

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA



TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ A BASE DE QUINUA EN
LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE
IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIEROS EN CONTABILIDAD
Y AUDITORÍA CPA**

AUTORES: MARITZA JOHANNA PUMA SIMBAÑA

BOLÍVAR SANTIAGO ROSERO CUASAPAZ

DIRECTOR: DR. CPA VINICIO SARÁUZ MSC.

IBARRA, MAYO 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como finalidad determinar la factibilidad del proyecto de una Empresa dedicada a la Producción y Comercialización de Café a base de Quinoa en la Ciudad de Atuntaqui, Provincia de Imbabura; desarrollando un análisis de aspectos que intervienen en la investigación, determinando que existen las condiciones sociales y económicas positivas para realizar el proyecto.

Se realizó el estudio de mercado conociendo las condiciones favorables que tienen los productos sustitutos, manifestando que existe una demanda insatisfecha que puede ser cubierta por la empresa en estudio, pues existe aceptación del producto por su valor nutritivo y curativo; posteriormente se determinó la localización e ingeniería del proyecto, su resultado fue positivo, existe la materia prima suficiente según fuente del MAGAP y de pequeños productores de la zona de Imantag; analizando el presupuesto de inversiones que se requiere y comparando los ingresos mediante una evaluación financiera, donde se determina la factibilidad del Proyecto, puesto que todos los indicadores son positivos.

Seguidamente, se procedió a desarrollar la organización administrativa, donde se clasificó las diferentes áreas acorde a su ocupación, así mismo se detalla los perfiles óptimos para cada trabajador; además se realizó un análisis a los impactos social, económico, educativo y ambiental, teniendo como resultado un promedio medio positivo al final de la investigación.

EXECUTIVE SUMARY

This study aims to determine the feasibility of the project of a company dedicated to the production and commercialization Coffee Quinoa based in the city of Atuntaqui, Imbabura Province; developing an analysis of aspects involved in the investigation, determining that there are positive socioeconomic conditions for the project.

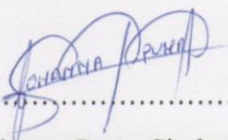
Market research detected levels and conditions that have performed substitutes, finding that there is an unmet demand can be covered by the company under study, as there is acceptance of the product for its nutritional and healing value; then the location and project engineering was determined, the result was positive, there is the raw material, labor for which the investment budget required was made evidently analyzed and income were compared using a financial assessment, where Project feasibility was determined, as all indicators are positive.

He then proceeded to develop the administrative organization, where different areas are located according to hierarchical levels, also profiles detailing each worker; further analysis is carried out in the social, economic, educational and environmental areas, with positive impacts average value.

AUTORÍA

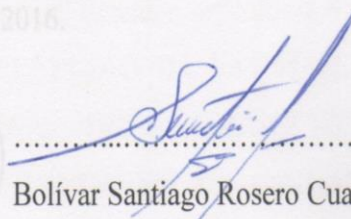
De, Maritza Johanna Puma Simbaña, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100319857-7 y Bolívar Santiago Rosero Cuasapaz, portador de la cédula de ciudadanía N° 040117186-3, declaramos bajo juramento que el presente trabajo aquí desarrollado es de nuestra autoría **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ A BASE DE QUINUA EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”** y los resultados de la investigación son de nuestra total responsabilidad, además 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.

En la ciudad de Ibarra, a los 31 días del mes de Mayo del 2016.



.....
Maritza Johanna Puma Simbaña

C.C. 100319857-7



.....
Bolívar Santiago Rosero Cuasapaz


C.C. 040117186-3

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por los egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica del Norte, Maritza Johanna Puma Simbaña y Bolívar Santiago Rosero Cuasapaz, previo a la obtención del Título de INGENIEROS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ A BASE DE QUINUA EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”**.

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

En la ciudad de Ibarra, a los 31 días del mes de Mayo del 2016.



.....

DR. CPA VINICIO SARÁUZ MSC.
DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

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

Ibarra, 31 de Mayo del 2016

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

De, Maritza Johanna Puma Simbaña, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100319857-7 y Bolívar Santiago Rosero Cuasapaz, portador de la cédula de ciudadanía N° 040117186-3, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte, los derechos patrimoniales consagrados en la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autores del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ A BASE DE QUINUA EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el Título de Ingeniera (o) en Contabilidad y Auditoría CPA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

DATOS DE CONTACTO

En nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada.

En concordancia suscribimos éste documento en el momento que hagamos la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

MAIL:

.....
Maritza Johanna Puma Simbaña

C.C. 100319857-7

.....
Bolívar Santiago Rosero Cuasapaz

C.C. 040117186-3



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

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 dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100319857-7
APELLIDOS Y NOMBRES:	Puma Simbaña Maritza Johanna
DIRECCIÓN:	Atuntaqui, parroquia San Roque, barrio Santa Rosa. Calle 16 de Agosto y Bolívar s/n.
MAIL:	amigamp@yahoo.com
TELÉFONO FIJO:	062 900 418
TELÉFONO MÓVIL	095 964 3691

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ A BASE DE QUINUA EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTORES:	Maritza Johanna Puma Simbaña Bolívar Santiago Rosero Cuasapaz
FECHA:	2016 – Mayo - 31
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	Pregrado <input checked="" type="checkbox"/> Posgrado <input type="checkbox"/>
TÍTULO A OBTENER	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.
ASESOR/DIRECTOR:	Dr. CPA Vinicio Saráuz Msc.

DATOS DE CONTACTOS	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040117186-3
APELLIDOS Y NOMBRES:	Rosero Cuasapaz Bolívar Santiago
DIRECCIONES:	Tulcán, ciudadela Pullman Carchi, junto a la Aduana.
MAIL:	santyrosero6622@gmail.com
TELÉFONO FIJO:	062 900 418
TELÉFONO MÓVIL	098 907 4846

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ A BASE DE QUINUA EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTORES:	Maritza Johanna Puma Simbaña Bolívar Santiago Rosero Cuasapaz
FECHA:	2016 – Mayo - 31
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	Pregrado <input checked="" type="checkbox"/> Posgrado <input type="checkbox"/>
TÍTULO A OBTENER	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.
ASESOR/DIRECTOR:	Dr. CPA Vinicio Saráuz Msc.

AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

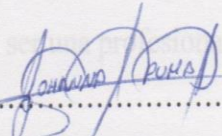
De, Maritza Johanna Puma Simbaña, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100319857-7 y Bolívar Santiago Rosero Cuasapaz, portador de la cédula de ciudadanía N° 040117186-3, en calidad de autores y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega de éste ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos 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.

CONSTANCIAS

Los autores manifiestan 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 son titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, 31 de Mayo del 2016

AUTORES:

Firma.....

Maritza Johanna Puma Simbaña

C.C. 100319857-7

Firma.....

Bolívar Santiago Rosero Cuasapaz

C.C. 040117186-3

DEDICATORIA

Con todo el cariño y amor dedico éste trabajo a Dios por darme la oportunidad de vivir y hacer realidad mis sueños tan anhelados.

A mis padres quienes me apoyaron incondicionalmente, dándome palabras de aliento en los momentos más difíciles y llenando mi vida de valiosos consejos. En especial a mi papito Lauro de quien era el sueño verme graduada y que ahora lo podrá ver desde el cielo.

A mis hermanos, fieles compañeros y amigos incondicionales de toda la vida.

A mi esposo, por su amor, comprensión y paciencia para la culminación del presente trabajo.

A mi pequeño amor Anthony, dedicado con especial afecto, porque es la razón de mi vida y el motor que me da aliento día tras día para seguir luchando.

A toda mi familia gracias por el apoyo brindado y la confianza que pusieron en mi para terminar mi carrera y ser una profesional.

Maritza Puma

Dedico este trabajo con todo cariño y amor a la memoria de mi madre Lidia, a mi Padre querido por su apoyo incondicional, por guiarme siempre por el camino del bien, a mi esposa la compañera de mi vida y mis hijos que son la inspiración diaria.

De igual manera con gratitud a mis hermanas por estar siempre a mi lado y ser las personas que nunca se han separado de mí, mil gracias hermanitas.

A la Universidad Técnica del Norte y docentes por abrimos las puertas de esta hermosa casona del saber y conocimiento.

Santiago Rosero

AGRADECIMIENTO

Mediante un sencillo gesto de agradecimiento quisiéramos expresar nuestra gratitud infinita primeramente a Dios, nuestro creador y Padre Altísimo; por permitirnos culminar con éxito ésta etapa académica, siendo siempre pilar fundamental y guía a cada paso de nuestras vidas.

A la Universidad Técnica del Norte por la oportunidad que nos brindó de estudiar y superarnos en nuestra vida profesional.

A la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, por habernos brindado un espacio para nuestro estudio y por permitirnos adquirir conocimientos necesarios para ejercer nuestra profesión.

A todos los profesores que nos compartieron sus conocimientos durante nuestra vida estudiantil y de manera especial al Dr. CPA Vinicio Saráuz Msc. por su apoyo y aporte en la realización y orientación de este trabajo final.

A nuestros padres por su paciencia y apoyo incondicional que nos brindaron para culminar nuestros estudios y formarnos como profesionales.

Maritza Puma

Santiago Rosero

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador existe una gran variedad de productos nativos ancestrales que no han sido explotados en su totalidad para su producción y comercialización; muchos de ellos tienen sabores agradables a la hora de su consumo, además poseen un sinnúmero de propiedades nutricionales con beneficios exclusivos para el bienestar de la salud; uno de éstos productos es la Quinoa, la misma que tiene grandes bondades medicinales, y que puede ser incluida en la dieta diaria de todas las personas.

La quinua es considerada como el cereal madre por su gran importancia, la misma que no debe faltar en la mesa diaria de todas las personas, ésta contiene variedad de características nutricionales entre ellas se puede nombrar una alta concentración de vitaminas y minerales, además tiene muchas proteínas y grasas; todo esto que es beneficioso para mantener una buena salud.

Debido a éstas razones, el presente trabajo está encaminado a desarrollar una empresa que se dedique a la producción y comercialización de Café a base de Quinoa en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura; en la elaboración de éste nuevo producto se utilizará a la quinua como materia prima principal y única, ya que la quinua se transformara para convertirse en polvo similar al café instantáneo; con éstos antecedentes se ofrecerá a la sociedad un producto de calidad, sano libre de cafeína, con un rico sabor y aroma; el mismo que será una opción alternativa, para que cualquier tipo de persona pueda consumirlo sin ninguna restricción.

Para llegar a la meta y lograr el objetivo deseado de crear éste nuevo producto, se ha desarrollado un estudio de factibilidad, el cual está estructurado con los siguientes capítulos:

Capítulo I Diagnóstico Situacional.- En éste capítulo se define el problema y la posible oportunidad de inversión, estableciendo la viabilidad para la creación de la empresa de producción y comercialización de café a base de quinua en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura. Además se construye la matriz de relación diagnóstica AOOR, la misma que permitirá conocer los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para desarrollar el presente proyecto.

Capítulo II Bases Teóricas y Científicas.- Contiene fundamentos teóricos y científicos, recolectados de información primaria, secundaria, de libros y revistas, páginas web del estado; con el objetivo de sustentar la materia de estudio, e ir conociendo a fondo los componentes del presente estudio de factibilidad a desarrollar.

Capítulo III Estudio de Mercado.- Éste capítulo se lo desarrolló con el fin de conocer la oferta, la demanda y el precio, se analizaron los resultados después de conocer las opiniones de los consumidores de quinua de la ciudad de Atuntaqui, pudiendo conocer el mercado meta y las posibles estrategias para aplicar en el desarrollo del mismo.

Capítulo IV Estudio Técnico del Proyecto.- En ésta parte se detalla la localización exacta en donde entrará en funcionamiento la empresa, la distribución de cómo estará cada área de la misma, el proceso para la elaboración del café a base de quinua, la maquinaria, los equipos, el software, los muebles y el factor humano necesario que se utilizarán para sacar a flote el nuevo producto.

Capítulo V Estudio Económico y Financiero.- En ésta etapa se determina las inversiones iniciales, operativas, ingresos, costos y gastos que se requieren para el funcionamiento de la empresa; además se determina los indicadores financieros, para conocer la factibilidad del proyecto.

Capítulo VI Estructura Administrativa.- Aquí se establece la estructura organizacional de la empresa; es decir, la organización estructural y funcional de cada área, la visión, la misión, objetivos y políticas que identifiquen a la empresa para su buen desempeño administrativo y finalmente se organizará la constitución legal de la misma.

Capítulo VII Impactos del Proyecto.- Finalmente se medirán los impactos que favorezcan o no al desarrollo de la empresa de producción y comercialización de café a base de quinua en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura, dichos impactos son: social, cultural, económico y de salud.

