o individuo con su misión

Según los autores la misión quiere decir reflejar, en el presente lo que la empresa esta haciendo que produce, para que produce y en que calidad, esto fortalecerá al talento humano para alcanzar las metas propuestas.

### **2.7.2 Visión**

*Según Web and Macros “ Define y describe la situación futura que desea tener la empresa, el propósito de la visión es guiar, controlar y alentar a la organización en su conjunto para alcanzar el estado deseable de la organización.*

- La visión de la empresa es la respuesta a la pregunta, ¿Qué queremos que sea la organización en los próximos años?
- Los valores corporativos es la respuesta a la pregunta, ¿En que creemos y como somos?

La visión, nos permite proyectarnos al futuro, cumpliendo todos los objetivos que la empresa se establece.

## **2.8 IMPACTOS**

### **2.8.1 Impacto Social**

Un impacto social de un proyecto es el análisis de los aspectos de equidad; es decir los efectos que el proyecto tiene sobre las distribución de ingreso y riquezas

### **2.8.2 Impacto económico**

El impacto económico es una herramienta que analiza la contribución de un proyecto al bienestar nacional, teniendo en cuenta el objetivo de eficiencia de recurso

### **2.8.3 Impacto Educativo y empresarial**

El impacto educativo se reflejaría principalmente en el interés por mejorar la calidad de los suelos y por la búsqueda de nuevas

tecnologías de mayor eficiencia para producciones comerciales dentro de una zona determinada, y así crear en la población un impacto de visión empresarial por crear ideas de emprendedores.

#### **2.8.4 Impacto Ambiental**

Por impacto ambiental se entiende cualquier modificación de las condiciones ambientales o la generación de un nuevo conjunto de condiciones ambientales, negativas o positivas, como consecuencia de las acciones propias del proyecto en consideración.

Tomando como referencia los conceptos anteriores acerca de impactos, se puede manifestar que es un análisis de los posibles escenarios que pueda originar el proyecto, en los ámbitos socioeconómicos, empresarial, cultural, ambiental, los cuales sirven de base para diseñar planes de contingencia.



## **CAPÍTULO III**

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

#### **3.1 PRESENTACIÓN**

En el presente capítulo tiene como finalidad determinar la factibilidad para la creación de una microempresa de industrialización y comercialización de plantas medicinales con valor agregado, para lo cual se realizó la recopilación de información en la ciudad de Ibarra, por ser el lugar donde se implementará el proyecto ya que cuenta con un mercado amplio para comercializar el producto, donde se investigaron las siguientes variables como son: producto, demanda, oferta, precio, y comercialización.

Para el análisis de las variables producto, demanda, oferta, precio, y comercialización se aplicó encuestas a consumidores y comercializadores de productos similares al propuesto por el proyecto, esta investigación se la efectuó entre el mes de mayo y junio del 2013, cuya información permitieron a aclarar el escenario donde el producto ingresará.

#### **3.2 Objetivos del Estudio de Mercado**

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

Conocer el comportamiento del entorno comercial de la ciudad de Ibarra para determinar la demanda, oferta existente en el mercado y los precios del producto.

### **3.2.2 Objetivos Específicos**

- Determinar las características y presentación del producto propuesto por el proyecto.
- Analizar la demanda de plantas medicinales en la ciudad de Ibarra para cuantificar el consumo.
- Conocer la oferta de plantas medicinales en el área de investigación.
- Realizar un análisis y determinación del precio del a comercializar en la ciudad de Ibarra.
- Diseñar las estrategias de comercialización para venta del producto a introducirse al mercado.

### **3.3 Variables**

- Producto
- Demanda
- Oferta
- Precio
- Estrategias de comercialización

### **3.4 Indicadores**

#### **3.4.1 Producto**

- Beneficios del producto
- Usos del producto
- Consumo del producto
- Tipo de presentación

#### **3.4.2 Demanda**

- Lugar de compra
- Preferencia de plantas

- Aspecto para la compra
- Frecuencia de compra
- Comercialización
- Calidad del producto
- Cantidad de compra
- Destino de dinero
- Medio de comunicación

#### **3.4.3 Oferta**

- Tiempo en la actividad
- Frecuencia de adquisición
- Origen del proveedor
- Forma de venta
- Ventas promedio
- Marcas del producto
- Variedad en la presentación

#### **3.4.4 Precio**

- Precio de compra
- Precio de venta
- Fijación de precios

#### **3.4.5 Estrategias Comerciales**

- Producto
- Precio
- Publicidad
- Plaza

### **3.5 Matriz de Relación Estudio de Mercado**

**CUADRO No. 5**  
**MATRIZ DE RELACIÓN DEL ESTUDIO MERCADO**

<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUENTE</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>INFORMANTE</b>
Determinar las características y presentación del producto propuesto por el proyecto.	Producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Beneficios del producto</li> <li>● Usos del producto</li> <li>● Consumo del producto</li> <li>● Tipo de presentación</li> </ul>	Primaria Secundaria	Bibliográfica Encuesta	Libros especializados Consumidores del producto
Analizar la demanda de plantas medicinales en la ciudad de Ibarra para cuantificar el consumo.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Lugar de compra</li> <li>● Preferencia de plantas</li> <li>● Comercialización</li> <li>● Calidad del producto</li> <li>● Cantidad de compra</li> <li>● Medio de comunicación</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Consumidores del producto
Conocer la oferta de plantas medicinales en el área de investigación.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Frecuencia de adquisición</li> <li>● Origen del proveedor</li> <li>● Forma de venta</li> <li>● Marcas del producto</li> <li>● Variedad en la presentación</li> </ul>	Primaria	Entrevista  Observación directa	Comercializadores
Realizar un análisis y determinación del precio del a comercializar en la ciudad de Ibarra.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Precio de compra</li> <li>● Precio de venta</li> <li>● Fijación de precios</li> </ul>	Primaria	Encuesta Entrevista Observación directa	Consumidores del producto y Comercializadores
Diseñar las estrategias de comercialización para venta del producto a introducirse al mercado.	Estrategias Comerciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Producto</li> <li>● Precio</li> <li>● Publicidad</li> </ul>	Primaria Secundaria	Opinión de expertos Bibliográfica	Ing. Marketing Libros especializados

**ELABORADO POR:** La Autora

### 3.6 Mecánica Operativa del Estudio de Mercado

Para el estudio de mercado se aplicó el siguiente procedimiento:

#### 3.6.1 Identificación de la Población

El estudio de mercado se lo realizó a la población de la ciudad de Ibarra de extracto social medio y medio alto, representado por familias. Para obtener el número de familias se tomó en cuenta el último censo realizado en el año 2010 por el INEC, donde se determinó que 97.805 personas pertenecen a estos segmentos, a ésta cantidad se la dividió para el componente familiar que es de 4 integrantes según el INEC, obteniendo 24.451 familias.

La segunda población a estudiar fueron 12 comercializadores del producto similar al producto propuesto por el proyecto.

#### 3.6.2 Muestra

Considerando que la población representada por familias es muy grande, se decidió obtener una muestra, utilizando la siguiente fórmula:

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

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

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

Z = Varianza 0,25

d= Nivel de Confianza

**Datos:**

$$N = 24.451$$

$$d^2 = 0,25$$

$$Z = 95\% \quad 1,96$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25) (24.451)}{(0,05)^2 (24.451 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$e = 5\%$$

$$n = 378$$

Aplicando la fórmula dio como muestra a 378 familias a las que se ha aplicó la encuesta. Para la población de comercializadores se decidió aplicar un censo, por considerarse pequeña.

### 3.6.3 Fuentes de información

- **Encuesta:** a las familias de extracto social medio, medio alto de la ciudad de Ibarra
- **Entrevista:** a los dueños y administradores de los locales de comercialización del producto.
- **Observación directa:** consistió en visitar los lugares donde se oferta el producto.

**Información secundaria:** se la obtuvo de libros, folletos, e internet.

### 3.7 Resultados de la Investigación de Campo

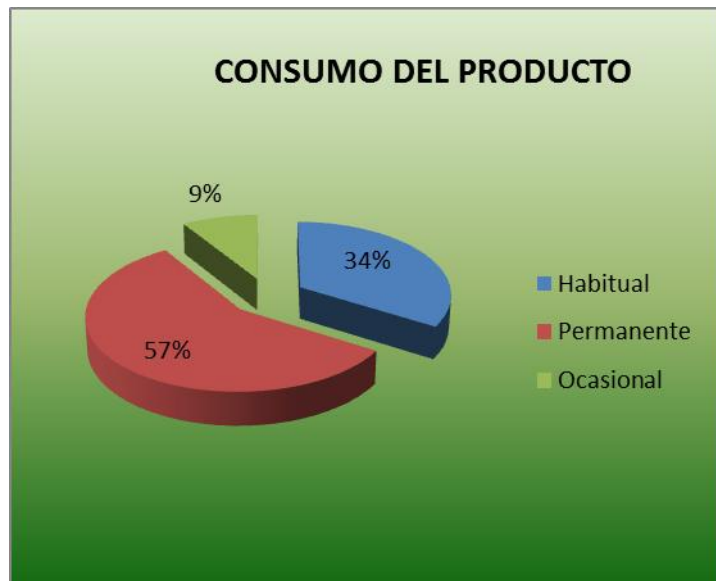
**3.7.1 Encuesta realizada a la población de la ciudad de Ibarra representada por familias de extracto social medio, medio alto y alto.**

**1. ¿El consumo de plantas medicinales es?**

**CUADRO No.6  
CONSUMO DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Habitual	128	34
Permanente	216	57
Ocasional	34	9
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.2**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

El consumo de hierbas medicinales es permanente, porque lo consideran un producto muy beneficioso dentro de la medicina natural, otros lo consumen en menor porcentaje lo remplazan con

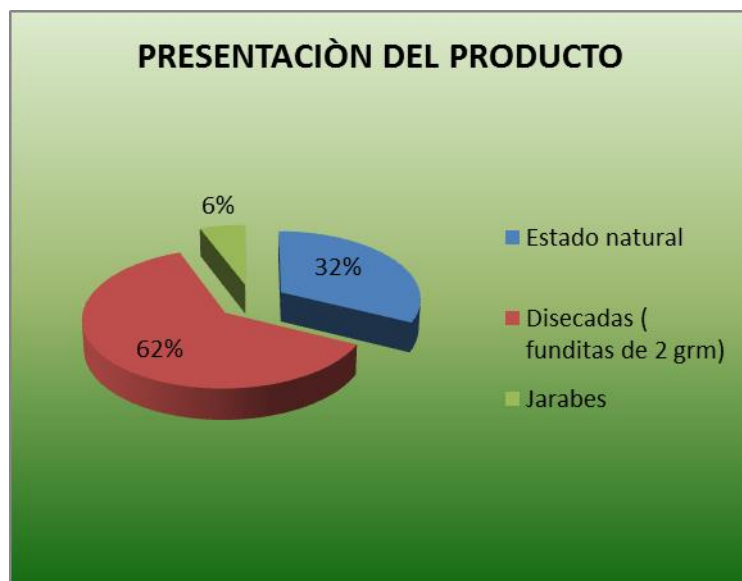
productos similares, finalmente existe personas que lo consumen en ocasionalmente.

**2 ¿En qué presentación prefiere al momento de realizar sus compras?**

**CUADRO No.7**  
**PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Estado natural	122	32
Disecadas ( funditas de 2 gm)	234	62
Jarabes	22	6
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No 3**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

### **ANÁLISIS:**

La presentación del producto lo prefieren en forma disecadas en funditas de 2 gramos, porque consideran que es más fácil para la realización de aguas aromáticas, como también existe la preferencia



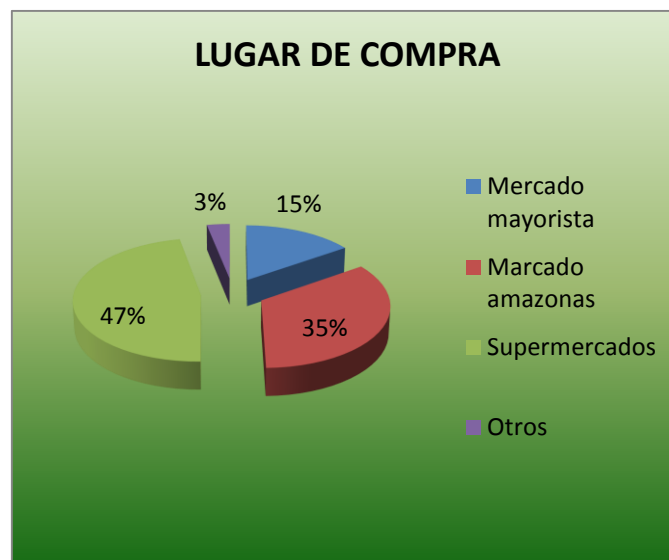
en estado natural debido a que presenta mejor aroma, en ocasiones también lo adquieren en jarabes por cuestiones de medicina.

## 2. ¿En dónde compra las plantas medicinales?

**CUADRO No.8**  
**LUGAR DE COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mercado mayorista	58	15
Mercado Amazonas	129	34
Supermercados	178	47
Otros	13	3
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.4**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

### ANÁLISIS:

El lugar de compra que prefieren la mayor parte de las familias de Ibarra son los supermercados, porque cuentan con mayor seguridad y confiabilidad en la adquisición del producto, como

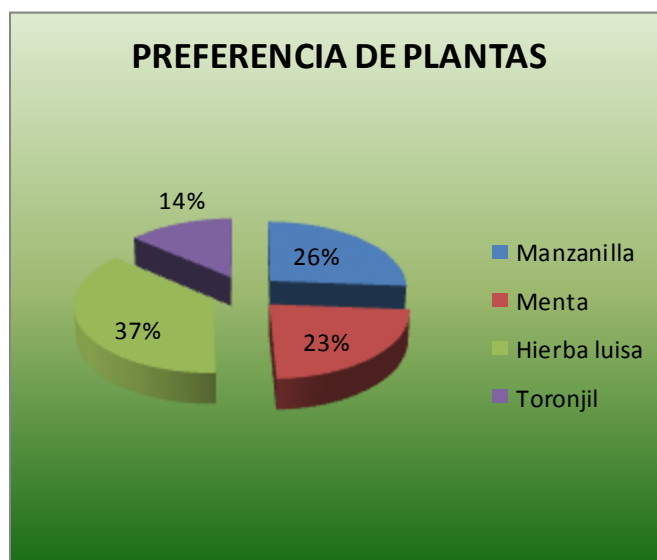
también lo realizan en el mercado amazonas que es un sitio que presenta variedad de productos.

### 3. ¿De las siguientes plantas medicinales cual prefiere?

**CUADRO No.9**  
**PREFERENCIA DE PLANTA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Manzanilla	99	26
Menta	88	23
Hierba Luisa	139	37
Toronjil	52	14
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.5**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

### ANÁLISIS:

Se puede observar que existe mayor preferencia en la planta medicinal hierba luisa, comentan que esta hierba brinda un aroma inigualable, como también se encuentra la preferencia de la

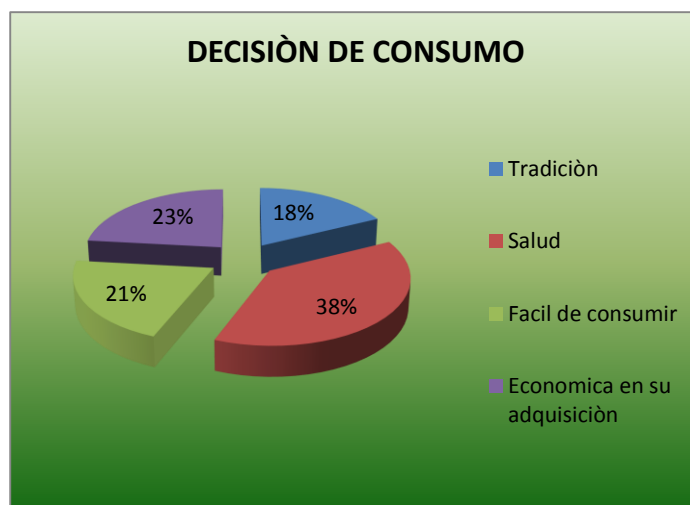
manzanilla, porque es utilizado para varios aspectos, finalmente se encuentra el consumo de menta y toronjil.

#### 4. ¿Porque usted elige consumir plantas medicinales?

**CUADRO No. 10**  
**DECISIÓN DE CONSUMO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Tradición	67	18
Salud	145	38
Fácil de consumir	78	21
Económica en su adquisición	88	23
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.6**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

#### **ANÁLISIS:**

La razón más importante para el consumo de plantas medicinales, es porque proporcionan beneficios a la salud, debido a que es una hierba natural, también lo consumen porque es un producto

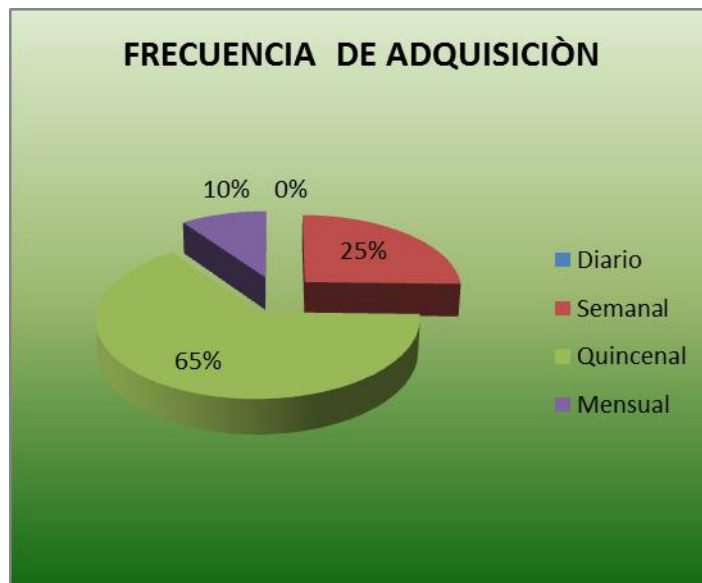
económico, finalmente por la facilidad de su consumo y por la tradición.