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Resumen Ejecutivo	ii
Executive Summary	iii
Autoría	iv
Certificación del Director de Grado	v
Cesión de Derechos de Autor	vi
Autorización de Uso y Publicación	vii
Dedicatoria	xi
Agradecimiento	xii
Introducción	xiii
Índice de Temas y Subtemas	xv
Índice de Cuadros	xix
Índice de Gráficos	xix
Índice de Imágenes	xx
Índice de Tablas	xx
Justificación	xxiii
Objetivos	xxiv

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes del Diagnóstico	26
Objetivos	27
Variables Diagnósticas	28
Matriz de Relación Diagnóstica	29
Fuentes de Información	31
Análisis de la Información Obtenida	33
Análisis Externo Micro Ambiente	40
Construcción de la Matiz AOOD	42
Identificación de la Oportunidad de la Inversión	43
Conclusión del Diagnóstico Situacional	44

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Introducción	46
Formulación del Proyecto de Investigación	46

La Empresa	47
Estudio de Mercado	49
Administración	53
Estudio Técnico	58
Estudio Financiero	61
Evaluación Financiera	66
La Industria	69
La Quinoa	71
Beneficios del Café a base de Quinoa	76

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Introducción	78
Objetivos del Estudio de Mercado	78
Matriz de Relación Diagnóstica del Estudio de Mercado	79
Descripción del Producto	80
Segmentación del Mercado	81
Determinación de la Muestra	82
Análisis e Interpretación de los Resultados de la Encuesta	84
Mercado Meta	98
Identificación y Análisis de la Demanda	98
Identificación y Análisis de la Oferta	99
Demanda Insatisfecha	106
Análisis de Precios	106
Canales de Comercialización	107
Estrategias de Mercado	109
Conclusión del Estudio de Mercado	109

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO

Introducción	111
Localización del Proyecto	111
Servicios Básicos, Comunicación e Infraestructura	113
Análisis de Factores del Sector Asignado	113

Distribución de las Instalaciones	116
Flujo gramas	120
Tamaño del Proyecto	127
Determinación del Presupuesto Técnico	129
Costos y Gastos	140
Inversión Total del Proyecto	142
Financiamiento del Proyecto	143

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Introducción	145
Objetivos	145
Balance General	146
Presupuesto de Ingresos	147
Egresos	148
Costos de Producción	148
Gastos Administrativos	154
Gastos de Ventas	159
Gastos Financieros	161
Egresos Proyectados	165
Depreciación y Amortización	166
Estados Financieros Presupuestados	169
Estado de Resultados	169
Estado de Flujo de Caja	170
Evaluación Financiera	171
Costo de Oportunidad	171
Tasa de Rendimiento Medio	171
Valor Actual Neto	173
Tasa Interna de Retorno	174
Período de Recuperación de la Inversión	175
Costo - Beneficio	176
Punto de Equilibrio	178
Resumen de Evaluación Financiera	181
Análisis de Sensibilidad	181

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Introducción	183
La Empresa	183
Aspectos Institucionales	184
Estructura Organizacional	187
Estructura Funcional	188
Constitución Jurídica	195

CAPÍTULO VII

IMPACTOS DEL PROYECTO

Introducción	199
Análisis de los Impactos	199
Impacto Social	201
Impacto Económico	202
Impacto Educativo	203
Impacto Ambiental	204
Impacto General	205

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones	206
Recomendaciones	207
Bibliografía	208
Referencias Legales	210
Lincografía	210
Webgrafía	211
Anexos	212

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1.1	Datos Territoriales de la Ciudad de Atuntaqui	34
Cuadro N° 2.1	Clasificación de los costos y gastos	60
Cuadro N° 4.1	Distribución de la empresa por áreas	117
Cuadro N° 4.2	Adquisición de Materia Prima	123
Cuadro N° 4.3	Detalle para la venta del producto	125
Cuadro N° 7.1	Nivel de Impactos	200
Cuadro N° 7.2	Matriz de Impacto Social	201
Cuadro N° 7.3	Matriz de Impacto Económico	202
Cuadro N° 7.4	Matriz de Impacto Educativo	203
Cuadro N° 7.5	Matriz de Impacto Ambiental	204
Cuadro N° 7.6	Matriz de Impacto General	205

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1.1	Ubicación Geográfica del Cantón Antonio Ante	34
Gráfico N° 2.1	Análisis del Estudio de Mercado	50
Gráfico N° 2.2	Simbología para elaborar Flujo gramas con normas ANSI	57
Gráfico N° 3.1	Consumo de Café	85
Gráfico N° 3.2	Tipos de Café	86
Gráfico N° 3.3	Marcas de Café	87
Gráfico N° 3.4	Bondades de la Quinua	88
Gráfico N° 3.5	Consumo de Quinua	89
Gráfico N° 3.6	Derivados de productos que contienen Quinua	90
Gráfico N° 3.7	Adquisición del café a base de quinua	91
Gráfico N° 3.8	Lugar de Adquisición del Café a base de Quinua	92
Gráfico N° 3.9	Cantidad semanal para adquirir el Café a base de Quinua	93
Gráfico N° 3.10	Adquisición del café de quinua en empaques de 50 gramos	94
Gráfico N° 3.11	Calificación de la producción de Café a base de Quinua	95
Gráfico N° 3.12	Precios del café	96
Gráfico N° 3.13	Publicidad para el café a base de quinua	97
Gráfico N° 3.14	Venta de Café	100
Gráfico N° 3.15	Tipos de café con mayor demanda en el mercado	101
Gráfico N° 3.16	Mayor venta de café según su peso	102
Gráfico N° 3.17	Promedio de venta semanal de café en gramos	103
Gráfico N° 3.18	Precio de venta promedio del café en fundas de 50 gramos	104
Gráfico N° 3.19	Sistema de Comercialización	108
Gráfico N° 4.1	Macro Localización del Proyecto	112
Gráfico N° 4.2	Micro Localización del Proyecto	112
Gráfico N° 4.3	Distribución de la empresa	118
Gráfico N° 4.4	Proceso Productivo del Café a base de Quinua	120

Gráfico N° 4.5	Cadena de Valor del proceso productivo	121
Gráfico N° 4.6	Flujo grama para la adquisición de la materia prima	124
Gráfico N° 4.7	Flujo grama para la venta del producto	126
Gráfico N° 5.1	Punto de Equilibrio	180
Gráfico N° 6.1	Logotipo de la Empresa	184
Gráfico N° 6.2	Organigrama Estructural	188
Gráfico N° 6.3	Manual de Funciones del Gerente	189
Gráfico N° 6.4	Manual de Funciones del Contador	190
Gráfico N° 6.5	Manual de Funciones del Vendedor	191
Gráfico N° 6.6	Manual de Funciones de los Operarios	192

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N° 2.1	El grano de Quinua, materia prima principal	71
Imagen N° 2.2	Beneficios de la Quinua: Estofado de quinua	73
Imagen N° 2.3	Derivados de la Quinua: Galletas de quinua	74
Imagen N° 2.4	Tipos de Quinua: Quinua Blanca	75
Imagen N° 2.5	Tipos de Quinua: Quinua Colorada	75
Imagen N° 2.6	Café y Quinua	76
Imagen N° 2.7	Café a base de Quinua	77
Imagen N° 4.1	Croquis de Ubicación	119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.1	Población del Cantón Antonio Ante a nivel Parroquial	32
Tabla N° 1.2	Tasa de Crecimiento Poblacional a nivel parroquial	32
Tabla N° 1.3	Población cantonal y parroquial por grupos de edad	33
Tabla N° 1.4	Población Económicamente Activa PEA a nivel parroquial	36
Tabla N° 1.5	Actividades Económicas desarrolladas en el cantón	37
Tabla N° 1.6	Indicadores Nacionales de la situación económica del país	38
Tabla N° 3.1	Población área parroquial	82
Tabla N° 3.2	Proyección de la Población	83
Tabla N° 3.3	Consumo de Café	85
Tabla N° 3.4	Tipos de Café	86
Tabla N° 3.5	Marcas de Café	87
Tabla N° 3.6	Bondades de la Quinua	88
Tabla N° 3.7	Consumo de Quinua	89
Tabla N° 3.8	Derivados de productos que contienen Quinua	90
Tabla N° 3.9	Adquisición del café a base de quinua	91
Tabla N° 3.10	Lugar de Adquisición del Café a base de Quinua	92

Tabla N° 3.11	Cantidad semanal para adquirir el Café a base de Quinua	93
Tabla N° 3.12	Adquisición del café de quinua en empaques de 50 gramos	94
Tabla N° 3.13	Calificación de la producción de Café a base de Quinua	95
Tabla N° 3.14	Precios del café	96
Tabla N° 3.15	Publicidad para el café a base de quinua	97
Tabla N° 3.16	Muestra para el cálculo de la Demanda	98
Tabla N° 3.17	Proyección de la demanda en gramos	99
Tabla N° 3.18	Venta de Café	100
Tabla N° 3.19	Tipos de café con mayor demanda en el mercado	101
Tabla N° 3.20	Mayor venta de café según su peso	102
Tabla N° 3.21	Promedio de venta semanal de café en gramos	103
Tabla N° 3.22	Precio de venta promedio del café en fundas de 50 gramos	104
Tabla N° 3.23	Cálculo de la Oferta	105
Tabla N° 3.24	Proyección de la Oferta en gramos	105
Tabla N° 3.25	Demanda Insatisfecha	106
Tabla N° 3.26	Proyección del Precio	107
Tabla N° 4.1	Factores relevantes por áreas cercanas	114
Tabla N° 4.2	Demanda Potencial a satisfacer	127
Tabla N° 4.3	Capacidad de la Planta	128
Tabla N° 4.4	Terreno	130
Tabla N° 4.5	Edificio	130
Tabla N° 4.6	Muebles de Oficina Área Administrativa	131
Tabla N° 4.7	Equipo de Oficina Área Administrativa	131
Tabla N° 4.8	Equipos de Computación y Software Área Administrativa	132
Tabla N° 4.9	Resumen del Área Administrativa	132
Tabla N° 4.10	Muebles de Oficina Área de Ventas	133
Tabla N° 4.11	Equipo de Oficina Área de Ventas	133
Tabla N° 4.12	Equipos de Computación y Software Área de Ventas	134
Tabla N° 4.13	Vehículo	134
Tabla N° 4.14	Resumen del Área de Ventas	135
Tabla N° 4.15	Muebles de Oficina Área de Producción	135
Tabla N° 4.16	Maquinaria y Equipo Área de Producción	136
Tabla N° 4.17	Equipos de Seguridad Área de Producción	136
Tabla N° 4.18	Resumen del Área de Producción	137
Tabla N° 4.19	Resumen de Inversiones Fijas	137
Tabla N° 4.20	Capital de Trabajo	138
Tabla N° 4.21	Resumen del Capital de Trabajo	139
Tabla N° 4.22	Costos de Producción	140
Tabla N° 4.23	Gastos Administrativos	141
Tabla N° 4.24	Gastos de Ventas	141
Tabla N° 4.25	Gastos Financieros	142
Tabla N° 4.26	Resumen de Inversiones	142
Tabla N° 4.27	Cuadro de Inversiones	143
Tabla N° 4.28	Detalle del Capital	144

Tabla N° 5.1	Proyección de Ingresos	147
Tabla N° 5.2	Proyección de Ventas	148
Tabla N° 5.3	Costo de la Materia Prima Directa - Quinoa	149
Tabla N° 5.4	Crecimiento Histórico de los Sueldos	149
Tabla N° 5.5	Mano de Obra Directa	150
Tabla N° 5.6	Proyección de la mano de obra directa	150
Tabla N° 5.7	Insumos	151
Tabla N° 5.8	Utensilios de Cocina	152
Tabla N° 5.9	Servicios básicos de producción	152
Tabla N° 5.10	Materiales de protección	153
Tabla N° 5.11	Resumen de costos indirectos de producción	153
Tabla N° 5.12	Proyección de los costos de producción	154
Tabla N° 5.13	Sueldos Administrativos	154
Tabla N° 5.14	Proyección de los sueldos administrativos	155
Tabla N° 5.15	Servicios básicos administrativos	155
Tabla N° 5.16	Materiales de Oficina administrativos	156
Tabla N° 5.17	Materiales de Aseo Administrativos	157
Tabla N° 5.18	Gastos de Constitución	158
Tabla N° 5.19	Resumen de los gastos administrativos	158
Tabla N° 5.20	Proyección de los gastos administrativos	159
Tabla N° 5.21	Gastos Publicidad	160
Tabla N° 5.22	Combustibles y Lubricantes	160
Tabla N° 5.23	Resumen de Gastos de ventas	161
Tabla N° 5.24	Proyección de gastos de ventas	161
Tabla N° 5.25	Gastos Financieros	162
Tabla N° 5.26	Tabla de Amortización Préstamo	163
Tabla N° 5.27	Interés y capital anual del crédito financiero	164
Tabla N° 5.28	Egresos Proyectados	165
Tabla N° 5.29	Depreciación de Activos Fijos	166
Tabla N° 5.30	Resumen de Depreciación de Activos Fijos	168
Tabla N° 5.31	Resumen de los Egresos proyectados	169
Tabla N° 5.32	Proyección del Estado de Resultados	169
Tabla N° 5.33	Cálculos de flujo de caja	170
Tabla N° 5.34	Costo de Oportunidad	171
Tabla N° 5.35	Flujos de caja actualizados para el cálculo del VAN	173
Tabla N° 5.36	Flujos de caja actualizados para el cálculo de la TIR	174
Tabla N° 5.37	Flujos de caja para la Recuperación de la Inversión	176
Tabla N° 5.38	Flujos de caja para el cálculo del Costo - Beneficio	177
Tabla N° 5.39	Proyección para el Punto de Equilibrio	178
Tabla N° 5.40	Resumen de la proyección para el punto de equilibrio	179
Tabla N° 5.41	Cálculo del punto de equilibrio en unidades	180
Tabla N° 5.42	Evaluación Financiera	181
Tabla N° 5.43	Análisis de Sensibilidad	182

JUSTIFICACIÓN

En los actuales momentos la sociedad ecuatoriana atraviesa cambios en aspectos: sociales y económicos; por lo tanto se ha visto la necesidad de demostrar que no todo es negativo, sino que con nuevas ideas y conocimientos buscar alternativas para alcanzar un futuro mejor para cada familia; éstos cambios obligan a buscar opciones para la generación de fuentes de trabajo independientes, que permitan vivir dignamente.

La Quinoa en la Provincia de Imbabura forma parte de un grupo de cultivo importante por la gran influencia agropecuaria y campesina con la que cuenta, su extensa zona geográfica permite que su producción y comercialización se convierta en una de las principales productoras a nivel nacional.

La idea del café a base de quinua surge de la necesidad de las personas por consumir un producto que simule el sabor del café cotidiano sin afectar su salud y con el mismo sabor y aroma.

El desarrollo de éste proyecto llegará a satisfacer las necesidades de carácter económico y social de la ciudad de Atuntaqui, permitiendo reconocer que existen medios distintos a la actividad textil para desarrollar y obtener ingresos adicionales y aprender que con los cultivos alternativos de la zona pueden tener beneficio social, es decir; mejorar las condiciones de vida, teniendo una mejor salud.

Al realizar proyectos innovadores como es el caso de la producción de café a base de quinua, se llegará a obtener una vida saludable, consumiendo productos libre de toxinas.

La quinua forma parte del grupo de cultivos sub utilizados y no reconocidos en su totalidad por sus grandes beneficios nutricionales y con éste el desconocimiento técnico impidiendo dar un valor agregado apropiado para su producción y comercialización de acuerdo con las exigencias del consumidor, la expectativa para retomar el mercado de este producto se encuentra enfocado en comercializar un producto natural, utilizando a la quinua como materia prima para la elaboración de café y que este brinde beneficios saludables en la nutrición diaria.

Es por ello que la presente investigación está enfocada a un producto prometedor, para cubrir necesidades alimenticias nutricionales y de manera indirecta promover el cultivo de la quinua en la provincia de Imbabura.

A través de éste estudio se propone nuevas alternativas que sirvan de base para que la Quinua y sus derivados se expandan en su producción y comercialización, no solo en la provincia, sino en todo el país, con una adecuada motivación para la exportación.

OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de Café a base de Quinua en la ciudad de Atuntaqui, Provincia de Imbabura, con el fin de mejorar las condiciones de vida actuales de los consumidores de café.

Objetivos Específicos

- Elaborar un diagnóstico situacional del cultivo de Quinua en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura, mediante el levantamiento de información primaria y secundaria, el mismo que demuestra la necesidad de realizar el presente proyecto.
- Sustentar las bases teóricas y científicas de la investigación, utilizando fichas técnicas y variedad de información bibliográfica y lincográfica, para cada fase de la investigación.
- Realizar un estudio de mercado mediante la creación de una empresa, mismo que permitirá conocer los niveles de aceptación del producto, oferta y demanda, producción y comercialización, de un nuevo producto con beneficios netamente saludables.
- Diseñar la estructura operativa del proyecto que permita establecer el estudio técnico, el cual justifique la producción de Café a base de Quinua, con diseños exclusivos tanto en etiquetas como en envases.

- Elaborar un estudio económico y financiero, el mismo que dará soporte para conocer la viabilidad y rentabilidad de la inversión del presente proyecto.
- Implementar un estudio administrativo que determine la estructura organizacional y funcional para la creación de una empresa de producción y comercialización de Café a base de Quinoa.
- Determinar los posibles impactos que genere la empresa productora de café a base de quinoa en los ámbitos económico, social y ambiental.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

La ciudad de Atuntaqui se encuentra localizada en el Cantón Antonio Ante, tiene una población de 23.299 habitantes, según datos reflejados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el Censo de Población y Vivienda del año 2010; sus barrios son: Santo Domingo, San Luis, San José, Barrio Central, Santa Marianita, Santa Martha, San Vicente y El Rosario, éste sector en los últimos años ha tenido un desarrollo social y económico muy notable, especialmente en las ramas textiles y en menor cantidad en el sector agrícola. En la actualidad se está dando mucha importancia a la producción de alimentos que tengan características de tipo orgánico y como prueba de ello el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), cumple con la organización de programas y ferias para fomentar la producción de la misma, brindándoles el apoyo necesario para que éste proyecto incremente la producción en las zonas de la provincia, los mismos que son fuentes alternativas de progreso y desarrollo; con ello se dan cuenta que el cultivo de Quinua y la transformación a derivados son rentables.

La producción de Quinua se ubica en varias provincias de la sierra, según el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) las más importantes por su cantidad de producción son: Imbabura, Chimborazo, Cotopaxi; con menor cuantificación Tungurahua, Pichincha y Carchi. La Quinua es considerada uno de los alimentos más completos, por sus grandes propiedades nutricionales, además es un producto fácil de cultivar y se la puede encontrar a costos muy accesibles.

La quinua es un alimento nutritivo que no debe faltar en los hogares, sea que su consumo sea directo en grano o a través de sus derivados, y una buena alternativa es la bebida instantánea que se pretende producir como es la quinua transformada a café, mismo que no contendrá cafeína y podrá ser degustado diariamente por un sinnúmero de personas que por condiciones de salud no lo pueden hacer con otro tipo de café.

La Quinoa se caracteriza por ser una excelente fuente de proteínas, vitaminas, minerales y grasas; su consumo es muy beneficioso para personas que sufren de diabetes, contiene altas cantidades de fibra, ayuda a disminuir el colesterol en la sangre y es buena para el estreñimiento; según datos de nutricionistas y personal encargado del desarrollo de la niñez en la provincia, como son: Centros Infantiles y Creciendo con Nuestros Hijos (CNH); en concordancia con el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES).

Al no contar con un producto de éstas condiciones, el presente proyecto consiste en la creación de una bebida hecha con quinua y que transformada nos da el sabor del Café como alternativa saludable para aquellas personas que gustan del sabor del café pero que no pueden consumirlo por motivos de salud.

1.2. Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional con la finalidad de establecer los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos en la implantación de una empresa de producción y comercialización de café a base de Quinoa en la Ciudad de Atuntaqui, Provincia de Imbabura.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar los aspectos geográficos - ambientales y la incidencia en la industrialización del café a base de quinua en la Ciudad de Atuntaqui, conociendo la distribución territorial y localizando el lugar óptimo para la producción de éste producto sin afectar el medio ambiente.
- Identificar las condiciones económicas que se manejen dentro de la provincia y que intervengan en el proyecto, conociendo a profundidad los aspectos que actúen y afecten en el proceso de producción, con el fin de obtener rentabilidad.
- Conocer los aspectos sociales que inciden en el desarrollo de la población, el nivel de educación según estudios académicos para medir el grado de cultura que existe en cada uno de ellos.

- Analizar aspectos agrícolas sobre la producción y comercialización actual de quinua, identificando a los proveedores potenciales del producto, para minimizar costos y tener la materia prima necesaria durante todo el año.
- Identificar los equipos tecnológicos a utilizar en la elaboración del producto y los que necesitan para desempeñarse en la empresa; para mantener un orden adecuado en todo momento.
- Conocer los procesos legales que se necesitan para obtener los permisos de funcionamiento de las diferentes entidades locales para el funcionamiento de la nueva empresa, además conocer las normas sanitarias y de normalización que debe cumplir el producto terminado.

1.3. Variables Diagnósticas

Con la finalidad de brindar un mayor entendimiento y análisis se ha llegado a identificar las principales variables con sus respectivos indicadores que detallo a continuación:

1.3.1 Datos Geográficos - Ambientales

- Ubicación Geográfica
- Conformación Territorial
- Datos geográficos – ambientales
- Impactos Ambientales

1.3.2 Aspectos Económicos

- Población Económicamente Activa (PEA)
- Tipos de Actividad Económica en la zona
- Indicadores Económicos

1.3.3 Aspectos Sociales

- Nivel de Educación

1.3.4 Aspectos Agrícolas

- Cultivo de Quinua
- Distribución de Quinua

1.3.5 Aspectos Tecnológicos

- Equipos informáticos
- Maquinaria Industrializada para la producción

1.3.6 Aspectos Legales

- Normas INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización)
- Permisos de Funcionamiento

1.4. Matriz de Relación Diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICAS
Determinar los aspectos geográficos - ambientales y la incidencia en la industrialización del café a base de quinua en la Ciudad de Atuntaqui, conociendo la distribución territorial y localizando el lugar óptimo para la producción de éste producto sin afectar el medio ambiente.	Datos Geográficos - Ambientales	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ubicación Geográfica ➤ Conformación Territorial ➤ Datos geográficos - ambientales ➤ Impactos Ambientales 	Secundaria Secundaria Secundaria	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial PDOT PDOT PDOT
Identificar las condiciones económicas que se manejen dentro de la provincia y que intervengan en el proyecto, conociendo a profundidad los aspectos que actúen y	Aspectos Económicos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Población Económicamente Activa (PEA) ➤ Tipos de Actividad 	Secundaria Secundaria	INEC INEC

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICAS
afecten en el proceso de producción, con el fin de obtener rentabilidad.		Económica en la zona ➤ Indicadores Económicos	Secundaria	BCE
Conocer los aspectos sociales que inciden en el desarrollo de la población, el nivel de educación según estudios académicos para medir el grado de cultura que existe en cada uno de ellos.	Aspectos Sociales	➤ Nivel de Educación	Primaria	Observación
Analizar aspectos agrícolas sobre la producción y comercialización actual de quinua, identificando a los proveedores potenciales del producto, para minimizar costos y tener la materia prima necesaria durante todo el año.	Aspectos Agrícolas	➤ Cultivo de Quinua ➤ Distribución de Quinua	Secundaria Secundaria	MAGAP MAGAP
Identificar los equipos tecnológicos a utilizar en la elaboración del producto y los que necesitan para desempeñarse en la empresa; para mantener un orden adecuado en todo momento.	Aspectos Tecnológicos	➤ Equipos Informáticos ➤ Maquinaria Industrializada para la producción	Primaria Primaria	Observación Observación
Conocer los procesos legales que se necesitan para obtener los permisos de funcionamiento de las diferentes entidades	Aspectos Legales	➤ Normas INEN	Secundaria	Instituto Ecuatoriano de Normalización

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICAS
locales para el funcionamiento de la nueva empresa, además conocer las normas sanitarias y de normalización que debe cumplir el producto terminado.		➤ Permisos de Funcionamiento	Secundaria	GAD Municipal

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Los Autores

1.5. Fuentes de Información

1.5.1 Información Primaria

Para realizar el diagnóstico situacional de la Ciudad de Atuntaqui, se ha recurrido a información proporcionada por los habitantes del sector, a encuestas y observación directa a personas involucradas en la producción y comercialización de la Quinua.

1.5.2 Información Secundaria

En la presente investigación se utilizó información estadística del Censo de Población y Vivienda del Instituto de Estadísticas y Censo (INEC), 2010; Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC), 2010; Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), 2015.

La población urbana de la ciudad de Atuntaqui es de 21.286 habitantes y la población rural es de 2.013 habitantes, dando una totalidad de 23.299 habitantes de la ciudad; datos arrojados del Censo de Población y Vivienda del Instituto de Estadísticas y Censo (INEC), 2010.

TABLA N° 1.1**Población del Cantón Antonio Ante a nivel Parroquial según área, 2010**

PARROQUIA	URBANO	RURAL	TOTAL
Atuntaqui	21.286	2.013	23.299
Imbaya	-	1.279	1.279
San Francisco de Natabuela	-	5.651	5.651
San José de Chaltura	-	3.147	3.147
San Roque	-	10.142	10.142
TOTAL	21.286	22.232	43.518

FUENTE: Censo de Población y Vivienda, INEC, 2010

ELABORADO POR: Los Autores, 2015

➤ **Tasa de crecimiento Poblacional**

La tasa de crecimiento poblacional es de 2,13% en hombres y 2,15% en mujeres teniendo un promedio del 2,14% a nivel parroquial, para conocer por área cuanto ha sido éste crecimiento en el 2001 – 2010.

TABLA N° 1.2**Tasa de Crecimiento Poblacional a nivel Parroquial y según Género, 2001-2010**

PARROQUIA	HOMBRE	MUJER	TOTAL
Atuntaqui	2,13%	2,15%	2,14%

FUENTE: Censo de Población y Vivienda, INEC, 2001 - 2010

ELABORADO POR: Los Autores, 2015

➤ **Distribución de la Población por Edades**

La distribución de la población que se presenta a continuación está hecha por edades, género y porcentaje; los datos fueron tomados del Censo de Población y Vivienda, (INEC), 2010; la tabla siguiente muestra su distribución.

TABLA N° 1.3**Población Cantonal y Parroquial por grupos de Edad y Porcentaje, 2010**

GRUPOS POR EDAD	CANTONAL			PORCENTAJE	PARROQUIAL
	HOMBRE	MUJER	TOTAL		ATUNTAQUI
Niños/as 0 - 11 años	5.430	5.406	10.836	24,90	5.801
Adolescentes 12 -17 años	2.791	2.656	5.447	12,52	2.916
Jóvenes 18 -28 años	3.999	4.248	8.247	18,95	4.415
Adultos/as 29 -64 años	7.187	8.192	15.379	35,34	8.234
Adultos Mayores +65 años	1.662	1.947	3.609	8,29	1.932
TOTAL	21.069	22.449	43.518	100%	23.299

FUENTE: Censo de Población y Vivienda, INEC, 2010

ELABORADO POR: Los Autores, 2015

1.6. Análisis de la Información Obtenida

1.6.1 Datos Geográficos – Ambientales

En éste análisis se identificará la ubicación de la Parroquia, sus límites, barrios que lo conforman, además que impactos va a tener el proyecto y sus aspectos ambientales.