**5. ¿Con qué frecuencia adquiere las plantas medicinales?**

**CUADRO No.11  
FRECUENCIA DE Adquisición**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Diario		
Semanal	96	25
Quincenal	245	65
Mensual	37	10
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.7**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

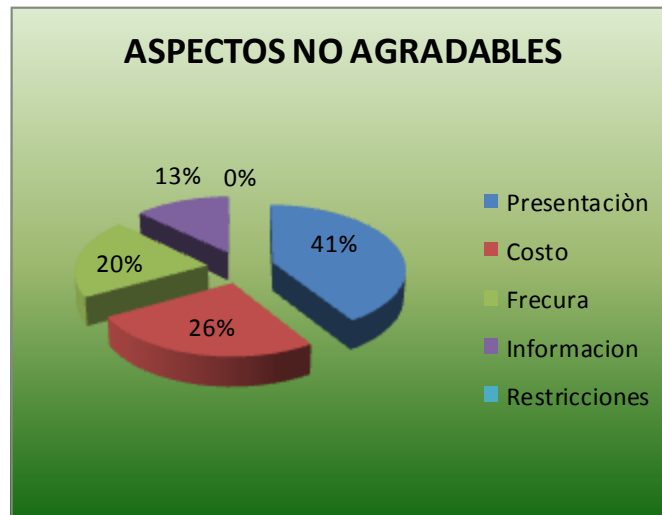
La frecuencia de adquisición de las plantas medicinales es cada quince días, esto depende del número de personas de cada familia como también para la realización de otros productos, otro grupo de personas manifestaron que lo compran cada semana por cuidados de la salud.

**7. ¿Qué aspectos no le agrada de la comercialización actual de plantas medicinales?**

**CUADRO No.12**  
**ASPECTOS NO AGRADABLES**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Presentación	155	41
Costo	98	26
Frescura	76	20
Información	49	13
Restricciones		0
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.8**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

Lo que más les disgusta de la comercialización actual del producto es la presentación, porque las empresas que se dedican a su producción no han tomado en cuenta lo que el consumidor busca, otro de los aspectos es el costo que en ocasiones se lo encuentra muy elevado, al igual que el producto no se encuentra fresco.

**8. ¿Cómo asegura usted. la calidad de las hierbas medicinales que se oferta en el mercado?**

**CUADRO No.13  
CALIDAD DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Tiempo de expiración	116	31
Forma de presentación	178	47
Garantía del producto	59	16
Otros	25	7
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.9**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

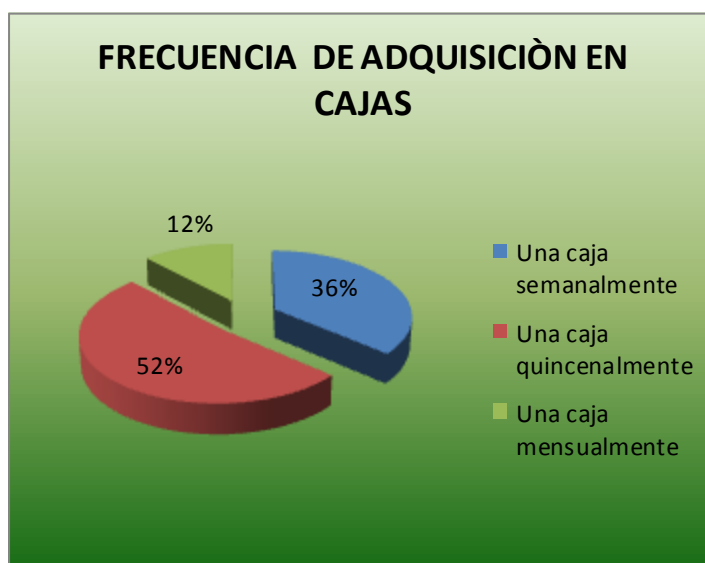
Para asegurar la calidad del producto ellos toman en cuenta la forma de presentación, además se fijan en la fecha de vencimiento como también la garantía que la empresa ofrece por el producto.

9. ¿Con qué frecuencia adquiere platas medicinales en cajas de 625 gramos en presentación de 25 bolsitas en cada caja?

**CUADRO No.14**  
**FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN EN CAJAS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Una caja semanalmente	137	36
Una caja quincenalmente	196	52
Una caja mensualmente	45	12
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.10**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

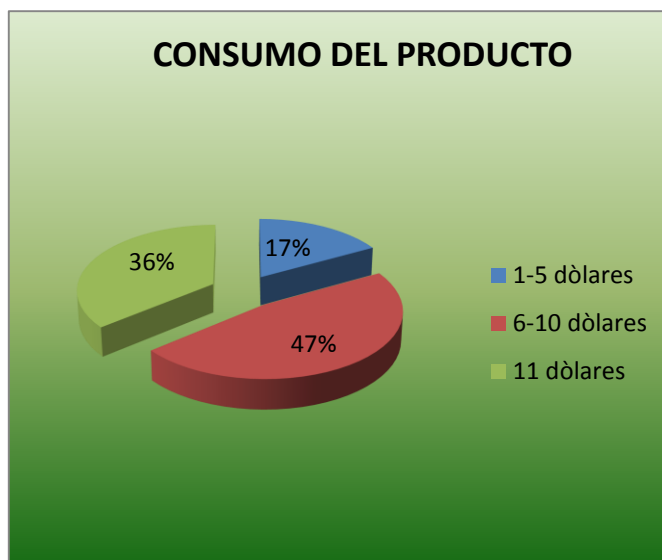
La frecuencia de adquisición en la presentación anunciada es cada quince días, debido a que el contenido que tiene lo consideran el adecuado para el consumo total de cada familia, como también manifiestan que cada semana lo adquieren dependiendo de la necesidad de cada uno.

10. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por la caja de 24 unidades?

**CUADRO No.15**  
**CONSUMO DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1-5 dólares	64	17
6-10 dólares	178	47
11 dólares	136	36
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.11**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

### **ANÁLISIS:**

La mayoría de encuestados destinan de 6 a 10 dólares, porque lo consideran como un producto necesario dentro de los hogares, debido a que cumple con funciones importantes para la salud, también existen quienes destinan 11 dólares para realizar la compra el costo también dependerá del lugar donde lo adquieran.

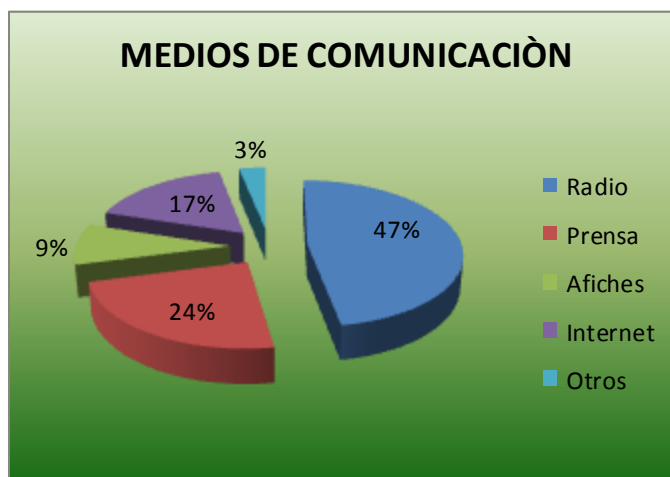


11. En cuál de los siguientes medios de comunicación le gustaría enterarse del producto?

**CUADRO No.16**  
**MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Radio	179	47
Prensa	89	24
Afiches	34	9
Internet	64	17
Otros	12	3
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.12**



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

El medio de comunicación más importante consideran que es la radio, porque es un medio de información que posee más cobertura y llega con facilidad la comunicación, también está la prensa escrita, internet los cuales se han convertido en la actualidad muy influyentes en las personas para enterarse de las nuevas ofertas de productos.

### **3.7.2 Entrevista aplicada a los propietarios y administradores de los locales de comercialización del producto**

#### **1. ¿Cuánto tiempo lleva en la actividad?**

De acuerdo a lo manifestado por los administradores de los locales de comercialización de productos el tiempo que llevan en la actividad es de 10 años en adelante son empresas que tiene reconocimiento en el mercado por su antigüedad.

#### **2. ¿Con qué frecuencia adquieren sus clientes plantas medicinales en la presentación de cajas de 625 gramos?**

Los clientes consumidores acostumbran comprar las cajas de 625 gramos de plantas medicinales cada quince días, cada semana dependiendo como consuman.

#### **3. ¿De dónde es su proveedor?**

Los proveedores son de distintos lugares del país como: (Quito, Guayaquil, Ambato, Tulcán, Esmeraldas, ente otros.), porque se encargan de abastecer de las distintas variedades de productos que se necesita.

#### **4. ¿Cómo expende las plantas medicinales?**

Las plantas medicinales se expenden en una presentación de cajas y también se lo realiza por unidades de sobrecitos pequeños, al igual en menor porcentaje de forma natural.

#### **5. ¿Qué marcas de plantas medicinales en la presentación de cajas de 625 gramos comercializa?**

Las marcas que se comercializan son las siguientes.

- Hornames
- Aki

- Melis
- Aromática saludables
- Floraroma
- ILE

**6. ¿Cuáles son las ventas promedio de plantas medicinales en la presentación de cajas de 625 gramos?**

Tres comercializadores afirman tener un promedio de ventas de 30 cajas de 625 gramos diariamente.

Cinco comercializadores afirman tener un promedio de ventas de 50 cajas de 625 gramos diariamente.

Cuatro comercializadores afirman tener un promedio de ventas de 30 cajas de 625 gramos diariamente.

**7. ¿Cómo estable el precio del producto?**

Los precios se establecen de acuerdo al costo al que entregan los proveedores y a la marca a la cual pertenece.

**8. ¿Cuenta con variedad en la presentación de plantas medicinales en la de cajas de 625 gramos?**

Actualmente si cuenta con la presentación de varias plantas medicinales en cajas de 625 gramos, como también la tiene para la venta de productos de frutas tropicales las cuales no presentan mayor demanda.

**9. ¿Cuál es el nivel de crecimiento de las ventas de plantas medicinales deshidratadas?**

La mayor parte de los entrevistados manifiestan que el nivel promedio de la ventas de plantas deshidratadas se encuentra en un 3%, debido a que el producto cada vez es más apreciado por la población.

### **3.8 Identificación Del Producto**

La microempresa entregará todos estos productos al mercado en presentaciones de bolsitas de 25 gramos con sobre envoltura cada una, por tal motivo se diseñará una caja, la cual contendrá 25 funditas, con un peso aproximado a 625 gramos.

### **3.9 Mercado Meta**

El mercado meta para las plantas medicinales en presentaciones de bolsitas para infusiones, será la población de la ciudad de Ibarra de extracto social medio, medio alto y alto, cuando la microempresa adquiera prestigio por el producto la cobertura será regional, nacional.

### **3.10 Análisis de la demanda.**

#### **3.10.1 Identificación de la demanda actual**

Para establecer la demanda actual de plantas medicinales en presentaciones de cajas de 625 gramos en la ciudad de Ibarra, se tomó en cuenta la investigación efectuada a través de encuestas a la población representada por familias, donde se indagó acerca de la cantidad y frecuencia de consumo, específicamente en la pregunta No. 9.

A continuación se presentan los resultados.

**CUADRO No.17**  
**IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL DE HIERBAS**  
**MEDICINALES EN CAJAS DE 625 gr.**

No. FAMILIAS	FRECUENCIA DE COMPRA EN %	FRECUENCIA DE COMPRA POR FAMILIAS	CANTIDAD DE COMPRA DE HIERBAS MEDICINALES EN CAJAS DE 625 gr.	PERIODO DE COMPRA	DEMANDA ANUAL DE HIERBAS MEDICINALES EN CAJAS DE 625 gr.
24451	33	8.069	Una caja semanalmente	52	419.588
	51	12.470	Una caja quincenalmente	26	324.220
	16	3.912	Una caja mensualmente	12	46.944
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>	<b>24.451</b>			<b>790.752</b>

FUENTE: Encuesta a consumidores

ELABORADO POR: La Autora

### 3.10.2 Proyección de la demanda

La proyección se la obtuvo aplicando la fórmula del monto donde se utilizó el índice de crecimiento poblacional de la ciudad de Ibarra que se sitúa en 2,02% anual según el último censo del año 2010 efectuado por el INEC. La fórmula a aplicarse es la siguiente:

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

Dónde:

**D<sub>n</sub>**= Demanda Futura

**D<sub>o</sub>**= Demanda determinada en las encuestas

**i**= Tasa de Crecimiento

**n**= Año Proyectado

**AÑO 2014**

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

$$Dn = 790.752(1 + 0,0202)^1$$

$$Dn = 806.725$$

### **AÑO 2015**

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 790.752(1 + 0,0202)^2$$

$$Dn = 823.021$$

### **AÑO 2016**

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 790.752(1 + 0,0202)^3$$

$$Dn = 839.646$$

### **AÑO 2017**

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 790.752(1 + 0,0202)^4$$

$$Dn = 856.607$$

### **AÑO 2018**

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 790.752(1 + 0,0202)^5$$

$$Dn = 856.607$$

**CUADRO No. 18**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**  
**DE HIERBAS MEDICINALES EN CAJAS DE 625 gr.**

AÑO	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE HIERBAS MEDICINALES EN CAJAS DE 625 gr.
2014	806.725
2015	823.021
2016	839.646
2017	856.607
2018	873.910

Elaborado por: La Autora

**3.11 ANÁLISIS DE LA OFERTA**

**3.11.1 Identificación de la oferta actual**

Para cuantificar la oferta en el área de estudio se investigó a 12 empresas comercializadores de este tipo de producto como es plantas medicinales en presentaciones de cajas de 625 gramos. Mediante la entrevista se obtuvo la cantidad ofertada. A continuación los resultados.

**CUADRO No.19**  
**OFERTA ACTUAL DE HIERBAS MEDICINALES**  
**EN CAJAS DE 625 gr.**

No. DE COMERCIALIZADORES	CANTIDAD PROMEDIO DE VENTAS DIARIAS DE HIERBAS MEDICINALES EN CAJAS DE 625 gr.	No. DE DIAS	OFERTA ANUAL DE HIERBAS MEDICINALES EN CAJAS DE 625 gr.
3	30	365,00	32.850
5	50		91.250
4	70		102.200
<b>12</b>	<b>150,00</b>	<b>365,00</b>	<b>226.300</b>

FUENTE: Encuesta a ofertantes del producto

### 3.11.2 Proyección de la oferta

Tomando en cuenta la inexistencia de datos históricos que permitan establecer la tendencia de la oferta del producto en estudio, se utilizó el índice de crecimiento de las ventas de las plantas medicinales deshidratadas, el cual se ubica en el 3% anual, determinado en las entrevistas efectuada a los locales que comercializan el producto.

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

Dónde:

$O_n$ = Oferta Futura

$O_o$ = Oferta determinada en la investigación

$i$ = Tasa de Crecimiento

$n$ = Año Proyectado

#### AÑO 2014

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 226.300(1 + 0,03)^1$$

$$O_n = 233.089$$

#### AÑO 2015

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 226.300(1 + 0,03)^2$$

$$O_n = 240.082$$

#### AÑO 2016

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 226.300(1 + 0,03)^3$$

$$O_n = 247.284$$

#### AÑO 2017

$$O_n = O_o (1+i)^n$$



$$O_n = 226.300(1 + 0,03)^4$$

$$O_n = 254.703$$

**AÑO 2018**

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 226.300(1 + 0,03)^5$$

$$O_n = 262.344$$

**CUADRO No. 20**  
**PROYECCIÓN DE LA OFERTA**  
**DE HIERBAS MEDICINALES EN CAJAS DE 625 gr.**

<b>AÑO</b>	<b>PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE HIERBAS MEDICINALES EN CAJAS DE 625 gr.</b>
2014	233.089
2015	240.082
2016	247.284
2017	254.703
2018	262.344

Elaborado por: La Autora

### **3.11.3 Ventajas frente a la competencia**

El proyecto presenta las siguientes ventajas:

- Ubicación geográfica.
- Bajos precios en el producto final
- La demanda en el extranjero es creciente, por lo que contribuyen a impulsar las exportaciones.
- Captación de nuevos nichos de mercado.

- Se prevé que el creciente dinamismo del mercado interno favorecerá un sólido en la producción y el consumo de los productos con valor agregado.

#### **3.11.4 Desventajas frente a la competencia**

Existe empresas que se dedican a la actividad de industrializar plantas medicinales, poseen la siguientes características:

- Experiencia en la actividad.
- Gran capital lo cual les facilita gran producción.
- Campañas publicitarias muy frecuentes y costosas.
- Variedad de productos.
- Posicionamiento en el mercado.
- Distribución del producto en tiendas, supermercados, comisariatos, venta por internet, etc.

#### **3.12 DEMANDA INSATISFECHA**

La demanda insatisfecha se la estableció, comparando la demanda con la oferta.

**CUADRO No.21**  
**DEMANDA A SATISFACER**

<b>AÑO</b>	<b>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE HIERBAS MEDICINALES EN CAJAS DE 625 gr.</b>	<b>PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE HIERBAS MEDICINALES EN CAJAS DE 625 gr.</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE HIERBAS MEDICINALES EN CAJAS DE 625 gr.</b>
2014	806.725	233.089	573.636
2015	823.021	240.082	582.939
2016	839.646	247.284	592.362
2017	856.607	254.703	601.904
2018	873.910	262.344	611.567

Elaborado por: La Autora

**3.13. DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO**

La demanda a captar por el proyecto tiene relación con la capacidad de producción de la microempresa y la existencia de mercado.

**CUADRO No.22**  
**DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO DE HIERBAS**  
**MEDICINALES EN CAJAS DE 625 gr.**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE HIERBAS MEDICINALES EN CAJAS DE 625 gr.</b>	<b>DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO DE HIERBAS MEDICINALES EN CAJAS DE 625 gr.</b>	<b>CAPACIDAD DEL PROYECTO EN %</b>
2014	573.636	166.400	80%
2015	582.939	187.200	90%
2016	592.362	208.000	100%
2017	601.904	208.000	100%
2018	611.567	208.000	100%

Elaborado por: La Autora

De ahí que el proyecto satisface en relación al mercado un 29% (166.400/573.636X100), de la demanda potencial a satisfacer del año 2014.

### 3.14 ANÁLISIS DE PRECIOS

Mediante la observación directa donde se comercializa productos similares al propuesto por el proyecto, se puede decir que el precio de las plantas medicinales en presentación de cajas de 625 gramos oscila entre: 0,60 a 1,50 dólares esto depende, de la marca, lugar de compra, presentación, procedencia, peso.