➤ Ubicación Geográfica

La ciudad de Atuntaqui de encuentra ubicada a solo 10 minutos de la ciudad de Ibarra, siguiendo al norte por la Panamericana. El clima es cálido, semi – seco; la temperatura promedio es de 15.7°C. Cuenta con brisas y vientos constantes, éstos son provenientes de los Andes. Es considerada la capital textil y de la moda del Ecuador.

GRÁFICO N° 1.1

Ubicación Geográfica



FUENTE: GAD Municipal Antonio Ante

ELABORADO POR: Los Autores

➤ Conformación Territorial

La distribución Territorial de la ciudad de Atuntaqui está dada de la siguiente manera:

CUADRO N° 1.1

Datos Territoriales de la Ciudad de Atuntaqui

País	Ecuador
Provincia	Imbabura
Cantón	Antonio Ante
Ciudad	Atuntaqui
Superficie	83.10 Km ²
Altitud Media	2360 m.s.n.m.
Ubicación	Noroeste de Imbabura
Límites	Norte: Cantón Ibarra Sur: Cantón Otavalo Este: Cerro Imbabura Oeste: Cantones Cotacachi y Urcuquí

FUENTE: GAD Municipal Antonio Ante

ELABORADO POR: Los Autores

➤ **Datos Geográficos Ambientales**

El clima característico del cantón corresponde al clima ecuatorial mesotérmico semi húmedo, la pluviometría anual de acuerdo al tipo de clima es variable, comprendida entre 1000 y 2000 mm según la altura y la exposición de las vertientes, la humedad relativa se encuentra entre 65 y 85%.

La estación Atuntaqui presenta una precipitación media anual de 714.4 mm; con una temperatura promedio anual de 15.7°C y un valor de evapotranspiración potencial de 925.2 mm. Los meses ecológicamente secos que presenta la estación son cuatro: junio, julio, agosto y septiembre.

El agua en el cantón Antonio Ante se encuentra en la micro cuenca del río Chorlaví y del río Ambi y con la presencia de drenajes menores que cubren una superficie aproximada de 7926,15 has; poseen un caudal permanente durante todo el año, tienen sus orígenes en el cerro Imbabura y el Lago San Pablo respectivamente. El río Ambi atraviesa el cantón Cotacachi y se constituye en el límite del cantón Antonio Ante por su extremo noroccidental, se ha convertido en el cuerpo receptor de las descargas de agua residual que se generan en los centros poblados; según datos aportados en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Antonio Ante, 2012 – 2030.

➤ **Impactos Ambientales**

En lo que respecta a las actividades que causan un gran impacto ambiental en el cantón Antonio Ante detallamos a continuación:

Las dos micro cuencas río Chorlaví y río Ambi son parte de la cuenca del río Mira, y desemboca en el río del mismo nombre. Las malas prácticas agrícolas, el uso excesivo y anti técnico de agroquímicos, aguas servidas y otros factores han ocasionado importantes cambios en las aguas de estas dos micro cuencas, afectando al medio ambiente y causando un impacto negativo, según datos aportados en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Antonio Ante, 2012 – 2030.

1.6.2 Aspectos Económicos

➤ Población Económicamente Activa (PEA)

La Población económicamente activa es considerada la fuerza de trabajo con la que cuenta un área, se conforma por aquellas personas que han trabajado al menos una hora durante la semana y han generado ingresos, incluso los que no han trabajado por distintas razones como: enfermedad, vacaciones, licencia, etc., pero son empleados ocupados.

También integran la Población Económicamente Activa quienes carecen de empleo o están desocupados, pero están disponibles para trabajar y generar ingresos. El promedio de la PEA en la ciudad de Atuntaqui es del 58,17% siendo en los hombres el porcentaje más alto con 67,55% y en mujeres el 49,63%.

TABLA N° 1.4

Población Económicamente Activa (PEA) a nivel parroquial, 2010

ATUNTAQUI	
SEXO	PEA
Hombre	67,55%
Mujer	49,63%
TOTAL	58,59%

FUENTE: Censo de Población y Vivienda, INEC, 2010

ELABORADO POR: Los Autores, 2015

➤ Tipos de Actividad Económica en la zona

Según el Censó Económico, Antonio Ante es un Cantón productor y comercial pues existen 279 empresas manufactureras, 816 establecimientos comerciales, 174 Actividades de Alojamiento y servicios de comidas, éstas son las más grandes en número de ente económico.

Tomando en consideración la información del Censo de Población y Vivienda, (INEC), 2010; sobre los establecimientos económicos concurrentes en el cantón Antonio Ante, se puede mencionar que existen 1.583 entidades que ayudan a generar empleo.

TABLA N° 1.5**Actividades Económicas desarrolladas en el cantón, 2010**

ANTONIO ANTE	
Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca	5
Industrias Manufactureras	279
Suministro de Electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	1
Distribución de agua, alcantarillado, gestión de desechos	1
Construcción	4
Comercio al por mayor y por menor	816
Transporte y almacenamiento	5
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	174
Información y comunicación	66
Actividades financieras y de seguros	4
Actividades inmobiliarias	1
Actividades profesionales, científicas y técnicas	28
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	9
Afiliación obligatoria	13
Enseñanza	48
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia local	24
Artes, entretenimiento y recreación	13
Otras actividades de servicios	92
TOTAL	1583

FUENTE: Censo de Población y Vivienda, INEC, 2010**ELABORADO POR: Los Autores, 2015****➤ Indicadores Económicos**

Analizando la situación económica del país, se puede decir que los últimos años ha permanecido estable a excepción de este último año donde el petróleo bajo drásticamente, pues al final del 2014, estaba a \$ 115,00 hasta llegar cotizarse por debajo de \$ 30,00 en el presente año, afectando gravemente la economía del país.

TABLA N° 1.6**Indicadores nacionales para conocer la Situación Económica del País**

Inflación del Año 2015	3,38%
Tasa de Crecimiento Poblacional 2015	2,14%
Tasa de Interés activa a diciembre del 2015	9,12%
Tasa de Interés pasiva a diciembre del 2015	5,14%

FUENTE: Banco Central del Ecuador (BCE), 2015**ELABORADO POR: Los Autores, 2015****1.6.3 Aspectos Sociales**

En el ámbito social existen aspectos positivos, pues en los últimos tiempos el Ecuador ha tenido importantes cambios, como el desarrollo de fuerzas productivas, la implantación en todo el país de la economía de mercado por la falta de trabajo fijo y por la búsqueda de nuevas oportunidades económicas, educativas y sociales, pues la anterior migración masiva que hubo de los campesinos a las ciudades cambio sustancialmente el país.

➤ Nivel de Educación

La juventud se ha visto afectada por el ingreso a las universidades, ya que existen muchas restricciones por parte de las autoridades, lo cual les impide obtener un cupo para educarse y alcanzar una carrera profesional; han creado obras de infraestructura como puentes, carreteras, hidroeléctrica, escuelas del milenio y una serie de becas para estudiar en el exterior, pero no es suficiente, la educación superior debería tener más privilegios.

1.6.4 Aspectos Agrícolas

En los aspectos agrícolas se analiza la información existente sobre la Quinua, ya que es la materia principal para elaborar nuestro producto; con ello se comprobará que existe suficiente materia prima durante toda la época del año, además se conocerá ciertos oponentes o riesgos posibles durante la ejecución del presente proyecto.

➤ **Cultivo de Quinua**

Para el cultivo de la quinua se utiliza suelos fértiles, que tengan buen drenaje de las aguas, los cuales estén expuestos al sol ya que éste ayuda en el desarrollo de la planta y mucho mejor cuando el grano está en proceso de engrose y secado.

➤ **Distribución de la Quinua**

La distribución de la quinua se lo realiza en el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), es allí donde han adaptado un buen lugar para almacenamiento y distribución a los sectores que necesiten del producto, a éste sitio llegan todos los productores a dejar su producto, para que desde ahí se expanda a todos los consumidores.

1.6.5 Aspectos Tecnológicos

➤ **Equipos Informáticos**

La tecnología se ha visto amenazada por las salvaguardas pues han aumentado considerablemente los bienes de capital como informáticos, sin embargo es bueno aprovechar las bondades, pues con la implantación de una página web, en el internet, se mejoran las relaciones interpersonales con los clientes potenciales y finales, porque se ahorra tiempo al promocionar y vender el producto final.

➤ **Maquinaria Industrializada para la Producción**

Una de las maquinarias a utilizar para la transformación de la quinua en café, es la tostadora industrial la misma que nos permitirá ahorrar tiempo, ya que no necesita de una persona vigilando al 100%, lo puede tranquilamente hacer un trabajador con dos actividades a la vez, así se ahorra recursos y tiempo.

Así también el molino, las balanzas tiene que ser industriales por la cantidad misma que hay que receptor de materia prima y a su vez pesar para el proceso de empaquetamiento y despacho del producto hacia los lugares de comercialización.

1.6.6 Aspectos Legales

➤ Normas INEN

Las Normas INEN son aquellas que emite el Instituto Ecuatoriano de Normalización, las cuales permiten identificar que el producto sea de buena calidad y apto para un consumo sin ninguna alteración o que haga daño a los consumidores, es decir mide los componentes y su transformación en producto terminado.

➤ Permisos de Funcionamiento

Los permisos de funcionamiento se los obtendrá en el GAD Municipal, como son: patente, permiso de los bomberos, permiso de funcionamiento; todos estos documentos deberán estar en regla legalmente para que la empresa no tenga ningún inconveniente al momento de entrar en funcionamiento.

1.7. Análisis externo Micro Ambiente

1.7.1 Poder de negociación de los Compradores o Clientes

La negociación se realizará en tiendas, abacerías y supermercados a quienes se les distribuirá directamente el producto, también se venderá al consumidor final y se mantendrá alianzas estratégicas con asociaciones y organizaciones.

1.7.2 Poder de negociación con proveedores o vendedores

En la Dirección Provincial Agropecuaria de Imbabura, existen una planta procesadora de quinua que presta los servicios a bajos precios, existiendo la posibilidad de entrar en convenio con productores de quinua que proveen al estado, los mismos que podran proveer a la empresa en estudio para el presente proyecto.

También existe la posibilidad de entrar en convenio para garantizar la materia prima, con productores directos que poseen parcelas de quinua en lugares aledaños, dando así la oportunidad para que existan más fuentes de trabajo en el sector.

1.7.3 Ponder de negociación con entidades del sector público

En la actualidad el estado está incentivando el consumo de quinua y de sus derivados a través de campañas en instituciones educativas, el MIES con los niños en el CNH (Creciendo con nuestros Hijos), en Centros Infantiles, etc.; todo ésto se lo hace por dar a conocer a la ciudadanía de los beneficios y bondades que tiene la quinua, aportando un nivel de nutrientes en la dieta de los consumidores, con esto se demuestra que el café a base de quinua puede tener acogina por ser un producto orgánico con beneficios para la salud y que puede ser consumido por cualquier tipo de personas sin importar su edad.

1.7.4 Viabilidad y Servicios básicos

El sector donde funcionará la empresa cuenta con todos los servicios básicos, acceso a luz eléctrica, agua potable, teléfono, alcantarillado e internet; por lo cual no existe dificultad alguna para poner en marcha y que funcionen todas las áreas de la empresa; así mismo las vías en el sector son de primer orden para el ingreso y salida de la empresa, sin inconveniente alguno las personas podrán trasladarse de un lugar a otro, al norte o al sur de la ciudad, inclusive el transporte público es permanente con intervalos de 4 minutos, incluso los trabajadores no tendran motivos para retrasos o faltas injustificadas en cuestión de transporte.

1.7.5 Amenaza de nuevos competidores entrantes

Por ser un producto nuevo y con grandes ventajas para muchas personas que degustan de café y que por razones de salud no pueden ingerir otro tipo de ésta bebida, este producto favorecerá su comercialización y consumo y no existirán amenazas con otros competidores, gracias a sus múltiples bondades nutricionales y saludables.

1.7.6 Amenaza con productos sustitutos

Existen productos sustitutos como una serie de cafés de estilar e instantáneos, como café Moro, Nescafé, Colcafé, entre otros. De no practicarse estrategias de mercado pueden convertirse en una amenaza.

1.7.7 Rivalidad entre productos sustitutivos

En el norte del país se disputan algunas marcas de cafés los mismos que son productos sustitutos; pero aún no existe un producto novedoso y con beneficios saludables como es el nuevo producto; “Café a base de Quinua”; para que los consumidores de café opten por una nueva alternativa de bebida.

1.8 Construcción de la Matriz AOOD

ALIADOS (A) 1. La producción de Materia Prima (Quinua) es permanente y se la consigue durante todo el año. 2. Convenios interinstitucionales con el MAGAP y productores de Quinua. 3. Campañas que hace el estado al incentivar el consumo de quinua y sus diferentes formas.	OPONENTES (O) 1. Competencia directa, productores y comercializadores de productos sustitutos. 2. Resistencia al cambio de producto, tienen hábitos de consumo. 3. Carencia y desconocimiento de mano de obra especializada en producir éste tipo de bien.
OPORTUNIDADES (O) 1. Alianzas con entidades estatales para comercializar el Café a base de quinua. 2. Existe un buen sector de actividades de comercio en áreas aledañas a la planta, para promocionar nuestro producto, 3. El café a base de quinua será un producto orgánico, mantendrá las características propias de la quinua. 4. Las vías de ingreso hacia la planta procesadora son de primer orden, todos tendrán acceso a cualquier hora, proveedores o consumidores.	RIESGOS (R) 1. Aumento de empresas competidoras con productos similares. 2. Devaluación monetaria en países vecinos. 3. Competidores indirectos con más experiencia para ofertar el producto en el mercado. 4. Subidas de precios en la materia prima, por la inestabilidad de la economía del país.

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Los Autores

1.8.1 Cruce estratégico de la Matriz AOOD

<p>ALIADOS VS. OPORTUNIDADES – AO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los convenios interinstitucionales con el MAGAP y los productores de quinua, ayudaran a mantener la quinua durante todo el año y con ello se podrá conseguir alianzas con entidades públicas y privadas para comercializar nuestro producto. 2. Las campañas que realiza el estado para incentivar el consumo de quinua, ayudará a ofertar nuestro producto orgánico y que se conservan las características de la quinua, por ende será muy beneficioso para toda la familia. 3. Las vías de ingreso y salida de la planta son de primer orden, lo que permitirá salir a ofertar nuestro producto sin ningún problema, porque además hay zonas comerciales aledañas en el sector. 	<p>ALIADOS VS. RIESGOS – AR</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El café a base de quinua no será suficiente que tenga beneficios nutricionales, porque pueden aparecer nuevos competidores con productos similares, los mismos que nos obligan a realizar estrategias de ventas y marketing para que salga el producto. 2. Si por factores externos y fuera de control no existiera la suficiente materia prima para la producción del café a base de quinua, los costos de ésta aumentarían significativamente y no pudiéramos con la competencia.
<p>OPONENTES VS. OPORTUNIDADES – OO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. En el caso de existir nuevos competidores con productos sustitutos, no serviría de nada las campañas que hace el estado, porque todos querrían aplicar para ello. 2. No importa si el café a base de quinua sea un producto orgánico y con beneficios nutricionales, si los consumidores tienen un hábito de consumo y prefieren una sola marca, lastimosamente no habrá cambio. 	<p>OPONENTES VS. RIESGOS – OR</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La competencia directa por el incremento de empresas dedicadas a producir productos similares al nuestro. 2. Desconocimiento de la mano de obra en el manejo de maquinaria industrializada para producir éste bien, en cuanto a la competencia el hecho mismo de tener más experiencia por años de servicio tendrán personal idóneo.

FUENTE: Matriz AOOD, 2010

ELABORADO POR: Los Autores

1.9. Identificación de la Oportunidad de la Inversión.

Atuntaqui es una Ciudad donde en los últimos años se ha desarrollado económicamente; gracias a la industria textil hasta convertirse en la capital textil del Ecuador, pues en cuando a los índices de desempleo está entre los más bajos, de acuerdo al censo económico existe un

sin número de pequeñas, medianas y grandes industrias que contribuyen a la economía de la zona.

En éste sector existe poca pobreza y la clase económicamente activa es alta. El producto se presenta como una gran oportunidad por ser nuevo y no existe competencia que ponga en peligro la implantación de una empresa con éstas características.

Con la ejecución del presente proyecto de investigación, se pretende tecnificar la producción de quinua, ya que los productores actuales manejan un sistema primitivo al cultivar sus productos, por ende su volumen no es tan considerado y al mismo tiempo existen pérdidas pero por su manejo rústico ellos no se dan cuenta claramente en que les beneficia o perjudica el cultivo de productos tradicionales.

Al mismo tiempo se quiere presentar a la sociedad anteña un nuevo producto basado en propiedades nutricionales y benéficas para la salud, ya que en la actualidad se ha dado cuenta que existen un sinnúmero de productos que ofrecen para sustituir al café natural, pero ninguno ha sido satisfecho para los consumidores, ya que sigue afectando la salud de quienes lo consumen.

Por ende éste producto Café a base de Quinoa pretende solventar y satisfacer todas las necesidades antes no satisfechas por otro tipo de productos; y además nos ayudará a mejorar los ingresos económicos de la ciudad de Atuntaqui.

1.10 Conclusión del Diagnóstico Situacional

Después de haber realizado un estudio a todos los sectores de la ciudad de Atuntaqui, se puede concluir que es un sector que cuenta con todas las condiciones necesarias para implementar una empresa de producción y comercialización de café a base de quinua, ya que cuenta con los servicios básicos necesarios, las vías de acceso de primer orden, se puede realizar convenios interinstitucionales con el MAGAP para obtener la materia prima garantizada durante todo el año.

La producción de quinua se la puede conseguir en la misma zona, ya que por tener un clima adecuado se puede producir con pobladores propios del sector, además que la población es

económicamente aceptable para que adquiera el producto; la mano de obra será propia del sector y existirá buena demanda ya que se dará a conocer el producto por el buen movimiento comercial que existe en la zona y por ser un producto nuevo y llamativo, la competencia será mínima.

Finalmente se puede decir que éste estudio es factible para poner en marcha el desarrollo del presente proyecto, ya que arrojó aspectos positivos dentro del Diagnóstico Situacional.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Introducción

En las bases teóricas y científicas se muestra la información en forma resumida de la parte teórica; además es donde se sitúa el tema que se está estudiando, dentro de un conjunto de conocimientos que permiten orientar la búsqueda de nueva información y ofrece una conceptualización adecuada de los términos que se desarrollarán en la investigación; siempre y cuando se tome en cuenta que no es una simple transcripción textual sino que son argumentaciones razonadas del tema investigado.

Para el desarrollo del Marco Teórico se han respetado las citas bibliográficas de conceptos y opiniones científicas, que se las ha incorporado en cada tema o subtema a lo largo de toda la investigación realizada; ya que el punto de partida para construir un marco de referencia lo constituye el conocimiento previo de los temas que se hacen referencia, tomando en cuenta lo que dicen los autores y analizando en forma coherente los contenidos de los mismos.

2.2. Formulación del Proyecto de Investigación

Bermúdez y Rodríguez (2013) afirma: "Es el proceso mediante el cual se describe detalladamente su planteamiento, indicando y justificando los conjuntos de acciones necesarias para alcanzar sus objetivos preestablecidos y teniendo en consideración determinados parámetros de concepción, tiempo y recursos" (p. 62).

Con esto se dice que la formulación del proyecto a investigar es una rápida exposición de los objetivos y del entorno, estimando resultados necesarios para el desarrollo del tema objeto de investigación.

2.2.1 Estudio de Factibilidad

Bermúdez y Rodríguez (2013) afirman:

El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación.

El estudio de factibilidad de un proyecto es una herramienta eficaz para poner en marcha una empresa, ingresar un producto nuevo al mercado, ampliar la cobertura de una empresa, convertir a una empresa artesanal en fabril, ampliar instalaciones de la industria, reemplazar tecnologías, cubrir demanda insatisfecha en el mercado, sustituir importaciones, proveer nuevos servicios, crear polos de desarrollo y aprovechar recursos naturales.

En los últimos tiempos los bancos privados y estatales como el Banco Nacional de Fomento y la Corporación Financiera Nacional obligan que se elabore un plan de inversión hasta préstamos de \$100.000,00, y pasada esta cantidad obligan a realizar un estudio de factibilidad, por lo que es necesario que todos los profesionales graduados en ciencias administrativas y contables sepan realizar estos estudios para ponerlos en práctica en la vida profesional.

2.3. La Empresa

Zapata (2011) menciona: “La empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al estado y a la sociedad en general” (p. 5).

Es una organización de un negocio destinado a ofrecer bienes y servicios de buena calidad y a precios razonables a los consumidores, está conformada por personas, aspiraciones, bienes, capacidades y lo principal el recurso financiero. Permite dedicarse a la transformación de productos para satisfacer las necesidades de la sociedad en general, obteniendo así una rentabilidad para mejorar las condiciones de vida de los involucrados.

Antiguamente la empresa tan solo era un grupo de personas que se reunían para crearla con el objetivo de obtener ganancias o réditos económicos, actualmente la empresa es una sociedad que busca satisfacer las necesidades y expectativas de la población, con productos y servicios mejorados o nuevos de calidad y atención con calidez y la rentabilidad viene por añadidura.

2.3.1 Objetivo de la Empresa

Mercado (2012) nos dice: “En general, se puede definir como una unidad formada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, con el objetivo de producir algo o prestar un servicio que cubra una necesidad y por él que se obtengan beneficios”

Los objetivos están enlazados a aumentar la cobertura, actualmente las empresas crecen en relación a la demanda, por ello es necesario tener bien establecidos cuales son los objetivos de la empresa, los mismos que nos permitirán alcanzar la meta planteada.

2.3.2 Tipos de Empresas

Moyano, Bruque y Martínez (2011) afirman: "Existen diferentes criterios para clasificar las empresas, como en función de su tamaño, sector de actividad y localización de sus centros productivos. Sin embargo el criterio más utilizado es el jurídico relacionado con la estructura de la empresa" (p. 3-8).

Según la actividad a la que se dediquen se puede hablar de distintos tipos de empresas, a continuación nombramos unas de ellas:

- Sector primario (agricultura).
- Sector secundario (construcción).
- Sector terciario (servicios).

2.3.3 Clasificación de las Empresas

a) Según su Creación

- Empresas individuales.

- Sociedades anónimas.
- Sociedades de responsabilidad limitada.
- Cooperativas.
- Sociedades de Hecho

b) Según su Tamaño

- **Grandes empresas**

Aquellas empresas cuyo volumen de negocio haya superado durante el año contable justo anterior 10'000.00 dólares. Además, están obligadas a presentar mensualmente sus declaraciones, liquidaciones referentes a retenciones, impuesto sobre el valor agregado (IVA), impuestos especiales y primas de seguros.

- **Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes)**

A efectos de la Agencia tributaria, se consideran PYMES todas aquellas organizaciones que no son grandes empresas con obligación de declarar mensualmente sus retenciones sobre rendimientos del trabajo y actividades económicas.

2.4. Estudio de Mercado

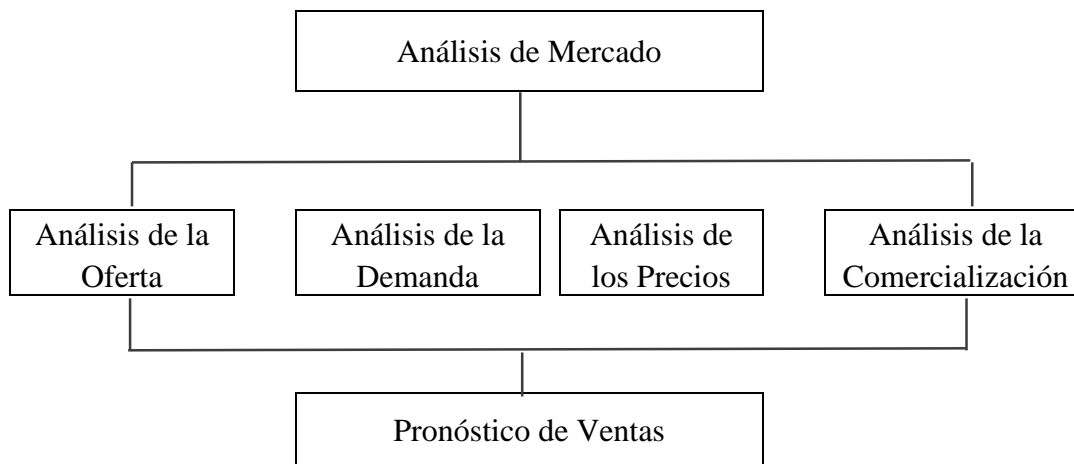
Fonseca (2011) menciona: “Aunque el mercado es de uso común se emplea éste término en el lenguaje cotidiano para designar un lugar físico donde se realizan operaciones comerciales” (p. 21).

Es una actividad socioeconómica que consiste en el intercambio de productos, bienes y servicios por dinero o su equivalente que se encuentran en el mercado ya sea para su uso o por su consumo.

Para el estudio de mercado aparecen cuatro variables necesarias que están demostradas en el siguiente diagrama:

GRÁFICO N° 2.1

Análisis del Estudio de mercado



ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

2.4.1 Comercialización

Zuñiga (2012) dice: “La comercialización es un conjunto de acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios estas acciones son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales” (p. 4).

En una empresa nueva la principal dificultad que tiene es la comercialización porque está obligado a conseguir canales de distribución donde pueda posesionar su producto y eso depende de las estrategias de mercadeo o marketing que tengan para poderle ganar a la competencia.

2.4.2 La Distribución

La distribución es: “Es la disponibilidad de un sistema que garantice la entrega oportuna del producto al consumidor, es necesario establecer contactos, convenios y puntos que cubran la mayor parte del mercado” (es.wikipedia.org/wiki/turista).

Los distribuidores son los principales aliados para que el producto llegue al consumidor final, a veces los mismos distribuidores son los clientes potenciales como supermercados, comisariatos o tiendas de abarrotes.

2.4.3 Demanda

Fisher & Espejo (2012) manifiestan: “Es la cantidad de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado” (p. 18).

Para que la demanda se acerque a la realidad es necesario que la población cuente con el poder adquisitivo, del bien, servicio o producto que necesita; caso contrario, es una demanda irreal.