#### 3.14.1 Determinación del precio

#### DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE LA CAJA DE HIERBAS MEDICINALES DE 625 GRAMOS (MANZANILLA)

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{12.538,19}{44.928}$$

$$CFu = 0,28$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{25.629,35}{44.928}$$

$$CVu = 0,57$$

$$PRECIO = CFu + CVu + 13\%CTu$$

$$PRECIO = 0,28 + 0,57 + 13\%CTu$$

$$PRECIO = 0,28 + 0,57 + 13\%(0,85)$$

$$PRECIO = 0,28 + 0,57 + 0,11$$

$$PRECIO = 0,96 \text{ dólares}$$

El precio por cada caja de 625 gramos será de 0,96 dólares

### DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE LA CAJA DE HIERBAS MEDICINALES DE 625 GRAMOS (MENTA)

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{7.120,46}{38.272}$$

$$CFu = 0,19$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{14.554,94}{38.272}$$

$$CVu = 0,38$$

$$PRECIO = CFu + CVu + 13\%CTu$$

$$PRECIO = 0,19 + 0,38 + 13\%CTu$$

$$PRECIO = 0,19 + 0,38 + 13\%(0,57)$$

$$PRECIO = 0,19 + 0,38 + 0,07$$

$$PRECIO = 0,64 \text{ dólares}$$

El precio por cada caja de 625 gramos será de 0,64 dólares

### DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE LA CAJA DE HIERBAS MEDICINALES DE 625 GRAMOS (HIERBA LUISA)

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{10.525,89}{56.576}$$

$$CFu = 0,19$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{21.515,99}{56.576}$$

$$CVu = 0,38$$

$$PRECIO = CFu + CVu + 13\%CTu$$

$$PRECIO = 0,19 + 0,38 + 13\%CTu$$

$$PRECIO = 0,19 + 0,38 + 13\%(0,57)$$

$$PRECIO = 0,19 + 0,38 + 0,07$$

$$PRECIO = 0,64 \text{ dólares}$$

El precio por cada caja de 625 gramos será de 0,64 dólares

### **DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE LA CAJA DE HIERBAS MEDICINALES DE 625 GRAMOS (TORONGIL)**

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{5.882,12}{26.624}$$

$$CFu = 0,22$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{12.023,64}{26.624}$$

$$CVu = 0,45$$

$$PRECIO = CFu + CVu + 13\%CTu$$

$$PRECIO = 0,22 + 0,45 + 13\%CTu$$

$$PRECIO = 0,22 + 0,45 + 13\%(0,57)$$

$$PRECIO = 0,22 + 0,45 + 0,09$$

$$PRECIO = 0,76 \text{ dólares}$$

El precio por cada caja de 625 gramos será de 0,76 dólares

### Proyección Del Precio

Para proyección del precio del producto se utilizó la inflación del 4,16% anual registrada en el año 2012.

**CUADRO No. 23**  
**PRECIO PROYECTADO**

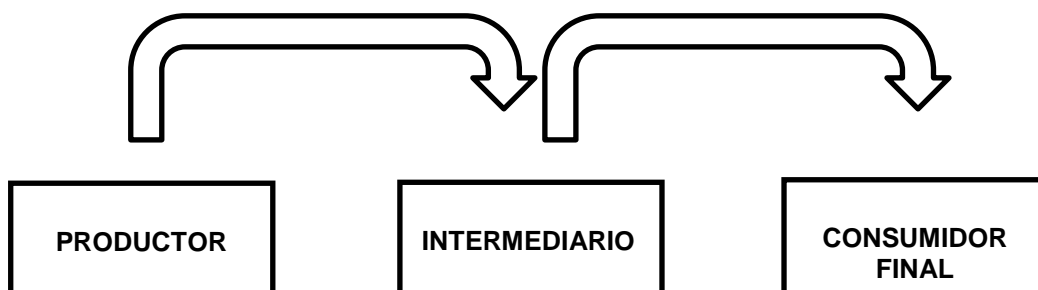
PRODUCTO	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Manzanilla	0,96	1,00	1,04	1,08	1,12
Menta	0,64	0,67	0,70	0,73	0,76
Hierba Luisa	0,64	0,67	0,70	0,73	0,76
Toronjil	0,76	0,79	0,82	0,85	0,89

Elaborado por: La Autora

### 3.15. Canal de Distribución

El canal de comercialización que se utilizará para la venta del producto será indirecto, a través de intermediario es decir que el producto se entregará a tiendas y supermercados

**ILUSTRACIÓN No.5**  
**CANAL DE COMERCIALIZACIÓN INDIRECTO**



Elaborado por: La Autora

### **3.16 Estrategias Comerciales**

La microempresa ha considerado que el método de comercialización que se va a utilizar para hacer llegar el producto al consumidor, es sin intermediarios, lo que permitirá tener un precio final más bajo, debido a que su segmento de mercado está destinado a tiendas de pequeñas y medianas

### **3.17 Presentación y Calidad del Producto**

“HIERBATÉ” El producto que se pretende penetrar en el mercado es en dos presentaciones en caja y en funda, que básicamente son cuatro plantas que serán industrializadas: manzanilla, hierba luisa, toronjil y menta según las preferencias que tienen los posibles compradores del producto; en la parte superior se colocará una 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:



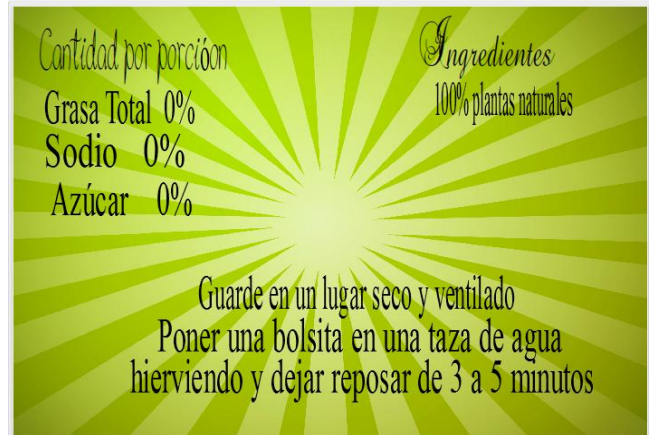
**Ilustración No 6**  
**Etiqueta de la caja parte frontal**



**Ilustración No 7**  
**CAJA LADO DERECHO**



**Ilustración No 8**  
**CAJA LADO IZQUIERO**




ELABORADO POR: La Autora

- Diseño que intervienen en el logotipo

CUADRO No 24

DISEÑO

DISEÑO	SIGNIFICADO
	<p>Taza: Representa al té que se va a comercializar  <b>NATURALFFARM S.A:</b>                      Porque es una empresa de que producirá y comercializará productos naturales</p>
	<p>Nombre del producto, se determinó este nombre porque es la fusión de las hierbas medicinales en forma de té</p>
	<p>Es el eslogan de la empresa, porque se procura dar una solución a la salud mediante las plantas medicinales.</p>
	<p>Se pretende informar a la comunidad de los beneficios de las plantas medicinales que comercializa la empresa</p>
	<p>Se establece la unidad de peso del producto en esta caso son 25 funditas de 25gr.</p>

	<p>Registro sanitario, que es muy importante para la comercialización y garantía del producto</p>
---	---

## Promoción y publicidad

### **Publicidad:**

- Elaborar trípticos y hojas volantes con características y beneficios del producto.
- Resaltar la presencia de la marca, aumentando la cantidad y frecuencia de campañas publicitarias.

### **Promoción:**

- Se establecerán promociones en las ventas e Incentivos de corto plazo para alentar las compras o ventas de la medicina natural
- Promoción por el volumen de compra, donde el consumidor se beneficia en la reducción de precio, es decir obsequiar regalos por la compra de nuestro producto.
- Participar en ferias organizadas por las diferentes instituciones para hacer conocer nuestro producto y los beneficios de las plantas medicinales.

### **i. Estrategia de Plaza**

- Ofrecer nuestros productos vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos, vistas a domicilio y especialmente visitas a su lugar de trabajo (tiendas pequeñas y medianas)

- Ubicar nuestros productos solamente en los puntos de ventas que sean convenientes para el tipo de producto que vendemos (estrategia de distribución selectiva).
- La fijación del precio del producto se la efectuará en base al análisis de costos y gastos más un margen de utilidad, tomando en cuenta la competencia.
- El precio del producto serán menores al precio de los productos de la competencia.
- Existirán precios de promoción según la cantidad adquirida por los comerciantes.

### **3.18 Conclusiones Del Estudio De Mercado**

Efectuado el análisis de las variables del estudio de mercado, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Con la investigación de campo se determinó las características del producto, en relación a su presentación, contenido y precio.
- Del análisis de la demanda se determinó que el consumo actual de plantas medicinales en cajas de 625 gramos asciende a 790.752 unidades.
- En la oferta en el mercado existen variedad de marcas de plantas industrializadas, que son ofertadas por 12 comercializadores en la ciudad de Ibarra.
- La demanda a captar por el proyecto, se la estableció en base a la capacidad del proyecto y a la existencia suficiente de mercado.

- Los precios de producto similares al propuesto por el proyecto varían entre: 0,60 a 1,50 dólares esto depende, de la marca, lugar de compra, presentación, procedencia, peso. Por tanto el precio para el producto propuesto estará en función del análisis de costos y gastos más un margen de utilidad tomando en cuenta la competencia.
- Las estrategias están diseñadas para introducir y posicionar el producto en el mercado, su principal característica competitiva es la calidad de la materia prima utilizada en la elaboración del producto.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. Tamaño del Proyecto**

Para determinar el tamaño de la nueva unidad productiva se tomó en cuenta los siguientes factores, que son de gran importancia dentro del desarrollo de este estudio de factibilidad:

##### **4.1.1 Mercado**

La demanda de las plantas medicinales en la ciudad de Ibarra, es muy aceptable para la creación de la nueva unidad productiva, el mercado es altamente atractivo ya que de acuerdo a la información obtenida en la investigación de campo se determinó que el 91% de los pobladores de Ibarra están dispuestos a adquirir este producto, escenario que muestra visiblemente que el producto que desea ofertar es aceptado por los futuros compradores.

##### **4.1.2 Disponibilidad de Recursos Financieros**

La disponibilidad de recursos financieros es aceptable, ya que se cubrirá con recursos propios y un préstamo bancario. Considerando la opción más conveniente para el proyecto, analizando primordialmente las tasas de interés, y los plazos

##### **4.1.3 Disponibilidad de Mano de Obra**

En cuanto a la Mano de Obra, este estudio determina que no es necesario mano de obra especializada para la siembra y cosecha de las plantas medicinales, y tomando en cuenta, la ubicación de la planta productora, ya que la principal actividad del sector es la

agricultura, por lo cual, se podrá contar con mano de obra preparada y con experiencia en este sector.

En lo que se refiere a la Mano de Obra Indirecta será necesario contratar mano de obra especializada en aspectos contables, administrativos y contables-financieros.

#### **4.1.4 Disponibilidad de Materia Prima**

En lo que se refiere a la materia prima e insumos es importante adquirir la cantidad óptima que se necesitará en la producción para ofrecer al cliente un producto final de calidad.

Los principales proveedores de la empresa se encuentran ubicados en la ciudad de Ibarra, siendo esto una ventaja para la microempresa, debido a que la distancia y el tiempo para la compra de estos materiales será mínimo.

Los proveedores más importantes serán los siguientes:

- a) Almacén Agrícola Buenos Aires
- b) Agripac
- c) Almacén Agrícola San Blas

#### **4.1.5 Definición de la Capacidad de Producción**

De acuerdo a la investigación de campo que se realizó en la ciudad de Ibarra, se establece que la capacidad de producción que podrá tener la microempresa "HIERBA \$ VIDA S.A" será de 166.400 unidades de cajas de 625 gramos cada una, en el año de inicio de la operación, 13.867 unidades producirá mensualmente, 3.200 unidades a la semana y diariamente tendrá la capacidad de producir 720 cajas de 625 gramos.

## 4.2 Localización Óptima Del Proyecto

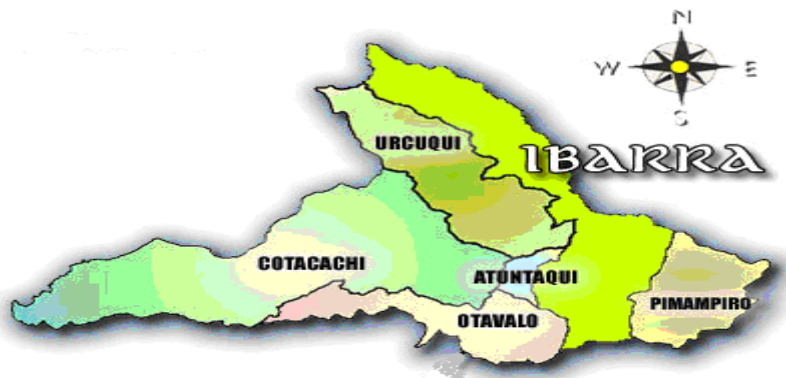
La localización del presente proyecto es muy importante ya que de éste depende el éxito o el fracaso, para lo cual es necesario analizar los aspectos económicos, estratégicos, e institucionales que determinen la adecuada localización y maximizar la rentabilidad del proyecto. Llegar a determinar el sitio donde se instalará el punto de comercialización, para lo cual se toma en cuenta los factores más relevantes, vías de acceso, disponibilidad de terrenos comunitarios, disponibilidad de agua de riego o potable, factores ambientales, etc

### 4.2.1 Macrolización

Dentro del análisis de macro-localización de la microempresa se ha considerado ubicarla en la Provincia de Imbabura, cantón Ibarra, específicamente en la ciudad de Ibarra, que presenta condiciones favorables para iniciar esta actividad productiva.

Se considera a esta ciudad con el fin de reactivar su producción económica y con el propósito de convertirla en una ciudad productiva de plantas medicinales, permitiendo mantener el conocimiento cultural y ancestral de los pobladores.

#### ILUSTRACIÓN No.9 DISTRIBUCIÓN POLÍTICA DE IBARRA



Fuente: Investigación de campo



#### **4.2.2 Microlización**

Para la realización de este proyecto se ha considerado ubicar la planta productora en un terreno en el Barrio el Milagro, sector Cananvalle para establecer lo antes mencionado se ha tomado en cuenta lo siguiente:

- **Costos y Medios de Transporte**

El transporte que existe en la zona es variado y es mucho más económico transportar la materia prima ya que se encuentra a 5 minutos de Ibarra, y las vías de accesos son excelentes

- **Costos y Disponibilidad de Mano de Obra**

La Mano de Obra con la que se cuenta va a ser directa e indirecta, y su remuneración será en base a las leyes establecidas en nuestro país.

- **Cercanía de las fuentes de abastecimiento de Materias Primas**

Al encontrarse en un sector cerca de la ciudad de Ibarra, es más fácil para llegar, es decir en caso de transportar materias primas, será menos costoso su transporte y se ahorra tiempo.

- **Infraestructura**

La Infraestructura es nueva, se cuenta con los servicios básicos necesarios para empezar con el proceso de la comercialización de las plantas medicinales

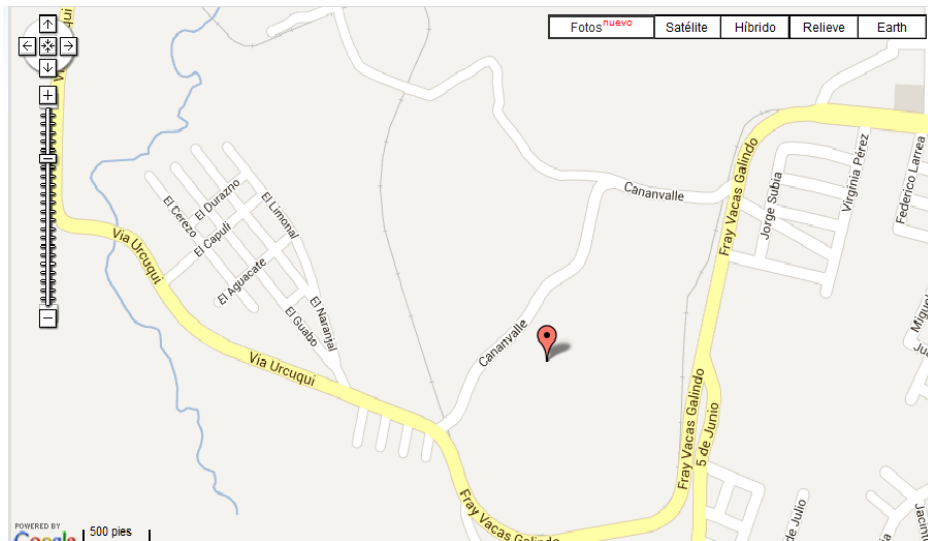
- **Cercanía al Mercado**

La planta está ubicada cerca de los mercados meta, es decir a pocos minutos en donde se piensa distribuir el producto.

- **Ambiente**

El clima de la zona en donde se piensa instalar la planta productora de las plantas medicinales, es seco, apropiado para el almacenamiento de materias primas.