Como por ejemplo la población de Atuntaqui requiere de vehículos para trasladarse pero no pueden adquirirlos porque simplemente no cuentan con el dinero para adquirirlos, esa es una demanda irreal o certera; por ello hay que tener los datos lo más reales posibles para que la empresa marche bien.

2.4.4 Demanda insatisfecha

Valencia (2011) afirma:

La demanda insatisfecha es uno de los aspectos más importantes que se desarrollan en la elaboración de los proyectos de inversión, su presentación y determinación adecuada ayuda a sustentar la intervención y los recursos necesarios para implementarlo, el proyecto cubrirá la demanda no atendida y/o la demanda atendida pero no satisfecha. (p.67)

La factibilidad de mercado consiste en que haya una demanda sustancial del producto o una aceptación cuando éste es nuevo, para así ingresar al mercado sin ningún inconveniente.

Lo contrario de la demanda insatisfecha es la saturación; para proyectos de exportación en cambio es necesario que exista saturación.

2.4.5 Oferta

Fisher & Espejo (2012) afirman: “Es la cantidad de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado” (p. 20).

En un sistema de economía social de mercado el precio le pone el consumidor u oferente a mayor oferta el precio baja. A mayor demanda el precio sube, cuando existe saturación de productos en el mercado, es peligroso que la empresa se vaya a la quiebra.

2.4.6 Precio

Romero (2013) afirma: “El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio” (p. 33).

Cuando ingresa un producto nuevo al mercado obligatoriamente el precio debe ser menor al de la competencia hasta que se posicione en el mercado y exista confianza.

2.4.7 Promoción

Sussman (2011) define: “Es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan” (p. 36).

Los incentivos son necesarios cuando la publicidad ha fracasado. Por lo tanto es necesario realizar un plan de promoción o incentivos que permitan incrementar las ventas como pequeños regalos, ofertas, rifas, rebajas entre otros.

2.4.8 Etiqueta

Fischer & Espejo (2012) define:

La etiqueta es una parte importante del producto que puede estar visible en el empaque y/o adherida al producto mismo y cuya finalidad es la de brindarle al cliente útil información que le permita en primer lugar, identificar el producto mediante su nombre, marca y diseño; y en segundo lugar, conocer sus características (ingredientes, componentes, peso, tamaño), indicaciones para su uso o conservación, precauciones, nombre del fabricante, procedencia, fecha de fabricación y de vencimiento, entre otros

datos de interés que dependen de las leyes o normativas vigentes para cada industria o sector. (p.12)

Actualmente es una obligación poner en la etiqueta los valores nutritivos y los químicos utilizados, porque a ciertos enfermos les hacen daño la grasa, la sal o demasiado azúcar.

Además deben contener fecha de elaboración y caducidad; con el objetivo de que el cliente esté bien informado del producto que está adquiriendo.

2.4.9 Publicidad

Prado (2012) afirma:

Es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado (empresa lucrativa, organización no gubernamental, institución del estado, o persona individual) para informar, persuadir, o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueven, con la finalidad de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, seguidores u otros. (p. 103)

La publicidad es el arte de transmitir las bondades de un producto con el fin de captar clientela y por ende aumentar la cobertura del mercado y el volumen de ventas, ésta publicidad se la puede hacer por varios medios de comunicación.

2.5. Administración

Valencia (2011) afirma:

La administración es: La ciencia social que tiene por objeto el estudio de las organizaciones y la técnica encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, del conocimiento, etc.) de una organización, con el fin de obtener eficiencia o máximo beneficio posible; este beneficio puede ser social, económico o estratégico, dependiendo de los fines perseguidos por dicha organización.

De la buena administración de recursos administrativos, financieros y económicos dependa la buena marcha de la empresa, para lo cual se requiere un desarrollo organizacional como el trabajo en equipo, liderazgo, pues de los empleados y trabajadores dependen el éxito o fracaso de la empresa.

La administración persigue la productividad, la misma que implica tener eficacia y eficiencia para llevar a cabo cada uno de los objetivos planteados, con el fin de llegar a la meta.

Administrar es también un proceso para diseñar y mantener un buen entorno de trabajo, para que así los trabajadores cumplan eficientemente las tareas a ellos encomendadas.

2.5.1 Misión

Bernal (2013) manifiesta:

Se refiere a un motivo o una razón de ser por parte de una organización, una empresa o una institución. Este motivo se enfoca en el presente, es decir, es la actividad que justifica lo que el grupo o el individuo está haciendo en un momento dado. Por ejemplo: “Su misión como funcionario es administrar correctamente los recursos estatales”. O bien “La misión de la compañía es mejorar la calidad de los productos”. (p. 52)

Administrar o remar en una sola Dirección, como debe trabajar para conseguir los objetivos, declaratoria de la razón o del propósito de existir de la empresa.

Ésta identifica la función o tarea básica de una empresa o de cualquier parte de ella. En cada sistema social las empresas tienen una función o tarea básica asignada por la sociedad.

2.5.2 Visión

Bernal (2013) manifiesta:

La visión es, entonces, una descripción de la imagen futura que se quiere para cada organización. Por lo tanto la visión proporciona la dirección hacia la cual la organización deberá moverse durante un horizonte de tiempo para lograr la imagen o visualización a la que pretende llegar. (p. 52)

Está relacionada con el futuro de la empresa, a donde va, es un sueño tangible realizable, donde se traza objetivos y metas. La visión puede cambiar o modificarse, la misión no cambia.

2.5.3 Planeación

Lerma y Kirchner (2012) manifiesta: “En el lenguaje común, planear significa definir y establecer una serie de pasos orientados a la obtención de uno o varios resultados enmarcados en un tiempo determinado” (p. 15).

Reyes (2011) afirma: “Consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo y la determinación de tiempo y números necesarios para su realización” (p. 45).

En la planificación deben estar involucrados todos los empleados y trabajadores para que tenga éxito.

Esta incluye la selección de misiones y objetivos y las acciones para lograrlos, se requiere de la toma de decisiones, es decir seleccionar cursos de acción futuros entre varias alternativas.

2.5.4 Organización Estructural

Porret (2012) Manifiesta: “Se puede considerar la estructura de una organización como la distribución organizada de las partes de un todo, orientada a una finalidad funcional o práctica” (p. 34).

La organización estructural es el conjunto de actividades a cada persona y/o trabajador encomendadas, con el fin de llegar a cumplir los objetivos planteados y contribuir en la toma de decisiones de la empresa.

2.5.5 Organización Funcional

Pérez (2011) manifiesta:

La estructura comprende la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades en una organización, así como las relaciones entre los gerentes y los

empleados, entre los gerentes y entre los empleados. Se caracteriza la organización funcional por producto/mercadeo, matricial, lineal, formal y de tipo línea-staff. Posteriormente, se analizan los factores que determinan el número de niveles en la estructura de una organización y las características de la estructura actual. (p. 276)

La estructura funcional está distribuida por departamentos o áreas, controlada de la dirección de la empresa, para realizar el trabajo en cada departamento o sub departamento con un jefe superior inmediato, el mismo que verificará que se cumplan todas las actividades responsablemente y al tiempo establecido para cumplir con los objetivos planteados.

2.5.6 Flujo grama de Proceso Administrativo


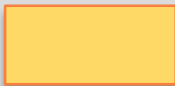






➤ Simbología para elaborar los diagramas de flujo

Los diagramas de flujo se dibujan generalmente usando algunos símbolos que ayudan a entender el funcionamiento interno y las relaciones entre varios procedimientos de las empresas.

Los símbolos que se utilizan están bajo la metodología o normas del Instituto Estadounidense de Estándares Nacionales (American National Standard Institute) – ANSI y es la siguiente simbología:

GRÁFICO N° 2.2

Simbología para elaborar flujo gramas con normas ANSI

SIMBOLOGÍA	DEFINICIÓN	DESCRIPCIÓN
	Inicio o término	Indica el principio o el fin del flujo, se usa para indicar una oportunidad administrativa o persona que recibe o proporciona información
	Proceso	Representa la ejecución de una operación por medio de la cual se realiza una parte del procedimiento descrito.
	Documento	Cualquier documento impreso
	Documentos	Varios documentos
	Decisión	Decidir una alternativa específica de acción
	Datos	Significa el depósito final o temporal de documentos en archivo.
	Conector de página	Indicador que une o enlaza con otra hoja diferente en la que continua el diagrama de flujo.
	Conector	Une o enlaza una parte del diagrama de flujo con otra parte lejana del mismo.

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

2.6 Estudio Técnico

El Estudio Técnico es: “La característica técnica del producto, localización, selección de tecnología y equipo, maquinaria y equipo, lista de bienes y servicios necesarios para el proyecto, materias primas, mano de obra y programa de inversión” (www.gestiopolis.com)

El estudio técnico es el análisis realizado por personas especializadas en la determinación de requerimientos de tamaño, localización y demás recursos de instalación y equipamiento que son necesarios para la ejecución del presente proyecto.

2.6.1 Tamaño del Proyecto

Sapag (2011) manifiesta:

El estudio del tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. Varios elementos se conjugan para la definición del tamaño: la demanda esperada, la disponibilidad de los insumos, la localización del proyecto, el valor de los equipos. (p. 134)

El tamaño del proyecto está en concordancia a la demanda insatisfecha que pretende hacerse cargo el proyecto en estudio, por lo que es necesario que no sea muy alta sino razonable.

2.6.2 Localización del proyecto

El estudio de la localización: “Contempla o contribuye en mayor medida a establecer en forma definitiva a la ubicación final del proyecto, buscando que esta decisión logre la mayor tasa de rentabilidad” (<https://es.wikipedia.org>)

Para localizar e identificar correctamente el sector donde se va a desarrollar el proyecto, es necesario analizar de antemano las características del sector, las mismas que nos dirán si son favorables o no para la implementación del mismo.

Toda empresa legalmente constituida tiene un lugar exacto con una dirección para que los clientes y proveedores puedan llegar a ofrecer y ofertar los productos, así mismo los consumidores puedan tener acceso rápido a solicitar el nuevo producto para el consumo final.

2.6.3 Ingeniería del Proyecto

Sossa (2011) afirma: “Es la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo un proyecto” (p. 90).

La elaboración de la ingeniería del proyecto es de vital importancia para determinar la tecnología, maquinaria y equipo y el talento humano que laborara en la planta.

2.6.4 Capital de Trabajo

Sossa (2011) afirma: “Es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo, entiéndase por corto plazo períodos de tiempo no mayores de un año” (p. 115).

Es indispensable contar con un capital de trabajo que le permita cubrir con las obligaciones financieras como pago de nómina, adquisición de materia prima, insumos, pago a terceros como Seguridad Social, puestos entre otros.

2.6.5 Presupuesto

R. Carlos (2011) nos dice:

El presupuesto estudia y calcula la entrada de recursos, los costos y los tiempos en que éstos pasan por el proceso productivo, el tiempo de venta, el tiempo de recaudo de efectivo y la circularidad con que estos vuelven a producir nuevos recursos, para mostrar al final la rentabilidad de los recursos circularizados puestos a disposición.

(p. 1)

En el presupuesto encontramos varios recursos que deben ser tomados en cuenta al momento de desarrollar un proyecto de inversiones, en los cuales encontramos al presupuesto de inversiones que es prácticamente toda la propiedad planta y equipo o activos físicos que se

requieren para poner en marcha el proyecto y el capital de trabajo que es el fondo rotativo necesario para cubrir necesidades mientras ingresan las primeras ventas como pago a proveedores, nómina, entre otras.

Además se puede mencionar que existe un presupuesto de ingresos o ventas por productos o servicios que se pretenden vender durante un periodo determinado por lo general se lo realiza anualmente.

También refleja el presupuesto de costos y gastos, donde encontramos a los tres elementos del costo como son: materia prima directa, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

Dentro del presupuesto de egresos de acuerdo a los proyectos se puede clasificar de la siguiente manera:

CUADRO N° 2.1

Clasificación de los Costos y Gastos

EMPRESA DE PRODUCCIÓN	EMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN	EMPRESA DE SERVICIOS
COSTOS DE PRODUCCIÓN	COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	COSTOS DE SERVICIOS
1. Materia Prima Directa		
2. Mano de Obra Directa		Mano de obra Operativa
3. Costos Indirectos de Fabricación	Costos de Ventas	Costos Indirectos Operativos
GASTOS	GASTOS	GASTOS
4. Gatos Administrativos	4. Gatos Administrativos	4. Gatos Administrativos
5. Gastos de ventas	5. Gastos de ventas	5. Gastos de ventas
6. Gastos Financieros	6. Gastos Financieros	6. Gastos Financieros

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

2.7. Estudio Financiero

Reyes (2012) expresa:

Es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo es una parte fundamental de la evaluación del proyecto la cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (p. 129)

El estudio financiero está compuesto de dos sub capítulos que son el estudio económico y la Evaluación Financiera. Pues dentro del estudio económico están proyectados los ingresos, costos y gastos, de los cuales salen los estados financieros proformas como son:

- Estado de Situación Inicial
- Estado de Resultados Integral
- Estado de Flujo de Caja

Para posteriormente realizar la Evaluación financiera con técnicas conocidas como:

- La Tasa de Rendimiento Medio (TRM)
- El Valor Presente Neto (VAN)
- La Tasa Interna de retorno (TIR)
- Costo Beneficio (C/B)
- La recuperación del Dinero en el Tiempo
- El Punto de Equilibrio

Todos estos puntos a la larga determinarán si el proyecto es o no factible económica.

2.7.1 Estados financieros

Guarde (2014) expresa lo siguiente: “Los estados financieros son documentos empresariales que informan acerca de un negocio en términos monetarios. Las personas usan los estados financieros para tomar decisiones de negocios” (p. 42).

Los estados financieros reflejan toda la situación económica de la empresa, en presente y en futuro con las proyecciones que se puedan realizar.

2.7.2 Presentación de Estados Financieros

Holm (2012) manifiesta:

Los estados financieros constituyen una representación estructurada de la situación financiera y del rendimiento financiero de la empresa. La finalidad de los estados financieros con propósitos de información general es suministrar información acerca de la situación financiera, rendimientos financieros y flujos de efectivo de la entidad para tomar decisiones. (p. 218)

Toda la información que realiza el contador es pública, por lo que es necesario que sea real y correcta, para que cualquier persona pueda diagnosticar la situación financiera de la empresa.

2.7.3 La Ecuación Contable

Polanco (2011) expresa:

La contabilidad basa sus registros en una ecuación matemática que representa la posición financiera del negocio. En el lado izquierdo figura los recursos o propiedades que posee la empresa, y en el lado derecho las participaciones constituidas por los acreedores, proveedores y propietarios del negocio. (p. 30)

La contabilidad es considerada como un instrumento indispensable que no debe faltar en la empresa, para la toma de decisiones adecuadas y acertadas en el momento indicado.

Por medio de la ecuación contable se proporciona información sobre el movimiento de la empresa en lo referente a o financiero, ésta es una herramienta que nos permite controlar e informar sobre la evolución económica y patrimonial de una empresa.

2.7.4 Las NIIF'S para PYMES

Holm (2012) afirma:

Constituyen el primer conjunto de requerimientos contables desarrollados específicamente para las PYMES. Se pretende que la NIIF para Pymes se utilice para las pequeñas y medianas empresas las mismas que no tienen obligación pública de rendir cuentas y que publican sus estados financieros con un propósito. (p. 92)

Con la dolarización se eliminaron la NECS, Normas Ecuatorianas de Contabilidad y fueron reemplazados por la Normas Internacionales de Información Financiera NIFF'S.

Las mismas que nos permiten de una forma mejorada dar a conocer la situación económica y física de una empresa, con el objetivo de tomar decisiones más acertadas y en el momento adecuado para el mejor desarrollo de las mismas.

2.7.5 Estado de Situación Financiera

Padilla (2011) manifiesta:

En el estudio financiero se especifican las necesidades de recurso a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiación (aporte propio y créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos para el periodo de vida útil del proyecto. Permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generara y la manera como se financiará. (p. 186)

El Estado de situación Financiera es donde se detallan los activos, pasivos y patrimonio de una empresa.

Valdez (2011) expresa: "Es el documento contable que presenta la situación financiera de un negocio en una fecha determinada; costa de tres apartados:" (p.19).

- **Activo.** Representa todos los bienes y derechos que son propiedad de la empresa.
- **Pasivo.** Representa todas las deudas y obligaciones que la empresa sostiene con terceros.

- **Capital.** Es la diferencia aritmética entre el activo y el pasivo y representa el patrimonio de la empresa

La principal función que tiene el estado de situación financiera, conocido también como balance general es la de proporcionar un punto de referencia documentada y de control permanente sobre las operaciones efectuadas en un ente contable; contiene los rubros que constituirán los activos de la empresa, es decir los bienes adquiridos para materializar el proyecto.

Por otro lado se presentan los activos esperados de la empresa, es decir las obligaciones financieras que adquirirán los socios del proyecto, y el patrimonio o capital social.

2.7.6 Estado de Resultados

Coronel (2012) define:

El Estado de Resultados o de Pérdidas y Ganancias nos muestra los ingresos y egresos efectuados por una entidad económica durante un periodo determinado de tiempo, valuados y presentados de acuerdo a los principios de contabilidad, así como la diferencia resultante, ya sea utilidad o pérdida.

Jiménez (2014) expresa: "Este estado recoge el resultado del ejercicio formado por los ingresos y gastos generados en el mismo con la explicación de su imputación directa al patrimonio neto cuando proceda según lo establecido en las normas de registro y valoración" (p. 73).

Es de vital importancia el Estado de resultados porque mide la rentabilidad y utilidad generada durante un año fiscal.

En éste estado financiero se integran todas las cuentas de ingresos y gastos en donde se confrontarán los costos y gastos con los ingresos en un periodo definido con el objeto de definir la utilidad o perdida en la actividad o giro de la empresa.

2.7.7 Flujo de Caja

Sánchez (2012) manifiesta:

Es una cultura de valor como objetivo primordial empresarial, se han desarrollado nuevos conceptos cuyo permanente monitoreo informa sobre el cumplimiento del objetivo financiero de aumentar el valor de la empresa, también representa la utilidad operativa de una empresa convertida en términos de caja, eliminando los componentes que no constituyen flujos reales de efectivo. (p. 165)

Ortiz (2011) menciona:

El flujo de caja es un estado financiero básico que presenta, de una manera dinámica, el movimiento de entradas y salidas de efectivo de una empresa, en un período determinado de tiempo, y la situación de efectivo, al final del mismo en un período determinado de tiempo, y la situación de efectivo, al final del mismo. (p. 375)

Dentro de un proyecto de factibilidad es el Estado Financiero el más determinante, pues con los resultados se evalúa el proyecto mediante las técnicas financieras más conocidas como la TIR el VAN, para determinar la rentabilidad del proyecto.

El objetivo de este estado es presentar información oportuna, referente a los recaudos y desembolsos de efectivo de un ente económico durante un período, para que los usuarios de los estados financieros tengan elementos adicionales para examinar la capacidad de la entidad para generar flujos futuros de efectivo, para evaluar la capacidad para cumplir con sus obligaciones, determinar el financiamiento interno y externo, analizar los cambios presentados en el efectivo, y establecer las diferencias entre la utilidad neta y los ingresos y egresos.

2.7.8 Rentabilidad financiera y económica

Jiménez (2014) manifiesta:

La rentabilidad económica mide la capacidad del activo de generar beneficio, independientemente de cual sea la composición de la estructura financiera de la empresa, mientras que la rentabilidad financiera mide la capacidad de la empresa para remunerar a sus accionistas. (p. 431)

La rentabilidad se mide en porcentajes, mientras que la utilidad se la mide en efectivo; es decir, en términos monetarios.

2.8. Evaluación Financiera

2.8.1 Tasa de Rendimiento Medio (TRM)

Finerty J. (2012) expresa:

La tasa de rendimiento que refleja con exactitud la riesgosisdad de los flujos de efectivo futuros esperados, este es el rendimiento que el mercado requeriría de una inversión con riesgo idéntico, El mercado evalúa toda la información disponible acerca de una inversión y le asigna un precio en comparación con las demás inversiones, este proceso de determinación de precios establece el rendimiento requerido de una inversión. (p. 42)

Esta tasa es de desgaste y es relativa pues comparadas con la TIR, se determina el VAN, mientras que la diferencia entre la TRM y la TIR, es el VAN.

Pues el capital sufre algunos desgastes que se unifican con esta Tasa, como los intereses bancarios el capital que aporta el inversionista, y por último la inflación.

2.8.2 Valor Actual Neto (VAN)

Finerty J. (2012) manifiesta:

Utiliza el rendimiento requerido para calcular el valor presente de los flujos de efectivo futuros esperados de un activo, es una forma de valorar precisamente el activo, otra forma de averiguar cuánto costaría un activo, la diferencia entre lo que vale un activo (el valor presente de sus flujos de efectivo futuros esperados), y sus costo, el VAN del activo. (p. 43-44)

El Valor Actual Neto (VAN) debe aceptarse si su valor es igual o superior a cero, este valor es la diferencia entre todos los ingresos y egresos expresados en moneda actual, el mismo que debe aceptarse si su valor es igual o superior a cero.

Si el Van es mayor a cero es viable el proyecto, los flujos descontados son superiores al monto de la inversión realizada.

Si el VAN es menor a cero no es viable el proyecto, los flujos de recursos a valor actual son inferiores al monto de la inversión realizada.

Si el VAN es igual a cero, es viable pero es necesario un análisis más profundo de la sensibilidad del proyecto considerando que las expectativas de riesgos-rentabilidad están en el límite previsto.

Es el método generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

2.8.3 La Tasa Interna de Retorno (TIR)

Finerty J. (2012) dice:

Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos al final de la vida útil del proyecto o en cualquier otra fecha que se lo evalúe, por lo tanto es conveniente realizar la inversión en un proyecto cuando la tasa interna de retorno es superior a la tasa de interés promedio del mercado. (p.47- 49)

El criterio para emplear la utilización de la TIR en el momento adecuado es para determinar decisiones de aceptación o rechazo; para actuar de la mejor manera se sigue el siguiente criterio: si la TIR es mayor que el costo de capital, se acepta el proyecto; de no ser este el caso, se le rechaza.

Este criterio indica si la empresa está recibiendo, por lo menos, el rendimiento requerido; así mismo, puede saberse si el valor de la empresa se incrementará o, al menos, permanecerá sin cambios.

$TIR > i \Rightarrow$ realizar el proyecto

$TIR < i \Rightarrow$ no realizar el proyecto

$TIR = i \Rightarrow$ el inversionista es indiferente entre realizar el proyecto o no.

2.8.4 Costo – Beneficio

Fierro (2011) manifiesta: “Basado en la relación de cuántos dólares se gana por cada dólar que se invierte en un proyecto de inversión” (p. 31)

El Costo beneficio es importante para conocer por cada dólar invertido cuanto retorna.

- Si C/B es mayor que uno es viable el Proyecto
- Si C/B es menor que 1 no es viable el proyecto
- Si C/B es igual a 1 significa indiferencia tampoco es factible

2.8.5 El Punto de Equilibrio

Finerty J. (2012) define: “La organización llega al punto de equilibrio cuando el total de sus ingresos es justo para que resulte igual al total de costos” (p. 144).

Cuando los ingresos igualan a los costos y gastos se llama punto de equilibrio, es una herramienta financiera para conocer desde que monto comienzan las ganancias.

El punto de equilibrio es un mecanismo útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios.

$$PuntodeEquilibrio = \frac{CostosFijos}{1 - \frac{CostosVariables}{Ingresos}}$$

➤ Costos fijos

Tobar (2012) define: “Los costos fijos son referenciados como costos de capacidad puesto que ellos se originan en desembolsos hechos para instalaciones en planta, equipos y otros ítems

necesarios para proporcionar la capacidad básica que apoya las operaciones para propósitos de planeación” (p. 65).

La normativa actual no permite tener Mano de Obra ocasional o por horas, pues inclusive este rubro es costo fijo independientemente lo que produzca o no la empresa.

➤ **Costos variables**

El costo variable o coste variable es: Aquel que se modifica de acuerdo a variaciones del volumen de producción (o nivel de actividad), se trata tanto de bienes como de servicios. Es decir, si el nivel de actividad decrece, estos costos decrecen, mientras que si el nivel de actividad aumenta, también lo hace esta clase de costos (<https://es.wikipedia.org>)

Son los costos que cambian de acuerdo al volumen de producción; es decir, que a mayor volumen de producción, mayor será el costo variable y viceversa, y si no hay producción no habrá estos costos, por ejemplo: compra y utilización de materiales, utilización de mano de obra directa, etc.

El objetivo de toda empresa es producir más para incrementar las ganancias o bajar los precios.

2.9. La Industria

La industria es: El conjunto de procesos y actividades que tienen como finalidad transformar las materias primas en productos elaborados o semielaborados. Además de materias primas, para su desarrollo, la industria necesita maquinaria y recursos humanos organizados habitualmente en empresas (<https://es.wikipedia.org>)

La industria no es más que la transformación de la materia prima en productos elaborados o semielaborados para cubrir las necesidades de la población, combinado con la agricultura se obtiene la Agro industria.

La palabra industria se origina en el latín que significa construir o elaborar algo con ingenio y sutileza; la industria es una actividad económica calificada como secundaria, que consiste en transformar la materia prima a un producto elaborado.

De acuerdo al tamaño existen los siguientes tipos de industrias:

2.9.1 Pequeña y Mediana Industria

Las Pequeñas y Medianas Industrias: Están conformadas de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas (www.sri.gob.ec)

Las pequeñas industrias tiene un parámetro que no sobrepasan los 50 trabajadores y empleados, es decir, éste tipo de industrias por lo general son familiares.

Las medianas industrias son aquellas que están comprendidas en un rango de 51 trabajadores empleados a 1000 obreros incluidos empleados.

2.9.2 Gran industria

La gran industria es: Una categoría del materialismo histórico y se refiere al mayor grado de desarrollo de los medios de producción en una formación social donde domina el modo de producción capitalista (<https://es.wikipedia.org>)

Se menciona que la Gran Industria es aquella donde trabajan más de 1000 obreros y empleados, para esto se necesita contar un capital muy eleva y que está conformada por varios accionistas.

2.9.3 Innovación de nuevas industrias

Berumen (2011) define: “Es la creación y modificación de un producto, y su introducción en el mercado” (p. 25).

La innovación es primordial para el desarrollo de la empresa, por lo que se hace indispensable buscar alternativas de cambios con tecnologías modernas y de punta que le permita a la empresa ser competitiva, productiva y mejorar la rentabilidad.