### ILUSTRACIÓN No.10 CRÓQUIS DE LA UBICACIÓN DEL PROYECTO



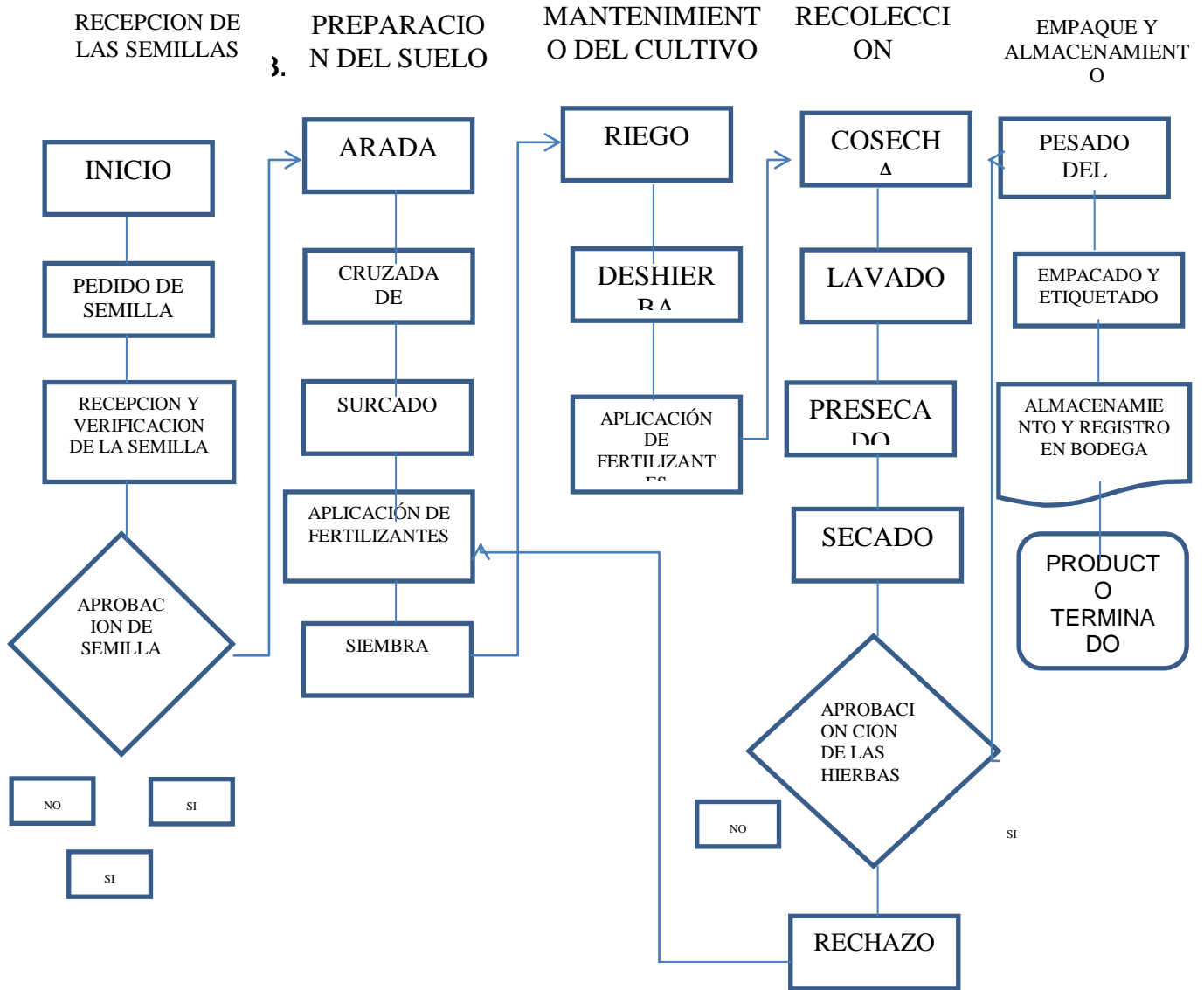
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

## 4.3 Ingeniería del Proyecto

### 4.3.1 Procesos

## ILUSTRACION N° 11 PROCESOS



### **4.3.2 Descripción de los procesos de producción**

#### **- PREPARACIÓN DEL LUGAR**

Para el establecimiento de cultivos de estas especies debemos tomar en cuenta que una parcela en producción nos puede durar entre 5 a 7 años con 3 a 4 cortes o cosechas por año se deben efectuar buenas labores preparatorias de suelo.

Generalmente comprende un arado, cruzado, aplicación de materia orgánica, rota Bator o rastra superficial y surcado a las distancias recomendadas.

#### **- DENSIDAD DE SIEMBRA**

Por lo general, las plantas se recomienda sembrar a una distancia de 0.8 m entre surco y 0.3 m entre plántula con una densidad de 42.000 plantas / ha, para el caso de manzanilla por el ciclo corto y tipo de planta es recomendable realizar siembra al boleó o en hileras mezclando la semilla con arena y luego para cubrir usar astrillo o rastra de ramas.

En nuestro medio la oferta de plántulas encarece el establecimiento de grandes extensiones de cultivo por lo que se recomienda elaborar parcelas de plantas madres, por ejemplo 1.000 m<sup>2</sup> de plantas madres (4000 plantas) en 3 o 4 meses nos dará suficiente planta para 1 Ha

#### **- COSECHA**

El material a secarse debe ser recogido en la mañana para contar con la seguridad de que sus elementos integrantes no haya

experimentado deterioro, sobre todo, en lo que dice relación a sus principios activos y aún al aroma.

#### - **LAVADO**

Tanto hojas como flores se lava en agua pura y fría para eliminar cuerpos extraños depositados en ellas y que generalmente son acarreados por el viento y por los insectos que se posan en ellos: e, en casos menos frecuentes por animales mayores que incursionan en los sembríos. Luego se procede a un lavado adicional y a sacudir el material para escurrir el agua presente en exceso.

#### - **PRESECADO y SEPARACIÓN**

El material es expuesto al ambiente para lograr un secado inicial, de tal manera que se tengan rangos de contenido de humedad del orden del 70% -75%, para luego proceder a la separación de aquellos elementos que integrarán el lote a enviarse ,tales como tallos desprovistos de hojas, pecíolos muy largos, etc.

#### - **EMPAQUE**

Según el requerimiento del comprador se empaca en bolsas preferentemente de tela de algodón o de una mezcla en proporciones iguales o mayores al 50% para facilitar la “respiración” del contenido, luego se coloca en cajas de cartón, y se rotula, de acuerdo a las instrucciones del interesado y se almacena en la bodega de producto terminado.

### **4.3.3 Tecnología**

“NATURALFARM S.A” tiene como único objetivo de ofrecer un producto novedoso y de calidad, va a emplear equipos y maquinaria de última tecnología que ofrecen los diferentes proveedores. A continuación se presenta algunas ilustraciones de la maquinaria y

equipo a utilizar, que serán de fundamental importancia en la elaboración de los té de plantas medicinales que va ha llevar el nombre único e inconfundible “HIERBATÉ”.

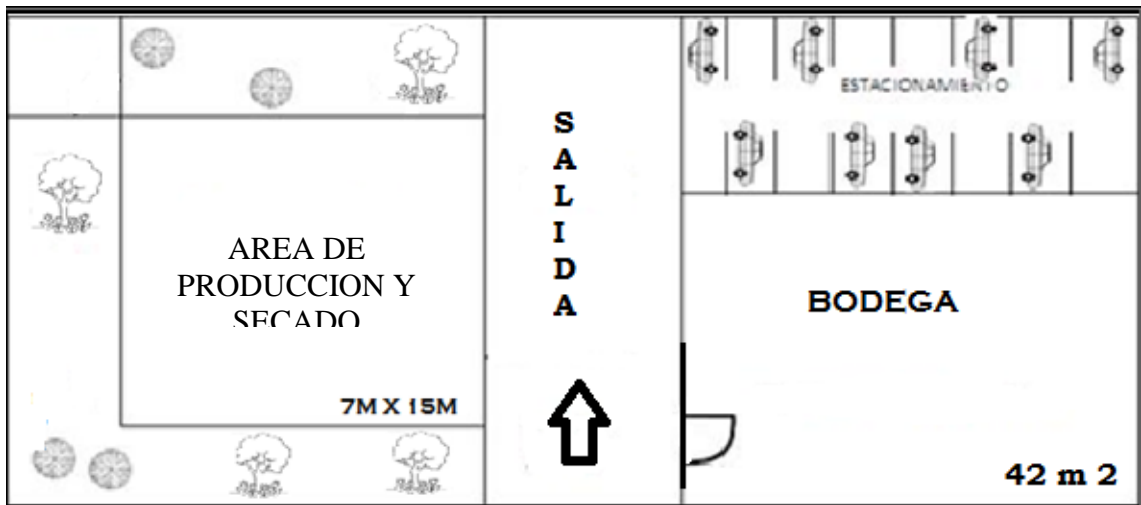
#### 4.3.4 Maquinaria y Equipo

##### ILUSTRACION N° 12 MAQUINARIA Y EQUIPO

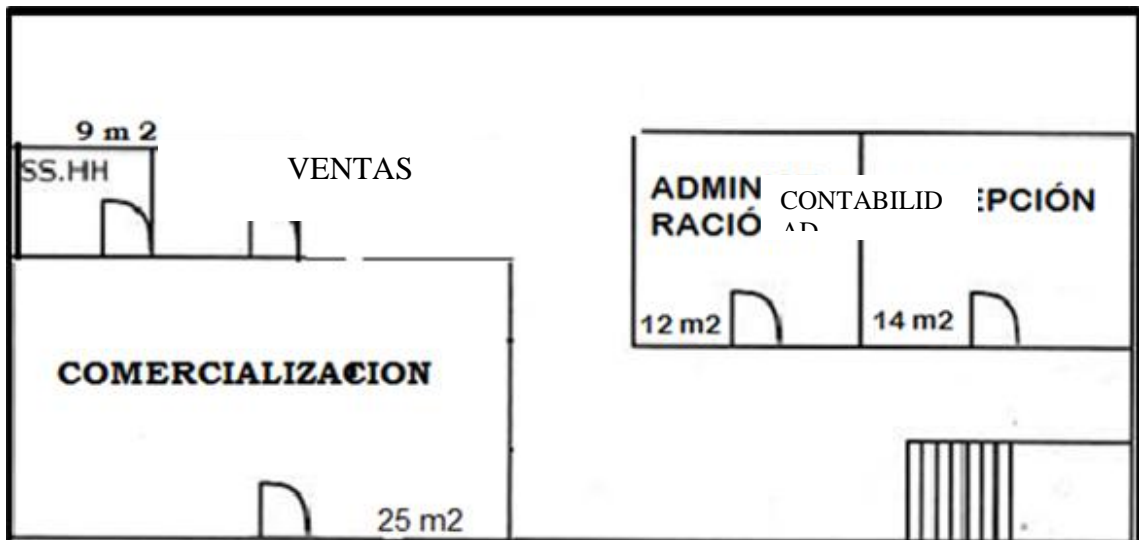


#### 4.3.5 Diseño de Instalaciones

**ILUSTRACION N° 13  
DISEÑO DE INSTALACIONES**



**ILUSTRACION N°14  
PLANTA ADMINISTRATIVA**



**4.4 Presupuesto Técnico**

Las inversiones del presente proyecto se detallan a continuación:

**4.4.1 Inversión Fija**

La inversión fija corresponde a los desembolsos en activos productivos, que se necesitan para la producción y comercialización de las plantas medicinales en presentaciones de cajas de 625 gramos cada una.

- **Terreno**

El área donde se ubicará la microempresa es de 180 m<sup>2</sup>

**CUADRO No.25**

**TERRENO**

<b>Detalle</b>	<b>m2</b>	<b>Valor Unitario m2</b>	<b>Valor Total</b>
Terreno	180	70	12600

Fuente: Avalúos y Catastros Municipio de Ibarra

Elaborado por: La autora

- **Infraestructura**

Para las actividades, es importante realizar inversiones para construir las instalaciones donde funcionará la microempresa.

**CUADRO No.26**

**INFRAESTRUCTURA**

<b>Detalle</b>	<b>m2</b>	<b>Valor Unitario m2</b>	<b>Valor Total</b>
Área administrativa	38	130	4940
Área de producción	74	120	8880
Parqueadero	48	75	3600
<b>TOTAL</b>			<b>17420</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

**Maquinaria y Equipo**



La maquinaria y equipo a adquirirse es:

**CUADRO No.27**  
**MAQUINARIA Y EQUIPO**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Pulverizador	1	8.000	8.000
Sistema de lavado	1	600	600
Secador automático	1	5.000	5.000
Selladora	1	400	400
Báscula	1	650	650
Balanza	1	180	180
Extinguidor	2	70	140
<b>TOTAL</b>			<b>14.970</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

- **Vehículo**

Para la comercialización del producto, se adquirirá un vehículo de segunda mano.

**CUADRO No.28**  
**VEHÍCULO**

<b>VEHICULO</b>	<b>AÑO</b>	<b>TOTAL</b>
Camioneta	año 2007	13000
<b>TOTAL</b>		13000

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

- **Herramientas para la producción**

Para el obtener el producto final, se adquirirá las siguientes herramientas.

**CUADRO No.29  
HERRAMIENTAS PARA LA PRODUCCIÓN**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Recipientes de plástico	4	40	160
Palitas	5	8	40
Trindetes	3	10	30
Cajas de madera recubiertas de aluminio	30	8	240
<b>TOTAL</b>			<b>470,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

- **Equipo de Computación** Se adquirirá equipo de computación, tales como:

**CUADRO No.30  
EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Computador fijo	2	700	1400
Impresora multifunción	1	180	180
<b>TOTAL</b>			<b>1.580,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

**Equipo de Oficina** El equipo de oficina está compuesto por:

**CUADRO No.31  
EQUIPO DE OFICINA**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Teléfono	2	115	230
Sumadora	2	50	100
<b>TOTAL</b>			<b>330</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

- **Muebles y Enseres**

Los muebles y enseres de dependencias de producción y administración es:

**CUADRO No.32  
MUEBLES Y ENSERES**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>			
Escritorio ejecutivo	2	170	340
Sillón ejecutivo	2	60	120
Sillas de visitantes	8	30	240
Basureros grandes	3	8	24
Papeleras	2	15	30
<b>ÁREA DE PRODUCCIÓN</b>			
Mesa cubierta de aluminio	2	530	1060
Sillas	6	30	180
Taburetes	8	18	144
Mostradores de productos	3	180	540
<b>TOTAL</b>			<b>2.678</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

- **Resumen de Inversión Fija**

**CUADRO No.33  
RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Terreno	12.600
Infraestructura	17.420
Vehículo	13.000
Maquinaria y Equipo	14.970
Herramientas para la producción	470
Muebles y Enseres	2.678
Equipo de Cómputo	1.580
Equipo de Oficina	330
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>63.048</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

#### 4.4.2 Inversión Variable o Capital de Trabajo

El capital de trabajo esta presupuesto para un mes, corresponde al dinero en efectivo, que se necesita para cubrir los costos y gastos del proyecto hasta que genere sus propios ingresos.

**CUADRO No.34**  
**CAPITAL DE TRABAJO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR ANUAL</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>
Costos de operación	75.106,22	6.258,85
Gastos administrativos	14.988,19	1.249,02
Gastos de ventas	8.835,72	736,31
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>98.930,13</b>	<b>8.244,18</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

#### 4.4.3 Inversión Inicial

La inversión total del proyecto está compuesta de: activos fijos y capital de trabajo.

**CUADRO No.35**  
**INVERSIÓN TOTAL**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Activos Fijos	63.048,00
Capital de Trabajo	8.244,18
<b>TOTAL</b>	<b>71.292,18</b>

Elaborado por: La autora

#### 4.4.4 Financiamiento

Para la gestión de la microempresa se necesita una inversión inicial que asciende a 71.292,18 dólares, de los cuales 31.292,18 dólares será de origen propio, y el financiado será de 40.000 dólares, el cual se lo obtendrá a través de la Corporación Financiera Nacional.

**CUADRO No.36**  
**FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>
Capital Propio	31.292,18	43,89
Capital Financiado	40.000,00	56,11
<b>TOTAL</b>	<b>71.292,18</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: La autora

#### 4.4.5 Requerimiento de talento humano

Para efectuar las actividades de la microempresa, en sus diferentes áreas se necesita el siguiente talento humano:

**CUADRO No.37**  
**REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>No.</b>
Gerente	1
Contadora	1
Técnico de Producción	1
Operarios	4
Vendedor	1
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>

Elaborado por: La autora

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

#### 5.1. Presentación

En esta parte del proyecto, se encuentra los aspectos financieros como: ingresos, egresos, estados financieros, y la evaluación financiera que determina la factibilidad del proyecto en términos monetarios.

#### 5.2. Ingresos

Los ingresos de la microempresa se encuentran representados por la venta de hierbas medicinales en cajas de 625 gramos cada una. Para determinar el nivel de preferencia de las plantas se tomó en cuenta el estudio de mercado.

**CUADRO No.38**  
**NIVEL DE PREFERENCIA**

AÑO	No. DE CAJAS DE 625 gr. A PRODUCIR	NIVEL DE PREFERENCIA			
		MANZANILLA EN CAJAS DE 625 gr.	MENTA EN CAJAS DE 625 gr.	HIERBA LUISA EN CAJAS DE 625 gr.	TORONJIL EN CAJAS DE 625 gr.
		27%	23%	34%	16%
1	166.400	44.928	38.272	56.576	26.624
2	187.200	50.544	43.056	63.648	29.952
3	208.000	56.160	47.840	70.720	33.280
4	208.000	56.160	47.840	70.720	33.280
5	208.000	56.160	47.840	70.720	33.280

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

### 5.3. Proyección de Ingresos

Para la proyección de los ingresos se tomó en cuenta el estudio de mercado y la capacidad instalada de la microempresa. El precio del producto se lo determinó en base a un análisis de costos y gastos más un margen de utilidad y tomando en cuenta la competencia, para la proyección del precio se utilizó la inflación del 4,16% registrada en el año 2012.

**CUADRO No.39**  
**PROYECCIÓN DE INGRESOS**

<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
Manzanilla en cajas de 625 gr.	44.928	50.544	56.160	56.160	56.160
Precio unitario (caja )	0,96	1,00	1,04	1,08	1,12
<b>Subtotal</b>	<b>43.130,88</b>	<b>50.544,00</b>	<b>58.406,40</b>	<b>60.652,80</b>	<b>62.899,20</b>
Menta en cajas de 625 gr.	38.272	43.056	47.840	47.840	47.840
Precio unitario (caja )	0,64	0,67	0,70	0,73	0,76
<b>Subtotal</b>	<b>24.494,08</b>	<b>28.847,52</b>	<b>33.488,00</b>	<b>34.923,20</b>	<b>36.358,40</b>
Hierba Luisa en cajas de 625 gr.	56.576	63.648	70.720	70.720	70.720
Precio unitario (caja )	0,64	0,67	0,70	0,73	0,76
<b>Subtotal</b>	<b>36.208,64</b>	<b>42.644,16</b>	<b>49.504,00</b>	<b>51.625,60</b>	<b>53.747,20</b>
Toronjil en cajas de 625 gr.	26.624	29.952	33.280	33.280	33.280
Precio unitario (caja )	0,76	0,79	0,82	0,85	0,89
<b>Subtotal</b>	<b>20.234,24</b>	<b>23.662,08</b>	<b>27.289,60</b>	<b>28.288,00</b>	<b>29.619,20</b>
<b>Ingresos totales</b>	<b>124.067,84</b>	<b>145.697,76</b>	<b>168.688,00</b>	<b>175.489,60</b>	<b>182.624,00</b>

Fuente: Estudio de mercado y técnico

Elaborado por: La autora

### 5.4. Egresos

Los egresos son las erogaciones que se efectuará para la producción y comercialización de las hierbas medicinales. Dentro de los egresos se tiene los siguientes:

### 5.4.1 Costos de Producción

Son los costos que están relacionados directa e indirectamente con la elaboración del producto.

- Materia Prima e Insumos

Para determinar el costo de materia prima, se presupuestó las necesidades de hojas frescas en kilos para obtener el producto final, el cual está definido tomando en cuenta que al momento del proceso la materia prima de cada planta pierde peso, por ejemplo la manzanilla pierde el 20% de su peso, principalmente por la deshidratación al momento del secado, la menta pierde el 30%, la hierba luisa el 25%, el toronjil el 15%, de ahí que para obtener 625 gramos de producto final (manzanilla). El costo de la materia prima fue planteado después de un análisis de la producción de cada planta y su rendimiento, para así poder determinar el total de materia prima e insumos que se utiliza en todo el año. El costo unitario crece en base a la inflación del 2012 que es del 4,16%

**CUADRO No. 40**  
**COSTO UNITARIO EN MATERIA PRIMA E INSUMOS**

<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
Manzanilla en kilos	35.100	39.488	43.875	43.875	43.875
Costo kg.	0,51	0,53	0,55	0,57	0,59
<b>Subtotal</b>	<b>17.901,00</b>	<b>20.928,38</b>	<b>24.131,25</b>	<b>25.008,75</b>	<b>25.886,25</b>
Menta en kilos	34.171	38.443	42.714	42.714	42.714
Costo kg.	0,19	0,20	0,21	0,22	0,23
<b>Subtotal</b>	<b>6.492,57</b>	<b>7.688,57</b>	<b>8.970,00</b>	<b>9.397,14</b>	<b>9.824,29</b>
Hierba Luisa en kilos	47.147	53.040	58.933	58.933	58.933
Costo kg.	0,19	0,20	0,21	0,22	0,23
<b>Subtotal</b>	<b>8.957,87</b>	<b>10.608,00</b>	<b>12.376,00</b>	<b>12.965,33</b>	<b>13.554,67</b>



Toronjil en kilos	19.576	22.024	24.471	24.471	24.471
Costo kg.	0,31	0,32	0,33	0,34	0,35
<b>Subtotal</b>	<b>6.068,71</b>	<b>7.047,53</b>	<b>8.075,29</b>	<b>8.320,00</b>	<b>8.564,71</b>
<b>Ingresos totales</b>	<b>39.420,14</b>	<b>46.272,48</b>	<b>53.552,54</b>	<b>55.691,23</b>	<b>57.829,91</b>

Elaborado por: La autora

- Mano de Obra

En la mano de obra, se encuentra el técnico de producción y los operarios, estos costos crecen en base al 9,9% según la tendencia del sueldo básico de los últimos 5 años.

#### CUADRO No.41 PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO

No.	PERSONAL	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
1	Técnico de producción	400,00	439,60	483,12	530,95	583,51
4	Operarios	340,00	373,66	410,65	451,31	495,99
	MENSUAL	1.760,00	1.934,24	2.125,73	2.336,18	2.567,46
	ANUAL	<b>21.120,00</b>	<b>23.210,88</b>	<b>25.508,76</b>	<b>28.034,12</b>	<b>30.809,50</b>

Elaborado por: La autora

**CUADRO No.42**  
**PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA**  
**DIRECTA**

DESCRIPCION	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Salario Básico Unificado	21.120,00	23.210,88	25.508,76	28.034,12	30.809,50
Aporte Patronal 12,15%	2.566,08	2.820,12	3.099,31	3.406,15	3.743,35
Fondos de Reserva		1.934,24	2.125,73	2.336,18	2.567,46
Décimo Tercero	1.760,00	1.934,24	2.125,73	2.336,18	2.567,46
Décimo Cuarto	1.700,00	1.868,30	2.053,26	2.256,53	2.479,93
Total costo de mano de obra	27.146,08	31.767,78	34.912,79	38.369,16	42.167,71

Elaborado por: La autora

- **Costos Indirectos de Fabricación**

Dentro de los costos indirectos se encuentran:

- Empaques

**CUADRO No.43**  
**EMPAQUES**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
<b>Empaques</b>					
Cantidad de cajas (unidades)	166.400	187.200	208.000	208.000	208.000
Precio	0,0400	0,0417	0,0434	0,0452	0,0471
<b>TOTAL</b>	<b>6.656,00</b>	<b>7.799,50</b>	<b>9.026,62</b>	<b>9.402,13</b>	<b>9.793,26</b>

Elaborado por: La autora

- Servicios Básicos

**CUADRO No. 44**  
**SERVICIOS BÁSICOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
Luz	960,00	999,94	1.041,53	1.084,86	1.129,99
Agua	360,00	374,98	390,58	406,82	423,75
<b>TOTAL</b>	<b>1.320,00</b>	<b>1.374,91</b>	<b>1.432,11</b>	<b>1.491,68</b>	<b>1.553,74</b>

Elaborado por: La autora

- Vestimenta

**CUADRO No.45**  
**VESTIMENTA**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
Número de trajes	5	5	5	5	5
Trajes para la producción	65	67,70	70,52	73,45	76,51
<b>TOTAL</b>	<b>325,00</b>	<b>338,52</b>	<b>352,60</b>	<b>367,27</b>	<b>382,55</b>

Elaborado por: La autora

- **Reposición de Herramientas para la Producción**

La reposición del menaje corresponde al 10% del valor total de las herramientas.

**CUADRO No.46**

**REPOSICIÓN DE HERRAMIENTAS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
Reposición herramientas	47,00	48,96	50,99	53,11	55,32
<b>TOTAL</b>	<b>47,00</b>	<b>48,96</b>	<b>50,99</b>	<b>53,11</b>	<b>55,32</b>

Elaborado por: La autora

- Mantenimiento Maquinaria y Equipo

**CUADRO No.47**

**MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
Mantenimiento equipo	192,00	199,99	208,31	216,97	226,00
<b>TOTAL</b>	<b>192,00</b>	<b>199,99</b>	<b>208,31</b>	<b>216,97</b>	<b>226,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

## Resumen de Costos de Producción

### CUADRO No.48

#### RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
<b>Costos directos</b>					
Materia prima e insumos	39.420,14	46.272,48	53.552,54	55.691,23	57.829,91
Mano de obra directa	27.146,08	31.767,78	34.912,79	38.369,16	42.167,71
<b>Costos indirectos</b>					
Empaques	6.656,00	7.799,50	9.026,62	9.402,13	9.793,26
Servicios básicos	1.320,00	1.374,91	1.432,11	1.491,68	1.553,74
Vestimenta de trabajo	325,00	338,52	352,60	367,27	382,55
Reposición menaje	47,00	48,96	50,99	53,11	55,32
Mantenimiento de equipo	192,00	199,99	208,31	216,97	226,00
<b>TOTAL</b>	<b>75.106,22</b>	<b>87.802,13</b>	<b>99.535,97</b>	<b>105.591,55</b>	<b>112.008,48</b>

Elaborado por: La autora

#### 5.4.2 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos, lo que corresponde a sueldos están proyectados anualmente según la tasa de crecimiento de la tendencia del sueldo básico de los últimos 5 años que es del 9,9%, los demás rubros según la inflación

- Sueldos Administrativos

**CUADRO No.49**  
**SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

<b>No.</b>	<b>PERSONAL</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
<b>1</b>	Gerente	500,00	549,50	603,90	663,69	729,39
<b>1</b>	Contadora	380,00	417,62	458,96	504,40	554,34
	MENSUAL	880,00	967,12	1062,86	1168,09	1283,73
	ANUAL	<b>10560,00</b>	<b>11605,44</b>	<b>12754,38</b>	<b>14017,06</b>	<b>15404,75</b>

Elaborado por: La autora

**CUADRO No.50**  
**PROYECCIÓN DEL SUELDO ADMINISTRATIVO**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
Salario Básico Unificado	10.560,00	11.605,44	12.754,38	14.017,06	15.404,75
Aporte Patronal 12,15%	1.283,04	1.410,06	1.549,66	1.703,07	1.871,68
Fondos de Reserva		967,12	1.062,86	1.168,09	1.283,73
Décimo Tercero	880,00	967,12	1.062,86	1.168,09	1.283,73
Décimo Cuarto	680,00	747,32	821,30	902,61	991,97
<b>Total sueldos administrativos</b>	<b>13.403,04</b>	<b>15.697,06</b>	<b>17.251,07</b>	<b>18.958,93</b>	<b>20.835,86</b>

Elaborado por: La autora

- Servicios Básicos

**CUADRO No.51**  
**SERVICIOS BÁSICOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
Agua	108,00	112,49	117,17	122,05	127,12
Luz	216,00	224,99	234,35	244,09	254,25
<b>TOTAL</b>	<b>324,00</b>	<b>337,48</b>	<b>351,52</b>	<b>366,14</b>	<b>381,37</b>

Elaborado por: La autora

- Servicios de Comunicación

**CUADRO No. 52**  
**SERVICIOS DE COMUNICACIÓN**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Teléfono	480,00	499,97	520,77	542,43	565,00
Internet	300,00	312,48	325,48	339,02	353,12
<b>TOTAL</b>	<b>780,00</b>	<b>812,45</b>	<b>846,25</b>	<b>881,45</b>	<b>918,12</b>

Elaborado por: La autora

- Útiles de Oficina

**CUADRO No. 53**  
**ÚTILES DE OFICINA**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
Papel resma	70,00	72,91	75,95	79,10	82,40
Carpetas	3,60	3,75	3,91	4,07	4,24
Esferográfico	3,00	3,12	3,25	3,39	3,53
Tinta impresora	78,00	81,24	84,62	88,14	91,81
Cuaderno	8,75	9,11	9,49	9,89	10,30
Lápiz	8,80	9,17	9,55	9,94	10,36
Borrador	1,50	1,56	1,63	1,70	1,77
Libretines (facturas)	67,50	70,31	73,23	76,28	79,45
<b>TOTAL</b>	<b>241,15</b>	<b>251,18</b>	<b>261,63</b>	<b>272,51</b>	<b>283,85</b>

Elaborado por: La autora

Mantenimiento Equipo de Cómputo

**CUADRO No. 54**  
**MANTENIMIENTO EQUIPO CÓMPUTO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
Mantenimiento computación	240,00	249,98	260,38	271,22	282,50
<b>TOTAL</b>	<b>240,00</b>	<b>249,98</b>	<b>260,38</b>	<b>271,22</b>	<b>282,50</b>

Elaborado por: La autora

- Resumen Gastos Administrativos

**CUADRO No.55**  
**RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
Sueldos administrativos	13.403,04	15.697,06	17.251,07	18.958,93	20.835,86
Servicios básicos	324,00	337,48	351,52	366,14	381,37
Servicios de comunicación	780,00	812,45	846,25	881,45	918,12
Útiles de oficina	241,15	251,18	261,63	272,51	283,85
Mantenimiento computación	240,00	249,98	260,38	271,22	282,50
<b>TOTAL</b>	<b>14.988,19</b>	<b>17.348,15</b>	<b>18.970,85</b>	<b>20.750,25</b>	<b>22.701,70</b>

Elaborado por: La autora



### 5.4.3 Gastos de Ventas

Los gastos de venta corresponden a los sueldos, publicidad y combustible y mantenimiento vehículo que se efectuará. Estas erogaciones crecen anualmente tomando en cuenta a la inflación del 2012 que es el 5,4%, excepto los sueldos

- Sueldo en Ventas

**CUADRO No.56  
SUELDOS DE VENTAS**

No.	PERSONAL	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
1	Vendedor	340,00	373,66	410,65	451,31	495,99
	MENSUAL	340,00	373,66	410,65	451,31	495,99
	ANUAL	<b>4080,00</b>	<b>4483,92</b>	<b>4927,83</b>	<b>5415,68</b>	<b>5951,84</b>

Elaborado por: La autora

**CUADRO No.57  
PROYECCIÓN DEL SUELDO DE VENTAS**

DESCRIPCION	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Salario Básico Unificado	4.080,00	4.483,92	4.927,83	5.415,68	5.951,84
Aporte Patronal 12,15%	495,72	544,80	598,73	658,01	723,15
Fondos de Reserva		373,66	410,65	451,31	495,99
Décimo Tercero sueldo	340,00	373,66	410,65	451,31	495,99
Décimo Cuarto sueldo	340,00	373,66	410,65	451,31	495,99
Total sueldos administrativos	5.255,72	6.149,70	6.758,52	7.427,61	8.162,94

Elaborado por: La autora

- Publicidad

**CUADRO No.58****PUBLICIDAD**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>
<b>N</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Prensa	800,00	833,28	867,94	904,05	941,66
Afiches	200,00	208,32	216,99	226,01	235,41
Página web	420,00	437,47	455,67	474,63	494,37
<b>TOTAL</b>	<b>1.420,00</b>	<b>1.479,07</b>	<b>1.540,60</b>	<b>1.604,69</b>	<b>1.671,45</b>

Elaborado por: La autora

- Combustible y Mantenimiento de Vehículo

**CUADRO No. 60****COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>
	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Combustible y mantenimiento vehículo	2.160,00	2.249,86	2.343,45	2.440,94	2.542,48

Elaborado por: La autora

**CUADRO No. 61****RESUMEN DE GASTOS EN VENTAS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO 2018</b>
	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	
Combustible y mantenimiento vehículo	2.160,00	2.249,86	2.343,45	2.440,94	2.542,48

Elaborado por: La autora

#### 5.4.4 Financiamiento

Para la gestión del proyecto se solicitará un crédito de \$40.000, a una tasa del 10% anual, en la Corporación Financiera Nacional.

#### DATOS DEL CRÉDITO:

Capital= 40.000

Tasa= 10 %

Tiempo= años

Cuota= Mensual

#### CUADRO No.62

#### TABLA DE AMORTIZACIÓN

meses	Cuota	intereses	amortización	amortizado	pendiente
<b>0</b>					40.000,00
<b>1</b>	849,88	333,33	516,55	516,55	39.483,45
<b>2</b>	849,88	329,03	520,85	1.037,40	38.962,60
<b>3</b>	849,88	324,69	525,19	1.562,59	38.437,41
<b>4</b>	849,88	320,31	529,57	2.092,17	37.907,83
<b>5</b>	849,88	315,90	533,98	2.626,15	37.373,85
<b>6</b>	849,88	311,45	538,43	3.164,58	36.835,42
<b>7</b>	849,88	306,96	542,92	3.707,50	36.292,50
<b>8</b>	849,88	302,44	547,44	4.254,95	35.745,05
<b>9</b>	849,88	297,88	552,01	4.806,95	35.193,05
<b>10</b>	849,88	293,28	556,61	5.363,56	34.636,44
<b>11</b>	849,88	288,64	561,24	5.924,80	34.075,20
<b>12</b>	849,88	283,96	565,92	6.490,72	33.509,28
<b>13</b>	849,88	279,24	570,64	7.061,36	32.938,64
<b>14</b>	849,88	274,49	575,39	7.636,76	32.363,24
<b>15</b>	849,88	269,69	580,19	8.216,94	31.783,06
<b>16</b>	849,88	264,86	585,02	8.801,97	31.198,03
<b>17</b>	849,88	259,98	589,90	9.391,87	30.608,13
<b>18</b>	849,88	255,07	594,81	9.986,68	30.013,32
<b>19</b>	849,88	250,11	599,77	10.586,45	29.413,55
<b>20</b>	849,88	245,11	604,77	11.191,22	28.808,78
<b>21</b>	849,88	240,07	609,81	11.801,03	28.198,97
<b>22</b>	849,88	234,99	614,89	12.415,92	27.584,08
<b>23</b>	849,88	229,87	620,01	13.035,93	26.964,07
<b>24</b>	849,88	224,70	625,18	13.661,11	26.338,89
<b>25</b>	849,88	219,49	630,39	14.291,50	25.708,50

<b>26</b>	849,88	214,24	635,64	14.927,15	25.072,85
<b>27</b>	849,88	208,94	640,94	15.568,09	24.431,91
<b>28</b>	849,88	203,60	646,28	16.214,37	23.785,63
<b>29</b>	849,88	198,21	651,67	16.866,04	23.133,96
<b>30</b>	849,88	192,78	657,10	17.523,14	22.476,86
<b>31</b>	849,88	187,31	662,57	18.185,71	21.814,29
<b>32</b>	849,88	181,79	668,10	18.853,81	21.146,19
<b>33</b>	849,88	176,22	673,66	19.527,47	20.472,53
<b>34</b>	849,88	170,60	679,28	20.206,75	19.793,25
<b>35</b>	849,88	164,94	684,94	20.891,69	19.108,31
<b>36</b>	849,88	159,24	690,65	21.582,34	18.417,66
<b>37</b>	849,88	153,48	696,40	22.278,74	17.721,26
<b>38</b>	849,88	147,68	702,20	22.980,94	17.019,06
<b>39</b>	849,88	141,83	708,06	23.689,00	16.311,00
<b>40</b>	849,88	135,93	713,96	24.402,95	15.597,05
<b>41</b>	849,88	129,98	719,91	25.122,86	14.877,14
<b>42</b>	849,88	123,98	725,91	25.848,77	14.151,23
<b>43</b>	849,88	117,93	731,95	26.580,72	13.419,28
<b>44</b>	849,88	111,83	738,05	27.318,78	12.681,22
<b>45</b>	849,88	105,68	744,20	28.062,98	11.937,02
<b>46</b>	849,88	99,48	750,41	28.813,39	11.186,61
<b>47</b>	849,88	93,22	756,66	29.570,05	10.429,95
<b>48</b>	849,88	86,92	762,97	30.333,01	9.666,99
<b>49</b>	849,88	80,56	769,32	31.102,34	8.897,66
<b>50</b>	849,88	74,15	775,73	31.878,07	8.121,93
<b>51</b>	849,88	67,68	782,20	32.660,27	7.339,73
<b>52</b>	849,88	61,16	788,72	33.448,99	6.551,01
<b>53</b>	849,88	54,59	795,29	34.244,28	5.755,72
<b>54</b>	849,88	47,96	801,92	35.046,19	4.953,81
<b>55</b>	849,88	41,28	808,60	35.854,79	4.145,21
<b>56</b>	849,88	34,54	815,34	36.670,13	3.329,87
<b>57</b>	849,88	27,75	822,13	37.492,27	2.507,73
<b>58</b>	849,88	20,90	828,98	38.321,25	1.678,75
<b>59</b>	849,88	13,99	835,89	39.157,14	842,86
<b>60</b>	849,88	7,02	842,86	40.000,00	0,00

Fuente: CFN

Elaborado por: La autora

### 5.4.5 Gastos Financieros

Corresponden a los intereses por el crédito otorgado por la Corporación Financiera Nacional.

**CUADRO No. 63  
GASTOS FINANCIEROS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Interés	3707,86	3028,19	2277,36	1447,90	531,59

Elaborado por: La autora

### 5.4.6 Depreciaciones

**CUADRO No.64  
DEPRECIACIONES**

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	% POR LEY	VALOR RESIDUAL	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Muebles y Enseres	2.678,00	10%	267,80	241,02	241,02	241,02	241,02	241,02
Equipo de Cómputo	1.580,00	33%	158,00	474,00	474,00	474,00		
Renovación Equipo de Cómputo	1645,73	33%	164,57				493,72	493,72
Equipo de Oficina	330,00	10%	33,00	29,70	29,70	29,70	29,70	29,70
Maquinaria y Equipo	14.970,00	10%	1497,00	1.347,30	1.347,30	1.347,30	1.347,30	1.347,30
Vehículo	13.000,00	20%	1300,00	2.340,00	2.340,00	2.340,00	2.340,00	2.340,00
Infraestructura	17.420,00	5%	1742,00	783,90	783,90	783,90	783,90	783,90
<b>TOTAL</b>	<b>51.623,73</b>		<b>5162,37</b>	<b>5.215,92</b>	<b>5.215,92</b>	<b>5.215,92</b>	<b>5.235,64</b>	<b>5.235,64</b>

Elaborado por: La autora

### 5.4.7 Gastos de Estudios y Constitución

**CUADRO No.65**  
**GASTOS DE ESTUDIOS Y CONSTITUCIÓN**

DETALLE	TOTAL
Estudio de factibilidad	1.500,00
Diseño arquitectónico	600,00
Readecuación del lugar	450,00
Trámites de constitución	280,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.830,00</b>

Elaborado por: La autora

**5.4.8 Resumen de Egresos**

**CUADRO No. 66**  
**RESUMEN DE EGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Costos de producción	75.106,22	87.802,13	99.535,97	105.591,55	112.008,48
Gastos administrativos	14.988,19	17.348,15	18.970,85	20.750,25	22.701,70
Gastos de ventas	8.835,72	9.878,62	10.642,57	11.473,24	12.376,87
Gasto depreciación	5.215,92	5.215,92	5.215,92	5.235,64	5.235,64
Gastos financieros	3.707,86	3.028,19	2.277,36	1.447,90	531,59
Gastos de estudios y constitución	2.830,00				
<b>TOTAL</b>	<b>110.683,91</b>	<b>123.273,02</b>	<b>136.642,66</b>	<b>144.498,58</b>	<b>152.854,28</b>

Elaborado por: La autora

**5.5 Estados Financieros**

Los estados financieros que se estructuraron son:

- Estado de Situación Inicial

Este estado representa la posición financiera en lo referente el total de activos y pasivos con los que inicia la microempresa

**CUADRO No.67**  
**ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL**

ACTIVO		PASIVO		
<b>ACTIVOS CORRIENTE</b>		<b>8.121,44</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	
Caja - Bancos	8.244,18		Préstamo por pagar	40.000,00
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		<b>63.048,00</b>	<b>CAPITAL</b>	
Terreno	12.600		Inversión propia	31.292,18
Infraestructura	17.420			
Vehículo	13.000			
Maquinaria y equipo	14.970			
Menaje para la producción	470			
Equipo de computación	1.580			
Equipo de oficina	330			
Muebles y enseres	2.678			
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>71.292,18</b>	<b>TOTAL PASIVOS Y CAPITAL</b>		<b>71.292,18</b>

Elaborado por: La autora

- Estado de Resultados

Este estado representa la posición económica de la microempresa, reflejada en la utilidad o pérdida.

**CUADRO No.68**  
**ESTADO DE RESULTADOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Ingresos Proyectados	124.067,84	145.697,76	168.688,00	175.489,60	182.624,00
Costos de Producción	75.106,22	87.802,13	99.535,97	105.591,55	112.008,48
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>48.961,62</b>	<b>57.895,63</b>	<b>69.152,03</b>	<b>69.898,05</b>	<b>70.615,52</b>
Gastos Administrativos	14.988,19	17.348,15	18.970,85	20.750,25	22.701,70
Gastos de Ventas	8.835,72	9.878,62	10.642,57	11.473,24	12.376,87
Depreciación	5.215,92	5.215,92	5.215,92	5.235,64	5.235,64
Gastos Financieros Intereses	3.707,86	3.028,19	2.277,36	1.447,90	531,59
Gastos de estudios y constitución	2.830,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>13.383,93</b>	<b>22.424,74</b>	<b>32.045,34</b>	<b>30.991,02</b>	<b>29.769,72</b>
(-15%) Part. Trabajadores	2.007,59	3.363,71	4.806,80	4.648,65	4.465,46
<b>(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos</b>	<b>11.376,34</b>	<b>19.061,03</b>	<b>27.238,54</b>	<b>26.342,37</b>	<b>25.304,26</b>
Impuesto a la Renta	2.502,79	4.193,43	5.992,48	5.795,32	5.566,94
<b>Utilidad Neta Proyectada</b>	<b>8.873,55</b>	<b>14.867,60</b>	<b>21.246,06</b>	<b>20.547,05</b>	<b>19.737,32</b>

Elaborado por: La autora

- Estado de Flujo de Caja

El Flujo de Caja representa la dinámica del efectivo de la microempresa, en lo que tiene que ver en entradas y salidas de dinero.



**CUADRO No.69**  
**FLUJO DE CAJA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Inversión inicial	-71.292,18					
Utilidad operacional		13.383,93	22.424,74	32.045,34	30.991,02	29.769,72
(+)Depreciación		5.215,92	5.215,92	5.215,92	5.235,64	5.235,64
(-)Reinversión					1.645,73	
(-)Part. Trabajadores		2.007,59	3.363,71	4.806,80	4.648,65	4.465,46
(-)Impuestos		2502,79	4193,43	5992,48	5795,32	5566,94
(+)Recuperación de inversión fija						40.952,80
<b>(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO</b>	<b>-71.292,18</b>	<b>14.089,47</b>	<b>20.083,52</b>	<b>26.461,98</b>	<b>24.136,96</b>	<b>65.925,77</b>

Elaborado por: La autora

**5.6 Evaluación Financiera**

La evaluación financiera permite determinar la factibilidad de proyecto para esto se aplicó evaluadores como: el TIR, el VAN, PRI, C/B.

**5.6.1 Determinación del Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimientos Medio (TRM)**

Para determinar el costo de oportunidad se estableció tanto la tasa pasiva para el capital propio y la tasa activa para el capital financiado, según información recopilada del Banco Central se encuentra al 4,60 % y la tasa activa del 10%.

**CUADRO No.70**  
**COSTO DE OPORTUNIDAD**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	31.292,18	43,89	4,60	201,91
Capital Financiado	40.000,00	56,11	10,00	561,07
<b>TOTAL</b>	<b>71.292,18</b>	<b>100,00</b>	<b>14,60</b>	<b>762,98</b>

Elaborado por: La autora

$$Ck = 7,63\%$$

Para obtener la tasa de rendimiento medio, se aplicó la siguiente fórmula:

**DATOS:**

$$Ck(\text{valor ponderado}) = 7,63\%$$

$$If(\text{Inflación}) = 4,16\%$$

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

$$TRM = 0,12,11$$

$$TRM = 12,11\%$$

### 5.6.2 Valor Actual Neto (VAN)

El VAN representa la rentabilidad del proyecto en valores monetarios.

**CUADRO No. 71**  
**VALOR ACTUAL NETO**

<b>AÑO</b>	<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>FACTOR DE DESCUENTO 12,11%</b>	<b>FLUJO NETO ACTUALIZADO</b>
<b>2014</b>	14.089,47	1,121	12.567,54
<b>2015</b>	20.083,52	1,257	15.979,06
<b>2016</b>	26.461,98	1,409	18.779,73
<b>2017</b>	24.136,96	1,580	15.279,36
<b>2018</b>	65.925,77	1,771	37.224,89
		<b>ΣFNA</b>	<b>99.830,57</b>

$$VAN = -II + \Sigma FNA$$

$$VAN = 28.538,39$$

El VAN del proyecto es de \$28.538,39, esto significa que el proyecto es factible ya que es mayor a uno.

### 5.6.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Este evaluador representa la rentabilidad el proyecto en términos relativos o porcentuales.

**CUADRO No. 72**  
**TASA INTERNA DE RETORNO**

<b>AÑO</b>	<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>FACTOR 12,11%</b>	<b>FLUJO NETO ACTUALIZADO</b>	<b>FACTOR 26%</b>	<b>FLUJO NETO ACTUALIZADO</b>
<b>1</b>	14.089,47	1,121	12567,54	1,240	11.362,47
<b>2</b>	20.083,52	1,257	15979,06	1,538	13.061,60
<b>3</b>	26.461,98	1,409	18779,73	1,907	13.878,97
<b>4</b>	24.136,96	1,580	15279,36	2,364	10.209,30
<b>5</b>	65.925,77	1,771	37224,89	2,932	22.487,79
<b>Σ FNA</b>			<b>99.830,57</b>		<b>71.000,13</b>

Elaborado por: La autora

$$VAN: -II + \Sigma FNA$$

$$VAN= 28.538,39$$

$$VAN: -II + \Sigma FNA$$

$$VAN= -292,05$$

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

$$TIR=23,84\%$$

El TIR del proyecto es de 23,84%, lo que representa que el proyecto es factible, porque es mayor a la tasa de rendimiento medio

### 5.6.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

**CUADRO No. 73**  
**TIEMPO DE RECUPERACIÓN**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO NETO ACTUALIZADO</b>	<b>FLUJO NETO ACUMULADO</b>
1	12.567,54	12.567,54
2	15.979,06	28.546,59
3	18.779,73	47.326,32
4	15.279,36	62.605,68
5	37.224,89	

Elaborado por: La autora

La inversión se recupera en 4 años 2 meses.

### 5.6.5 Costo Beneficio

**CUADRO No. 74**  
**COSTO BENEFICIO**

<b>AÑO</b>	<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>FACTOR 12,11%</b>	<b>FLUJO NETO ACTUALIZADO</b>
1	14.089,47	1,121	12.567,54
2	20.083,52	1,257	15.979,06
3	26.461,98	1,409	18.779,73
4	24.136,96	1,580	15.279,36
5	65.925,77	1,771	37.224,89
	<b>Suman=</b>		<b>99.830,57</b>

Elaborado por: La autora

$$C/B = \frac{\sum FNEACTUALIZADOS}{INVERSIÓN}$$

$$C/B = \frac{103.335,53}{71.169,44}$$

$$C/B = 1,40$$

Este evaluador indica que por cada dólar invertido se generará 40 centavos de dólar.

### 5.6.6 Determinación del Punto de Equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio, primeramente se procedió a clasificar los costos, para luego realizar la respectiva ponderación, finalmente se aplicó las respectivas fórmulas para obtener el punto de equilibrio

#### Punto de equilibrio para el año 2014

**CUADRO No.75**  
**DETERMINACIÓN DE COSTOS 2014**

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>VALOR</b>
Gastos administrativos	14.988,19
Gastos de ventas	8.835,72
Depreciación	5.215,92
Gasto interés	3.707,86
Gastos de estudios y constitución	2.830,00
<b>Subtotal costos fijos</b>	<b>35.577,69</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	
Costos de producción	75.106,22
<b>Subtotal costos variables</b>	<b>75.106,22</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>110.683,91</b>

FUENTE: Evaluación financiera

ELABORADO POR: La autora

Para obtener el punto de equilibrio tanto en dólares como en cantidad se aplicó las siguientes fórmulas:

$$PE\$ = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE.Unidades = \frac{\text{Punto de equilibrio\$}}{PVu}$$

### CUADRO No.76

#### DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2014

Descripción	Valor\$	%	Costos fijos \$	Costo variable \$	Costo total \$	PE \$	PEQ
MANZANILLA							
Ingresos por ventas \$	43.130,88	34,76%	12.538,19	25.629,35	38.167,54	<b>30.899,19</b>	<b>32.187</b>
Cantidad (u)	44.928,00						
Precio (\$)	0,96						
MENTA							
Ingresos por ventas \$	24.494,08	19,74%	7.120,46	14.554,94	21.675,39	<b>17.547,69</b>	<b>27.418</b>
Cantidad (u)	38.272,00						
Precio (\$)	0,64						
HIERBA LUISA							
Ingresos por ventas \$	36.208,64	29,18%	10.525,89	21.515,99	32.041,88	<b>25.940,06</b>	<b>40.531</b>
Cantidad (u)	56.576,00						
Precio (\$)	0,64						
TORONJIL							
Ingresos por ventas \$	20.234,24	16,31%	5.882,12	12.023,64	17.905,76	<b>14.495,92</b>	<b>19.074</b>
Cantidad (u)	26.624,00						
Precio (\$)	0,76						
Total	124.067,84	100,00%	36.066,65	73.723,92	109.790,57	<b>88.882,86</b>	

FUENTE: Evaluación financiera

ELABORADO POR: La autora

**Punto de equilibrio para el año 2015**

**CUADRO No.77**

**DETERMINACIÓN DE COSTOS 2015**

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>VALOR</b>
Gastos administrativos	17.348,15
Gastos de ventas	9.878,62
Depreciación	5.215,92
Gasto interés	3.028,19
<b>Subtotal costos fijos</b>	<b>35.470,89</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	
Costos de producción	87.802,13
<b>Subtotal costos variables</b>	<b>87.802,13</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>123.273,02</b>

FUENTE: Evaluación financiera

ELABORADO POR: La autora

Para obtener el punto de equilibrio tanto en dólares como en cantidad se aplicó las siguientes fórmulas:

$$PE\$ = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE.Unidades = \frac{\text{Punto de equilibrio\$}}{PV_u}$$

**CUADRO No.78**

**DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2015**

<b>Descripción</b>	<b>Valor\$</b>	<b>%</b>	<b>Costos fijos \$</b>	<b>Costo variable \$</b>	<b>Costo total \$</b>	<b>PE \$</b>	<b>PEQ</b>
MANZANILLA							
Ingresos por ventas \$	50.544,00	34,69%	12.465,52	29.898,87	42.364,39	<b>30.518,44</b>	<b>30.518</b>
Cantidad (u)	50.544,00						
Precio (\$)	1,00						
MENTA							
Ingresos por ventas \$	28.847,52	19,80%	7.114,58	17.064,50	24.179,08	<b>17.418,12</b>	<b>25.997</b>
Cantidad (u)	43.056,00						
Precio (\$)	0,67						
HIERBA LUISA							
Ingresos por ventas \$	42.644,16	29,27%	10.517,20	25.225,79	35.742,99	<b>25.748,52</b>	<b>38.431</b>
Cantidad (u)	63.648,00						
Precio (\$)	0,67						
TORONJIL							
Ingresos por ventas \$	23.662,08	16,24%	5.835,71	13.997,10	19.832,81	<b>14.287,15</b>	<b>18.085</b>
Cantidad (u)	29.952,00						
Precio (\$)	0,79						
<b>Total</b>	<b>145.697,76</b>	<b>100,00%</b>	<b>35.933,01</b>	<b>86.186,27</b>	<b>122.119,28</b>	<b>87.972,24</b>	

FUENTE: Evaluación financiera

ELABORADO POR: La autora



## Punto de equilibrio para el año 2016

**CUADRO No.79**  
**DETERMINACIÓN DE COSTOS 2016**

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>VALOR</b>
Gastos administrativos	18.970,85
Gastos de ventas	10.642,57
Depreciación	5.215,92
Gasto interés	2.277,36
<b>Subtotal costos fijos</b>	<b>37.106,69</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	
Costos de producción	99.535,97
<b>Subtotal costos variables</b>	<b>99.535,97</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>136.642,66</b>

FUENTE: Evaluación financiera

ELABORADO POR: La autora

Para obtener el punto de equilibrio tanto en dólares como en cantidad se aplicó las siguientes fórmulas:

$$PE\$ = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE.Unidades = \frac{\text{Punto de equilibrio\$}}{PV_u}$$

**CUADRO No.80**  
**DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2016**

<b>Descripción</b>	<b>Valor\$</b>	<b>%</b>	<b>Costos fijos \$</b>	<b>Costo variable \$</b>	<b>Costo total \$</b>	<b>PE \$</b>	<b>PEQ</b>
MANZANILLA							
Ingresos por ventas \$	58.406,40	34,62%	13.001,29	33.848,39	46.849,68	<b>30.921,01</b>	<b>29.732</b>
Cantidad (u)	56.160,00						
Precio (\$)	1,04						
MENTA							
Ingresos por ventas \$	33.488,00	19,85%	7.454,44	19.407,38	26.861,82	<b>17.728,93</b>	<b>25.327</b>
Cantidad (u)	47.840,00						
Precio (\$)	0,70						
HIERBA LUISA							
Ingresos por ventas \$	49.504,00	29,35%	11.019,61	28.689,16	39.708,77	<b>26.207,98</b>	<b>37.440</b>
Cantidad (u)	70.720,00						
Precio (\$)	0,70						
TORONJIL							
Ingresos por ventas \$	27.289,60	16,18%	6.074,68	15.815,20	21.889,88	<b>14.447,42</b>	<b>17.619</b>
Cantidad (u)	33.280,00						
Precio (\$)	0,82						
<b>Total</b>	<b>168.688,00</b>	<b>100,00%</b>	<b>37.550,02</b>	<b>97.760,13</b>	<b>135.310,15</b>	<b>89.305,34</b>	

FUENTE: Evaluación financiera

ELABORADO POR: La autora

**Punto de equilibrio para el año 2017**  
**CUADRO No.81**  
**DETERMINACIÓN DE COSTOS 2017**

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>VALOR</b>
Gastos administrativos	20.750,25
Gastos de ventas	11.473,24
Depreciación	5.235,64
Gasto interés	1.447,90
<b>Subtotal costos fijos</b>	<b>38.907,03</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	
Costos de producción	105.591,55
<b>Subtotal costos variables</b>	<b>105.591,55</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>144.498,58</b>

FUENTE: Evaluación financiera

ELABORADO POR: La autora

Para obtener el punto de equilibrio tanto en dólares como en cantidad se aplicó las siguientes fórmulas:

$$PES = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE.Unidades = \frac{\text{Punto de equilibrio\$}}{PVu}$$

## CUADRO No.82

### DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2017

Descripción	Valor\$	%	Costos fijos \$	Costo variable \$	Costo total \$	PE \$	PEQ
<b>MANZANILLA</b>							
Ingresos por ventas \$	60.652,80	34,56%	13.593,80	35.820,08	49.413,88	<b>33.202,24</b>	<b>30.743</b>
Cantidad (u)	56.160,00						
Precio (\$)	1,08						
<b>MENTA</b>							
Ingresos por ventas \$	34.923,20	19,90%	7.827,16	20.624,80	28.451,95	<b>19.117,48</b>	<b>26.188</b>
Cantidad (u)	47.840,00						
Precio (\$)	0,73						
<b>HIERBA LUISA</b>							
Ingresos por ventas \$	51.625,60	29,42%	11.570,58	30.488,83	42.059,41	<b>28.260,62</b>	<b>38.713</b>
Cantidad (u)	70.720,00						
Precio (\$)	0,73						
<b>TORONJIL</b>							
Ingresos por ventas \$	28.288,00	16,12%	6.340,04	16.706,21	23.046,25	<b>15.485,27</b>	<b>18.218</b>
Cantidad (u)	33.280,00						
Precio (\$)	0,85						
<b>Total</b>	<b>175.489,60</b>	<b>100,00%</b>	<b>39.331,58</b>	<b>103.639,91</b>	<b>142.971,49</b>	<b>96.065,60</b>	

FUENTE: Evaluación financiera

ELABORADO POR: La autora

**Punto de equilibrio para el año 2018**

**CUADRO No.83**

**DETERMINACIÓN DE COSTOS 2018**

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>VALOR</b>
Gastos administrativos	22.701,70
Gastos de ventas	12.376,87
Depreciación	5.235,64
Gasto interés	531,59
<b>Subtotal costos fijos</b>	<b>40.845,80</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	
Costos de producción	112.008,48
<b>Subtotal costos variables</b>	<b>112.008,48</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>152.854,28</b>

FUENTE: Evaluación financiera

ELABORADO POR: La autora

Para obtener el punto de equilibrio tanto en dólares como en cantidad se aplicó las siguientes fórmulas:

$$PES = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE.Unidades = \frac{\text{Punto de equilibrio\$}}{PVu}$$

### CUADRO No.84

#### DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2018

Descripción	Valor\$	%	Costos fijos \$	Costo variable \$	Costo total \$	PE \$	PEQ
MANZANILLA							
Ingresos por ventas \$	62.899,20	34,44%	14.206,26	37.839,13	52.045,39	<b>35.656,82</b>	<b>31.836</b>
Cantidad (u)	56.160,00						
Precio (\$)	1,12						
MENTA							
Ingresos por ventas \$	36.358,40	19,91%	8.211,82	21.872,62	30.084,44	<b>20.611,15</b>	<b>27.120</b>
Cantidad (u)	47.840,00						
Precio (\$)	0,76						
HIERBA LUISA							
Ingresos por ventas \$	53.747,20	29,43%	12.139,21	32.333,44	44.472,65	<b>30.468,66</b>	<b>40.090</b>
Cantidad (u)	70.720,00						
Precio (\$)	0,76						
TORONJIL							
Ingresos por ventas \$	29.619,20	16,22%	6.689,72	17.818,43	24.508,15	<b>16.790,78</b>	<b>18.866</b>
Cantidad (u)	33.280,00						
Precio (\$)	0,89						
Total	182.624,00	100,00%	41.247,01	109.863,63	151.110,63	<b>103.527,42</b>	

FUENTE: Evaluación financiera

ELABORADO POR: La autora

### 5.6.7 Resumen de la Evaluación Financiera

#### CUADRO No. 85 RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA

EVALUADOR	RESULTADO	ANÁLISIS
VAN	28.538,39	ACEPTABLE
TIR	23,84%	ADECUADO
C/B	1,40	ACEPTABLE
PRI	4,2	ADECUADO
EVALUACIÓN FINAL	ok	FACTIBLE POTENCIALMENTE

Elaborado por: La autora

Finalmente se concluye, que el proyecto es factible en las condiciones estudiadas, para su gestión es importante realizar ajuste de presupuesto.

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### 6.1. Aspecto Legal de la Microempresa

Para la creación y funcionamiento de una Microempresa en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, se debe cumplir con requisitos que son tramitados en el Municipio de la Ciudad de Ibarra y en el Servicio de Rentas Internas.

##### 6.1.1 Obtener Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Requisitos:

- Original y copia de la cédula de identidad.
- • Original del último certificado de votación.
- • Original del documento que indique la dirección domiciliaria actual o donde se desarrolle la actividad económica (sea una planilla de agua, luz o teléfono).
- • El documento original de la calificación Artesanal, si es Artesano.

##### 6.1.2. Permiso de Funcionamiento

Es un permiso que se debe obtener del Cuerpo de Bomberos, el cual después de una inspección, garantice el funcionamiento, verificando todas las medidas de seguridad correspondientes. Los requisitos son los siguientes:

- a) Formulario de permiso de bomberos
- b) Copia de cedula y papeleta de votación
- c) Copia del RUC
- d) Factura de extinguidor

### **6.1.3 Permiso de Funcionamiento Sanitario**

Los requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento sanitario otorgado por la Dirección Provincial de Salud son los siguientes:

- a)** Formulario de Solicitud
- b)** Copia del Ruc
- c)** Copia de cedula de ciudadanía del representante legal o propietario.
- d)** Documentos que acrediten la personería jurídica
- e)** Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento.
- f)** Plano del Establecimiento a escala 1:50
- g)** Croquis de la ubicación del establecimiento.
- h)** Permiso Otorgado por el Cuerpo de Bomberos
- i)** Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en la entidad comercial

### **6.1.4. Constitución de la Empresa o Microempresa**

Mediante una escritura de constitución se legaliza el funcionamiento de la microempresa y debe estar firmado por un notario.

Legalmente será reconocida por la Superintendencia de Compañías, se afiliara a la Cámara de Comercio de Ibarra para poder beneficiarse de todas la Leyes creadas a favor.

## **6.2. Organización de la Microempresa**

### **6.2.1. La Empresa**

El nombre de la pequeña empresa se llamara "NATURALFARM" S.A, porque se trabajara con hierbas medicinales que con sus propiedades curativas dan salud y vida a los consumidores



### **6.2.2. Misión**

“NATURALFARM S.A” es una microempresa especializada en la industrialización y comercialización de plantas medicinales, a través de un mejoramiento continuo y excelencia hacia la calidad, con satisfacción absoluta de nuestros clientes generando salud a costo razonable.

### **6.2.3. Visión**

Constituirse en dos años en una pequeña empresa líder en el mercado local, en la industrialización y comercialización de plantas medicinales, capaz de generar productos naturales de calidad, a un precio competitivo que logre el posicionamiento de nuestro producto a nivel regional y nacional

### **6.2.4 Objetivos Estratégicos**

- Consolidar el posicionamiento en los mercados actuales
- Proporcionar un adecuado sistema de capacitación y motivación para todo el recurso humano que preste sus servicios en la pequeña empresa.
- Adquirir un alto nivel de eficiencia y eficacia en el momento de entrega del producto.
- Proporcionar un excelente clima laboral que ayude a cumplir los objetivos propuestos.

### **6.2.5 Políticas de la Pequeña Empresa**

- El cliente es lo más importante para nosotros.
- Brindar confianza, profesionalismo y seguridad al cliente.
- Mantener un programa de capacitación personal, administrativo, de producción y de comercialización.
- La atención al cliente debe ser oportuna y ágil, para ahorrarle esfuerzo y tiempo.

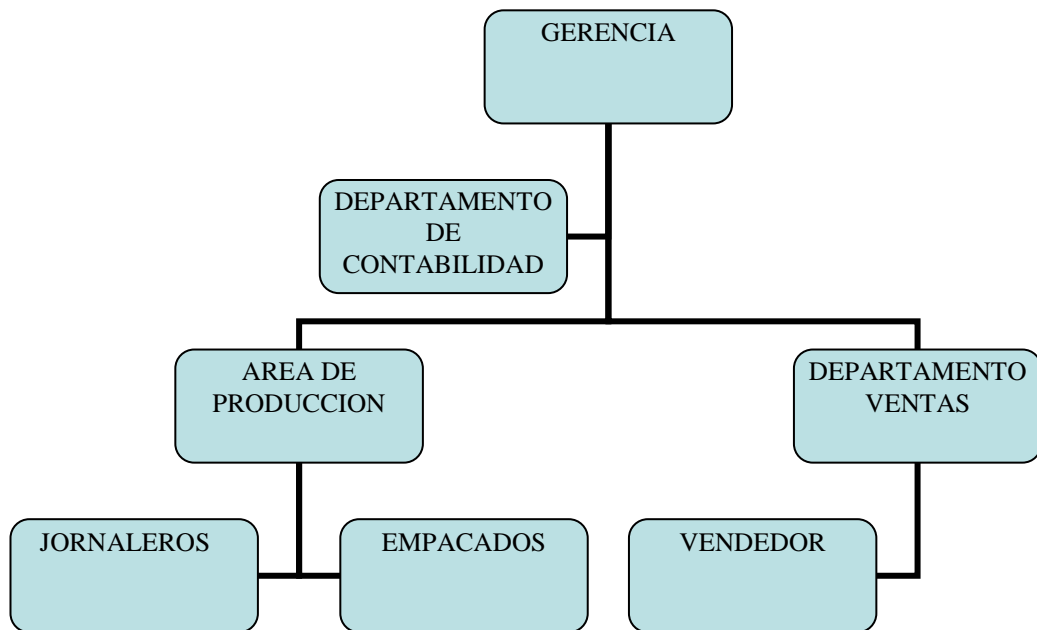
- Realizar reuniones con los empleados para evaluar su desempeño y conocer sus necesidades.
- Armonía dentro de la organización y dar cumplimiento con todas las disposiciones técnicas y legales.
- Capacitación y entrenamiento continuo al personal de la pequeña empresa.

### **Principios y Valores**

- Se trabajara con ética y responsabilidad
- Todos los procesos se realizaran con honestidad tanto en lo económico, técnico y legal.
- Brinda un producto de calidad.
- El desarrollo humano contara con la consideración necesaria.
- Compromiso con la organización para mantenerla estable dentro del mercado.
- El servicio será personalizado ya que cada uno de los empleados estará pendiente de las necesidades que tenga cada cliente.
- Mantener una responsabilidad social con el cantón.

### **6.3. Organización Estructural**

**ILUSTRACION No 15**  
**ORGANIGRAMA**



#### 6.4. Orgánico Funcional

##### 6.4.1 Funciones y Descripción del Puesto

###### GERENTE GENERAL

Dirigirá y supervisara todas las actividades de la empresa, ejecutara las políticas y resoluciones de la junta general de accionistas, coordinara y controlara el funcionamiento de las dependencias de la misma, de acuerdo a las leyes, políticas y reglamentos.

###### Funciones:

- a) Elaborar y presentar informes periódicos de todas las actividades realizadas por la pequeña empresa
- b) Crear políticas para un mejor control interno y procesos de producción de la microempresa
- c) Administrar dirigir planificar y controlar el adecuado funcionamiento de la micro-empresa.

- d) Supervisar el cumplimiento del trabajo.
- e) Determinar sueldos y salarios del personal.
- f) Tomar decisiones en todas las áreas de su competencia
- g) Coordinar y participar en todos los procesos
- h) Determinar las cantidades necesarias para la adquisición de materiales, costos de producción y ventas.

**Requisitos:**

- Los aspirantes deberán tener estudios superiores de Administración de Empresas, Contabilidad, o Marketing.
- Sean personas responsables y afán de liderar todas las relaciones que se le designen.
- Agilidad para tomar decisiones rápidas y seguras.
- Disponibilidad de tiempo completo e inmediato.

Será responsable de la aplicación del sistema contable y de la secretaria de la empresa, elaborar e informar de los estados financieros.

**SECRETARIA - CONTADORA**

Será responsable de la aplicación del sistema contable y de la secretaria de la empresa, elaborar e informar de los estados financieros.

**Funciones:**

- a) Registrar las transacciones diarias (compras y ventas).
- b) Elaborar de balances financieros.
- c) Elaborar de impuestos.
- d) Elaborar de roles de pagos y todos los registros de personal ante el Instituto de Seguridad Social.

- e) Establecer conciliaciones de saldos de cuentas bancarias con la finalidad de asegurar la correspondencia de la información financiera.
- f) Llevar la contabilidad de forma ordenada y eficaz.
- g) Las demás funciones que la gerencia ordene.

**Requisitos:**

- Experiencia no necesaria, ganas de superación en la rama encomendada.
- Estudios en contabilidad superior y auditoría.
- Ser contador público acreditado CPA
- Buena presencia y don de gente.
- Buenas relaciones interpersonales

**TÉCNICO AGRÓNOMO**

**Funciones:**

- a) Elaborar el plan de trabajo de las actividades de su competencia.
- b) Supervisar y/o ejecutar actividades relacionadas con la promoción de actividades agroindustriales.
- c) Participar en la identificación de proyectos productivos prioritarios de interés para la inversión privada.
- d) Plantear procedimientos de carácter interno que permitan relacionar las actividades económicas y de infraestructura en el marco de la normatividad vigente.
- e) Coordinar con los entes responsables en la organización de ferias agropecuarias y artesanales.
- f) Las demás funciones que le asignen

**Requisitos:**

- Técnico Superior Universitario en Agronomía o carrera afín
- Un (1) año de experiencia progresiva, de carácter operativo y supervisorio en el área de desarrollo de proyectos agropecuarios.
- Destrezas en el manejo de equipos e instrumentos de laboratorio.

**Operarios**

Mantener y conservar en óptimas condiciones las instalaciones, el campo, la cosecha y todo lo que se refiere al proceso de producción, logrando una buena producción, desde la siembra hasta el empaque; manteniendo los objetivos, tanto en número como en calidad de los productos cosechados.

Funciones Específicas

- a) Cosecha y trilla.
- b) Carga y descarga del producto hacia la maquinaria.
- c) Empaquetar el producto.
- d) Carga y descarga de semilla y demás insumos agrícolas.
- e) Demás actividades relacionadas con el proceso de producción.

**REQUISITOS**

- Responsable, puntual y honesto
- Poseer Destreza manual.
- Tener conocimientos generales sobre la agricultura y proceso productivo.
- Que resida cerca del sector de producción.
- Instrucción Primaria.
- De 18 años hasta 50 años

## **VENDEDOR**

La persona que hace que las ventas su forma habitual de vida y que forma parte de un equipo por medio del cual una organización vende determinado bien o servicio, ofreciéndole una remuneración por su trabajo.

### **Funciones:**

- a) Elaborar informes de todas las ventas realizadas y presentar al gerente.
- b) Trato directo y personal con los clientes.
- c) Eficiencia y eficacia en la atención al cliente.
- d) Llevar un adecuado sistema y control de ventas.
- e) Efectuar los cobros.

### **Requisitos:**

- Estudios superiores en la carrera de Marketing
- Buen trato y atención esmerada al cliente.
- Habilidad para relacionarse y excelente presencia.
- Disponibilidad de tiempo completo.
- Experiencia no necesaria, ganas de superación en la rama de ventas.
- Don de palabra y poder de convencimiento.
- Licencia de conducción

## CAPITULO VII

### 7. IMPACTOS

La evaluación de impactos que se realizara mediante el empleo de la matriz de impactos, la misma que funciona con la asignación de una clasificación a los componentes del entorno en el que se está trabajando, para lo cual se emplea la siguiente escala:

#### CUADRO No 86

#### CUADRO DE PONDERACIONES

IMPACTO	VALORACION
+3	Alto Positivo
+2	Medio Positivo
+1	Bajo Positivo
0	No existe impacto
-3	Alto Negativo
-2	Medio Negativo
-1	Bajo Negativo

#### 7.1 IMPACTO SOCIOECONOMICO



**CUADRO No 87**  
**IMPACTO SOCIOECONÓMICO**

NIVELES DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
<b>INDICADORES</b>								
a) Relaciones interpersonales						X		2
b) Mejorar el nivel de vida							X	3
c) Ayuda a la productividad del campo							X	3
d) Nivel de ingresos							X	3
e) Generación de empleo						X		2
<b>TOTAL</b>								<b>13</b>

NIVEL DE IMPACTO SOCIOECONOMICO =

$\Sigma$

**Numero de Indicadores**

$$NI = 13/5 = 2.6$$

NIVEL DE IMPACTO 2.6 MEDIO POSITIVO

**ANALISIS.-** De acuerdo al resultado de la conformación de la empresa, el impacto socioeconómico es alto positivo porque ayudara a mejorar el nivel de vida con el consumo de productos naturales y nutrientes, beneficiándose de esta manera tanto el productor como el consumidor, ya que se crearan fuentes de empleos para las personas que laboren de forma temporal o continua, convirtiéndose así en un apoyo hacia el desarrollo de los habitantes de la zona de producción.

a) El poner en marcha el proyecto, permitirá la posibilidad de relacionamiento y mejora las oportunidades de los empleados

mismas mejoraran su estado de resiliencia frente a las adversidades sociales.

b) El nivel de vida se verá reflejado, por las mejoras de las condiciones en la salud, de acceder a oportunidades de mejoramiento profesional y humano.

c) Con la diversificación de los productos se convierte en un apoyo hacia el desarrollo de los habitantes de la zona de producción

d) Disminución de las tasas de desempleo, por ende la delincuencia, violencia social, alcoholismo y drogadicción se verán afectas en la sociedad

### 7.1 IMPACTO EMPRESARIAL

**CUADRO No 88**  
**IMPACTO EMPRESARIAL**

INDICADORES	NIVELES DE IMPACTOS								TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3		
a) Clima Organizacional							X	3	
b) Trabajo Corporativo						X		2	
c) Creatividad							X	3	
d) Manejo de los Recursos						X		2	
e) Atención y servicio al Cliente							X	3	
<b>TOTAL</b>								<b>13</b>	

$$\text{NIVEL DE IMPACTO EMPRESARIAL} = \frac{\Sigma}{\text{Numero de Indicadores}}$$

Numero de Indicadores

$$\text{NI} = 13/5 = 2.6$$

NIVEL DE IMPACTO 2.6 MEDIO POSITIVO

### ANALISIS.-

- a) Con respecto al impacto empresarial es bastante positivo porque permitirá tener un excelente clima organizacional dentro de la pequeña empresa con cada trabajador, un clima orientado a los objetivos.
- b) Con un trabajo en equipo eficaz, se garantizara el cumplimiento de metas y objetivos de la microempresa incrementando sus niveles de producción.
- c) La creatividad en la empresa será muy importante ya que servirá para crear productos diferentes y a la vez obtener nuevos mercados.
- d) La atención y servicio al cliente será los más fundamental el cliente se sentirá seguro con el producto y a la vez con la atención de nuestros trabajadores brindado toda la información que se necesite.

### 7.2 IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL CUADRO No 89

#### IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL

<b>NIVELES DE IMPACTOS</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
<b>INDICADORES</b>								
a) Capacitación						X		2
b) Mejorar los niveles de cultivo							X	3
c) Nivel de investigación						X		2
d) Educación Sanitaria							X	3
e) Experiencia							X	3
<b>TOTAL</b>								<b>13</b>

$$\text{NIVEL DE IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL} = \frac{\sum}{\text{Numero de Indicadores}}$$

$$NI = 13/5 = 2.6$$

### NIVEL DE IMPACTO 2.6 MEDIO POSITIVO

**ANALISIS.-** Como resultado de la implementación del proyecto, se espera lograr un impacto educativo positivo; ya que estaría mejorando los niveles de conocimiento de cada consumidor al momento de utilizar plantas medicinales en sus diferentes presentaciones, esto se hará a través de una educación sanitaria al conocer que se puede aprovechar los beneficios que la naturaleza nos brinda.

a) Una capacitación constante a los empleados, aportará a la microempresa un personal mejor preparado, adiestrado, el cual hará que se desarrolle en sus actividades eficientemente

### 7.3 IMPACTO AMBIENTAL

#### CUADRO No 90

#### IMPACTO AMBIENTAL

INDICADORES	NIVELES DE IMPACTOS							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Protección del suelo							X	3
Trabajo sin tóxicos							X	3
Producción natural							X	3
Salud humana							X	3
Contaminación del Ambiente							X	3
<b>TOTAL</b>								<b>15</b>

$$\text{NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL} = \frac{\Sigma}{\text{Numero de Indicadores}}$$

$$NI= 15/5 = 3$$

#### NIVEL DE IMPACTO 3 ALTO POSITIVO

**ANALISIS.-** La matriz indica que el Impacto Ambiental del proyecto es 100% positivo ya que con la utilización de insumos orgánicos para la producción de Plantas Medicinales se mantendrá la fertilidad del suelo, obteniendo de esta manera productos nutritivos, ya que se estaría reduciendo la utilización de productos químicos, porque se trata de un producto natural, que beneficiara al consumidor y evitará la contaminación del medio ambiente con una producción libre de tóxicos, evitando enfermedades en el ser humano.

#### 7.4 IMPACTO GENERAL

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\Sigma}{\text{Numero de Indicadores}}$$

$$NI= 10.8/4 = 2.7$$

#### NIVEL DE IMPACTO 2.7 MEDIO POSITIVO

**ANALISIS.-** Se puede apreciar que la matriz general de impactos en los que incluye Impacto Socioeconómico, Empresarial, Cultural-Educativo y Ambiental es altamente positivo ya que puesta en marcha la pequeña empresa beneficiara significativamente, en la mejora de la calidad de vida de los miembros de la empresa, empleados y usuarios.

## CONCLUSIONES

Del estudio de factibilidad para la industrialización y comercialización de Plantas Medicinales en la Ciudad de Ibarra; se ha llegado a las siguientes conclusiones:

1. Con el diagnóstico situacional realizado en la ciudad de Ibarra se pudo identificar la adecuada ubicación, clima, y demás factores sociodemográficos que interviene en un proceso de producción agrícola, situación que facilitará la industrialización y comercialización de las plantas medicinales.
2. Mediante la investigación de campo se pudo determinar que existe gran expectativa por adquirir las plantas medicinales, debido a la tradición y confianza que las personas tienen ante sus beneficios.
3. En el estudio financiero, se determinaron algunos índices financieros como; TIR, VAN, costo beneficio, los cuales dieron resultados positivos, lo que demuestra la factibilidad financiera del proyecto.
4. En lo que se refiere a la estructura de la organización, se determinó todo los aspectos legales y de constitución de la microempresa, misión, visión, objetivos, políticas, valores corporativos y éticos.
5. En general se determinó un impacto alto positivo, el asentamiento de la microempresa generará fuentes de empleo, brindará un producto sano, de calidad, para de concientizar a la población al consumo de alimentos tradicionales.

## RECOMENDACIONES

1. Una vez identificados los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos del entorno que rodea al proyecto, se recomienda que la participación y apoyo para fomentar la cultura de consumo de las plantas medicinales.
2. Se deberá implementar publicidad acorde con el segmento meta, con el fin de lograr un posicionamiento en el mercado y que los consumidores conozcan de los productos sus ventajas y beneficios que este otorga.
3. En el Estudio Financiero, siendo una de las partes más importantes en la inversión de un proyecto, es recomendable considerar y cuantificar los ingresos totales y los costos que se necesitan para el total funcionamiento de la microempresa.
4. Para la organización de la microempresa se recomienda que ésta sea equilibrada y flexible con el fin de tomar las decisiones adecuadas e implementar las medias correctivas. Además reglamentar sus operaciones administrativas, operativas y financieras, que aseguren su normal funcionamiento y éxito empresarial.
5. Vigilar porque los impactos o efectos positivos se mantengan; y, a su vez, remediar cualquier impacto o efecto negativo que se presentara con la puesta en funcionamiento de la Empresa.

## BIBLIOGRAFIA

### FUENTES DE BIBLIOGRAFICAS

- **BACA, Gabriel, 2013**, *Evaluación de proyectos*, Sexta Edición, Mc Graw – Hill.
- **BRAVO, Valdivieso Mercedes, 2013**, *Contabilidad General*, Novena Edición.
- **CANTOS, Enriqueta, 2008**, *Diseño y Gestión de Microempresas*, Editorial Propad.
- **CORDOBA, Marcial, 2011**, *Formulación y Evaluación de Proyectos*, Primera Edición, Ecoe Ediciones, Colombia.
- **CHIAVENATO, Idalberto, 2008**, *Introducción a la Teoría General de la administración*, Séptima Edición, Impreso en Colombia, Mc Graw – Hill.
- **FINCOWSKY, Flankl, 2009**, *Organización de Empresas*, Tercera Edición Mc Graw – Hill.
- **FISCHER , Laura, 2009**, *Mercadotécnica*, Tercera Edición
- **GITMAN, Laurence, 2009**, *Principios de Administración Financiera*, Onceava Edición
- **HAIR , Joseph, 2010**, *Investigación de Mercados*, Cuarta Edición, Mc Graw – Hill.
- **HERRERO, Julián, 2009**, *Administración Gestión y Comercialización en la pequeña empresa*



- **MONTEROS, Edgar; (2007);** *“Manual de gestión micro empresarial”*, Editorial Universitaria.
- **OCHOA, Guadalupe, 2009,** *“Administración Financiera”*, Segunda Edición.
- **STANLEY, Brock, 2008,** *“Fundamentos de Administración Financiera”*, Duodécima edición.
- **VARGAS, Antonio,** Estrategia de Marketi
- **ZAPATA, Pedro; (2008);** *“Contabilidad General”*, Editorial McGraw-Hill, 2008

## **DOCUMENTOS LEGALES**

- Código de Comercio
- Ley de Compañías del Ecuador
- Código de Trabajo
- Código Tributario
- Ley de Régimen Tributario Interno
- Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno
- Ley de Gestión Ambiental
- Reglamento a la Ley de Gestión Ambiental
- Reglamento General del Seguro de Riesgos del Trabajo
- Plan del Buen Vivir
- Ley de Economía Popular y Solidaria

#### **a. DIRECCIÓN ELECTRÓNICA**

- [www.chilepotenciaalemitaria.cl](http://www.chilepotenciaalemitaria.cl)
- [www.mercasa.es](http://www.mercasa.es) / es publicaciones / comercio
- [www.cideirber.com](http://www.cideirber.com)
- [www.fao.org/ag/esp/revista/9901sp3.htm](http://www.fao.org/ag/esp/revista/9901sp3.htm). 20, 06/.
- [www.GrupoChorlavi.org/orgánicos](http://www.GrupoChorlavi.org/orgánicos) .Síntesis de la Discusión
- [www.chcultura.gov.ec](http://www.chcultura.gov.ec)
- [www.explored.com.ec](http://www.explored.com.ec)
- [www.agenda21imbabura.ec](http://www.agenda21imbabura.ec)
- [www.monografias.com](http://www.monografias.com)
- [www.agronet.gov](http://www.agronet.gov)
- [www.diciyt.com](http://www.diciyt.com)
- <http://biostimulatefert.com/contacto-proveedor-productos-bioestimulantes-Ecuador.html>
- [www.naturaland.de](http://www.naturaland.de)
- [www.asociacioncaotarisence.com](http://www.asociacioncaotarisence.com)
- [www.siagro.seab.pr.gov.br/www.inec.gob.ec](http://www.siagro.seab.pr.gov.br/www.inec.gob.ec)
- Censo agropecuario 2010
- [iancem.galeon.com](http://iancem.galeon.com)
- <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educaci%C3%B3n-y-ciencia/3193-resumen-del-plan-nacional-para-el-buen-vivir-2013-2017>

ANEMOS

**ANEXO : PRESUPUESTOS DE LAS PLANTAS POR HECTÁREA**

**MENTA**

**MANZANILLA  
COSTOS DE PRODUCCION POR  
HECTAREA (US\$)**

ACTIVIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Arriendo	Hectárea	1	400,00	400,00
<b>1. Preparación del suelo y siembra</b>				
Arada	Horas/tractor	1	25,00	25,00
Cruzada	Horas/tractor	2	15,00	30,00
Abonamiento (humus, lombriz)	TM	5	66,00	330,00
	Jornal	2	8,00	16,00
Semilla	Kilo	1	8,00	8,00
Siembra semillero	Jornal	4	8,00	32,00
<b>2. Labores culturales</b>				
Deshierba 1	Jornal	4	8,00	32,00
Deshierba 2	Jornal	4	8,00	32,00
Deshierba 3	Jornal	4	8,00	32,00
<b>3. Cosecha</b>				
Corte de flores	Jornal	40	8,00	320,00
Sacos	Sacos	40	0,25	10,00
Transporte	Kilo	1.680,5	0,011	18,49
<b>Rendimiento flores frescas / corte</b>	<b>Kilo</b>	<b>2.500</b>		
<b>Costo Total</b>	<b>US\$</b>			<b>1285,49</b>
<b>Costo por kilo de hojas frescas</b>	<b>Kilo</b>			<b>0,51</b>

## MENTA

### COSTOS DE PRODUCCION POR HECTAREA (US\$)

ACTIVIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Arriendo	Hectárea	1	400,00	400,00
<b>1. Preparación del suelo y siembra</b>				
Arada	Horas/tractor	1	25,00	25,00
Cruzada	Horas/tractor	2	15,00	30,00
Abonamiento (humus, lombriz)	TM	2	66,00	132,00
	Jornal	2	8,00	16,00
Semilla	Kilo	1	80,00	80,00
Establecimiento semillero	Jornal	5	8,00	40,00
Seguimiento, riego, deshierba	Jornal	10	8,00	80,00
Transplante siembra	Jornal	10	8,00	80,00
<b>2. Labores culturales</b>				
Deshierba 1	Jornal	8	8,00	64,00
Deshierba 2	Jornal	8	8,00	64,00
Deshierba 3	Jornal	8	8,00	64,00
Control fitosanitario	Kocide 101	4	3,20	12,80
	Jornal	1	8,00	8,00
<b>3. Cosecha</b>				
Corte	Jornal	10	8,00	80,00
Lavado y clasificado	Jornal	5	8,00	40,00
Sacos	Sacos	250	0,25	62,50
Transporte	Kilo	7.000	0,011	77,00
<b>Rendimiento hojas frescas / corte</b>	<b>Kilo</b>	<b>7.000</b>		
<b>Costo Total</b>	<b>US\$</b>			<b>1.355,30</b>
<b>Costo por kilo de hojas frescas</b>	<b>Kilo</b>			<b>0,19</b>

**HIERBA LUISA**  
**COSTOS DE PRODUCCION POR HECTAREA (US\$)**

ACTIVIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Arriendo	Hectárea	1	400,00	400,00
<b>1. Preparación del suelo y siembra</b>				
Arada	Horas/tractor	1	25,00	25,00
Cruzada	Horas/tractor	2	15,00	30,00
Abonamiento (humus, lombriz)	TM	2	66,00	132,00
	Jornal	2	8,00	16,00
Semilla	Plántulas	25.000	0,05	1.250,00
Siembra	Jornal	10	8,00	80,00
<b>2. Labores culturales</b>				
Deshierba 1	Jornal	8	8,00	64,00
Deshierba 2	Jornal	8	8,00	64,00
Deshierba 3	Jornal	8	8,00	64,00
Control fitosanitario	Koside 101	4	3,20	12,80
	Jornal	1	8,00	8,00
<b>3. Cosecha</b>				
Corte	Jornal	10	8,00	80,00
Sacos	Sacos	250	0,25	62,50
Transporte	Kilo	12.500	0,011	137,50
<b>Rendimiento hojas frescas / corte</b>	<b>Kilo</b>	<b>12.500</b>		
<b>Costo Total</b>	<b>US\$</b>			<b>2.425,80</b>
<b>Costo por kilo de hojas frescas</b>	<b>Kilo</b>			<b>0,19</b>

**TORONJIL**  
**COSTOS DE PRODUCCION POR HECTAREA (US\$)**

ACTIVIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Arriendo	Hectárea	1	400,00	400,00
<b>1. Preparación del suelo y siembra</b>				
Cruzada	Horas/tractor	2	15,00	30,00
Abonamiento (humus, lombriz)	TM	2	66,00	132,00
	Jornal	2	8,00	16,00
Semilla	Kilo	1	32,00	32,00
Siembra semillero	Jornal	5	8,00	40,00
Seguimiento, riego, deshierba	Jornal	10	8,00	80,00
Transplante	Jornal	10	8,00	80,00
<b>2. Labores culturales</b>				
Deshierba 1	Jornal	8	8,00	64,00
Deshierba 2	Jornal	8	8,00	64,00
Deshierba 3	Jornal	8	8,00	64,00
Control fitosanitario	Koside 101	4	3,20	12,80
	Jornal	1	8,00	8,00
<b>3. Cosecha</b>				
Corte	Jornal	8	8,00	64,00
Lavado y clasificado	Jornal	5	8,00	40,00
Sacos	Sacos	250	0,25	62,50
Transporte	Kilo	4.000	0,011	44,00
<b>Rendimiento hojas / corte</b>	<b>Kilo</b>	<b>4.000</b>		
<b>Costo de Total</b>	<b>US\$</b>			<b>1.233,30</b>
<b>Costo por kilo de hojas frescas</b>	<b>Kilo</b>			<b>0,31</b>

ANEXO : COSTOS Y GASTOS MENSUALES  
COSTOS

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	80,00	960,00
Agua	30,00	360,00
<b>TOTAL</b>		<b>1.320,00</b>

VESTIMENTA DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Trajes para la producción	5	65	325
<b>TOTAL</b>			<b>325</b>

MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento equipo	16,00	192,00
<b>TOTAL</b>		<b>192,00</b>

GASTOS

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	9,00	108,00
Luz	18,00	216,00
<b>TOTAL</b>		<b>324,00</b>

SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Teléfono	50,00	600,00
Internet	25,00	300,00
<b>TOTAL</b>		<b>900,00</b>

SUMINISTROS DE OFICINA



DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Papel resma	20	3,5	70
Carpetas	12	0,3	3,6
Esferográfico	10	0,3	3
Tinta impresora	6	13	78
Cuaderno	5	1,75	8,75
Lápiz	8	1,1	8,8
Borrador	5	0,3	1,5
Libretines (facturas)	15	4,5	67,5
<b>TOTAL</b>			<b>241,15</b>

#### MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	20,00	240,00
<b>TOTAL</b>		<b>240,00</b>

#### PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL
Radio	200,00
Afiches	50,00
Página web	35,00
<b>TOTAL</b>	<b>285,00</b>

#### COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Combustible	150	1800
Mantenimiento vehículo	30	360
<b>TOTAL</b>		<b>2160</b>

**ENCUESTA REALIZADA A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE IBARRA DE  
EXTRACTO SOCIAL MEDIO, MEDIO ALTO Y ALTO**

El objetivo de la presente encuesta es elaborar un estudio de factibilidad **Para La Creación De Una Microempresa De Producción Y Comercialización De Plantas Medicinales En La Ciudad De Ibarra Provincia De Imbabura**

**MUESTRA 378**

**1. El consumo de plantas medicinales es:**

- Habitual
- Permanente
- Ocasional

**2- En qué presentación prefiere al momento de realizar sus compras:**

- Estado natural
- Disecadas (funditas 2gm)
- Jarabes

**3- En donde compra las plantas medicinales**

- Mercado mayorista
- Mercado Amazonas
- Supermercados
- Otros:

**4- De las siguientes plantas medicinales cual prefiere**

- Manzanilla
- Menta
- Hierba luisa
- Torongil

**5. Porque Ud. elige consumir plantas medicinales**

- Tradicición
- Salud
- Fáciles de consumir
- Económica en su adquisición

**6. Con que frecuencia adquiere las plantas medicinales**

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual

**7. Que aspectos no le agrada de la comercialización actual de plantas medicinales**

Presentación

Costo

Frescura

Información

Restricciones

**8. Como asegura Ud. la calidad de las hierbas medicinales que se oferta en el mercado**

Tiempo de expiración

Forma de presentación

Garantía del producto

Otros

**9. Con que frecuencia adquiere plantas medicinales en cajas de 625 gramos en presentación de 25 bolsitas en cada caja.**

Una caja semanalmente

Una caja quincenalmente

Una caja mensualmente

**10. Cuanto estaría dispuesto a pagar por la caja de 24 unidades de plantas medicinales**

1-5 dólares

6-10 dólares

11 dólares en adelante

**11. En cuál de los siguientes medios de comunicación le gustaría enterarse del producto**

Radio

Prensa

Afiches

Internet

Otros