2.10. La Quinua

Barioglio (2013) manifiesta:

La quinua es una planta que en algunas ocasiones puede considerarse como tóxica para los animales. Sin embargo es una planta alimenticia donde se usa el grano, las hojas tiernas, hasta el inicio de la formación de la panoja donde su contenido en proteínas alcanza 3,3% en materia seca. (p. 359)

La quinua es un grano nativo de los Andes americanos que tiene un doble propósito donde se la puede consumir en sopa, locros y otros platos nutritivos; actualmente se está empleado para la elaboración de cereales y galletas nutritivas e integrales, en definitiva una planta con propiedades alimenticias aptas para el consumo humano.

IMAGEN N° 2.1

El grano de Quinua, materia prima principal



FUENTE: http://quinuaecuador.blogspot.com/2012/08/historia-de-la-quinua_5.html

ELABORADO POR: Los Autores

2.10.1 Beneficios de la Quinua

“Los beneficios de la quinua: Alberga hasta 50% más de proteínas que otros granos, y por esto la Organización Mundial de la Salud (OMS) la calificó como a un producto tan apreciable como la leche” (<http://www.sanar.org/cereales/propiedades-de-la-quinua> - 2013)

La quinua contiene fibra, casi dos veces más que la mayoría de los otros granos. La fibra ayuda a prevenir la enfermedad cardiaca al reducir la presión arterial alta y la diabetes. La fibra disminuye los niveles de colesterol y glucosa, puede reducir el riesgo de desarrollo de las hemorroides y puede ayudarte a perder peso; además contiene hierro que ayuda a mantener las células rojas de la sangre saludable y es la base de la formación de la hemoglobina. El hierro transporta el oxígeno de una célula a otra y suministra oxígeno a nuestros músculos para ayudar a su contracción. El hierro también aumenta la función cerebral, porque el cerebro lleva aproximadamente el 20% de nuestro oxígeno en la sangre. Hay muchos beneficios más, los cuales incluyen la síntesis de neurotransmisores, regulación de la temperatura corporal, ayuda con la actividad enzimática y el metabolismo energético. (www.creadess.org/...22224-semilla-de-quinua-y-sus-beneficios-a-la-salud - 2014)

La quinua es considerada ancestralmente también como una planta medicinal por la mayor parte de los pueblos tradicionales andinos. Entre sus usos más frecuentes se pueden mencionar el tratamiento de abscesos, hemorragias, luxaciones y cosmética. La quinua también contiene altas cantidades de magnesio, que ayuda a relajar los vasos sanguíneos, y que es utilizada para tratar la ansiedad, diabetes, osteoporosis y migraña, entre otras enfermedades.

La quinua es una de las plantas con mayor contenido de omega 3 y bajo contenido en grasas, lo que lo hace muy recomendable en dietas para el corazón. No pertenece a los cereales pero su composición es similar, y se cocina de igual forma.

IMAGEN N° 2.2

Beneficios de la quinua: Estofado de quinua con champiñones



FUENTE: www.fao.org/quinoa/es/

ELABORADO POR: Los Autores

2.10.2 Derivados de la Quinua

Una organización de mujeres bajo la asistencia de técnicos del MAGAP elaboran derivados de quinua como tortas, pan, sopa, arroz, colada, quimbolitos y guiso de quinua con carne. Estas actividades tienen el objetivo de ayudar a las organizaciones a proyectarse con nuevos emprendimientos a través de las ferias ciudadanas que el MAGAP implementa en los diferentes cantones de la provincia. A más de la asistencia técnica en la elaboración y degustación de los derivados de quinua, los técnicos Hombro a Hombro del MAGAP informan de las bondades de este grano que permite una alimentación sana y saludable. De esta manera se demuestra también que la quinua es un producto multiuso de fácil preparación, ya sea en platillos de sal o de dulce con alta grado nutricional para el ser humano de todas edades. (<http://www.produccion.gob.ec/> 2015)

La quinua perlada, hojuelas, harina, expandido, graneado, colorantes, fideos, café de quinua, extruidos y otros, son productos que pueden ser elaborados a través de una serie de procesos y operaciones, mediante los cuales son convertidos en alimentos muy apreciados y necesarios para la dieta del ser humano.

La quinua es un alimento que reúne características favorables y excepcionales para ser transformada y obtener productos agroindustriales que permita un uso más elaborado y directo.

IMAGEN N° 2.3

Derivados de la quinua: Galletas de quinua



FUENTE: <http://www.produccion.gob.ec/>

ELABORADO POR: Los Autores

2.10.3 Tipos de Quinua

En el Ecuador se distinguen dos tipos de quinua:

➤ Blanca

“De todas las variedades de quinua, la blanca es la más conocida, contiene un residuo amargo natural que al lavarlo pierde el tufo”

(https://es.wikipedia.org/wiki/Chenopodium_quinoa - 2013)

El grano de la quinua blanca es menudo, redondo, chato, sin piel y se cultiva en cementeras de tierras frías, se come como el arroz suelto y fresco.

IMAGEN N° 2.4

Tipos de quinua: Blanca



FUENTE: https://es.wikipedia.org/wiki/Chenopodium_quinoa

ELABORADO POR: Los Autores

➤ Colorada

“La quinua colorada tiene un sabor más terroso. Es más firme y al cocerla los granos mantendrán su consistencia crocante” (https://es.wikipedia.org/wiki/Chenopodium_quinoa 2013)

La quinua colorada es de grano muy menudo y redondo, cuyo único uso es comerlo tostado, porque revienta y se esponja mucho y es de bello gusto.

IMAGEN N° 2.5

Tipos de quinua: Colorada



FUENTE: https://es.wikipedia.org/wiki/Chenopodium_quinoa

ELABORADO POR: Los Autores

2.11. Beneficio del café a base de Quinua

Ésta bebida favorecerá en el crecimiento de los niños, ya que la transformación de quinua a café nos dará su mismo aroma al café tradicional y el cereal de quinua no perderá sus características nutricionales. Ayuda al desarrollo de las células cerebrales, fortaleciendo la memoria y facilitando el aprendizaje, ideal para los estudiantes y niños en todas las fases de crecimiento.

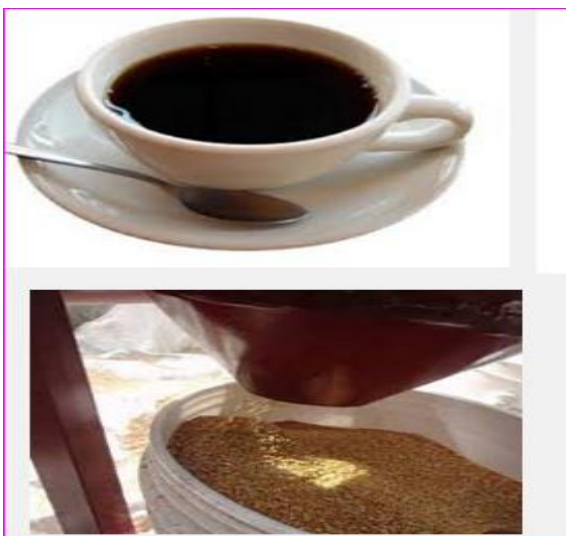
No forma grasas en el organismo. No engorda, es de fácil digestión. Es un producto natural orgánico. Previene el cáncer de mamas y osteoporosis. Presenta propiedades cicatrizantes, desinflamantes, analgésicas contra el dolor de muelas y desinfectantes de las vías urinarias.

Es ideal en la dieta. Brinda un gran aporte de nutrientes manteniendo el organismo sano, con mejor ánimo, mejor apariencia y peso. Todos estos beneficios son datos ya preestablecidos por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP).

Debido a su semejanza con el sabor del café común hace que sea gustoso para el paladar de los personas, lo cual lo convierte en un sustituto natural del café y sirve para el consumo diario como complemento y suplemento alimenticio.

IMAGEN N° 2.6

Café y quinua



FUENTE: www.fao.org/quinoa/es/

ELABORADO POR: Los Autores

La quinua, dado que es un cereal que posee el mayor índice de proteínas, calcio, fósforo y magnesio. Contrario a otros cereales, es rico en fibra y vitaminas del grupo B y no contiene gluten. Se trata de un grano con unas características especiales; es blando, muy digestivo, de acción rápida y rico sabor; además de sus altas propiedades nutritivas.

La quinua, cuyo valor nutritivo es excepcional y el contenido proteínico es mayor que el de los otros granos más comunes, sin considerar siquiera la excelencia de su calidad. Su consumo es sumamente recomendable ya que proporciona un alto contenido de aminoácidos esenciales y posee propiedades antiinflamatorias y cicatrizantes. Es recomendado en la dieta ya que no contiene ningún gluten.

IMAGEN N° 2.7

Café a base de quinua



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Los Autores

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

El estudio de mercado es un proceso que permite la recolección y análisis de datos a través de técnicas, métodos y herramientas para obtener información acerca de la aceptación del producto, clientes, competidores, precio y el mercado con la finalidad de lanzar un nuevo producto, aumentar la cobertura o mejorar los servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

En la actualidad se vive en el Ecuador un modelo de economía social de mercado donde las manos invisibles de la oferta y la demanda establecen los precios, cuando existe demasiado oferta los precios bajan y cuando hay demasiada demanda los precios suben, por lo que es necesario establecer estrategias que le permitan mantenerse en el mercado.

En éste proyecto se estudian variables como el precio, producto, plaza y promoción, que son de vital importancia para el desarrollo de éste capítulo.

3.2. Objetivos del estudio de mercado

3.2.1 Objetivo General

Realizar un estudio de mercado en el que le permita identificar claramente la oferta, la demanda y el precio del producto en la ciudad de Atuntaqui, además me permita obtener información acertada sobre las características del café a base de quinua.

3.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar el precio de mercado del nuevo producto, mediante un cálculo donde estarán los costos fijos, más los costos variables y un margen de utilidad, para determinar el precio de venta al consumidor.

- Conocer la demanda, la oferta y las preferencias del cliente, mediante una encuesta realizada a los consumidores de quinua y café, para conocer el grado de aceptación del producto.
- Determinar el nivel de aceptación del producto, mediante una encuesta realizada a la población de Atuntaqui, para conocer de una manera acertada la demanda del mismo.
- Conocer los medios para informarles sobre el nuevo producto a los clientes, a través de medios de comunicación, con el fin que el producto sea conocido y aceptado por los consumidores.

3.3. Matriz de Relación diagnóstica del Estudio de Mercado

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA
Determinar el precio de mercado del nuevo producto, mediante un cálculo donde estarán los costos fijos más los costos variables y un margen de utilidad, para determinar el precio de venta al consumidor.	Precio	Precio de Compra Precio de Venta	Encuestas Procesamiento de Datos
Conocer la demanda, la oferta y las preferencias del cliente, mediante una encuesta realizada a los consumidores de quinua y café, para conocer el grado de aceptación del producto.	Oferta Demanda	Productores de Quinua Consumidores de Café a base de quinua	Entrevista Encuesta
Determinar el nivel de aceptación del producto, mediante una encuesta realizada a la población de Atuntaqui, para conocer de una	Producto	Aceptación del Producto Cantidad de Consumo	Encuestas Encuestas

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA
manera acertada la demanda del mismo		Calificación del Producto	Encuestas
Conocer los medios para informarles sobre el nuevo producto a los clientes, a través de medios de comunicación, con el fin que el producto sea conocido y aceptado por los consumidores	Publicidad	Medios de Comunicación Forma de presentación del producto	Encuestas Encuestas

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

3.4. Descripción del Producto

El producto es un conjunto de cualidades tangibles e intangibles que toman valor al incluir atributos como color, calidad, precio, marca, propiedades que logran la satisfacción de las necesidades del cliente en forma de beneficios que requiere al recibir un producto. El café a base de quinua estará elaborado con una materia prima de alta calidad, como es la quinua.

La transformación de la quinua a café será una buena alternativa en la alimentación diaria, contiene un valor nutritivo incomparable al de otros cereales, este producto será consumido por personas que sufren colesterol, presión alta, etc., sin perjudicar su salud.

El café a base de quinua es un producto orgánico, elaborado con quinua tostada como materia prima principal, convirtiéndose así en una bebida natural, pues al contener quinua que es el cereal que posee vitaminas y proteínas y por su exquisito sabor que no hace daño y que puede ser consumido por todas las personas de todas las edades.

3.4.1 Marca del Producto

La marca comercial patentada para comercializar nuestro producto es “*CAFÉ DE QUINUA*” con el logotipo de la empresa “*EL AROMA DEL BUEN SABOR*”, la presentación del café a base de quinua se lo realizará para destilar, con proyecciones a elaborarlo también instantáneo.

3.4.2 Normativa Sanitaria

Toda marca de cualquier producto indistintamente deben cumplir con la normalización sanitaria que exige el Ministerio de Salud Pública, además algunas marcas cuentan con las normas INEN y dependiendo del tipo de producto con otras adicionales.

El Art. 102 del Código de Salud establece que el Registro Sanitario podrá ser conferido a las empresas fabricantes para sus productos. Sobre la base de la aplicación de Buenas Prácticas de Manufactura y demás requisitos que establezca el Reglamento al respecto.

La empresa en estudio deberá acogerse a éstas normas para cumplir con todos los estándares de calidad que las normas solicitan para llegar al consumidor con un buen producto de calidad.

Además deberá acogerse a las normas del Sistema Ecuatoriano de Metrología, Normalización, Acreditación y Certificación (MNAC), para brindar un buen producto al consumidor.

3.5. Segmentación del mercado

Para la segmentación de mercado la población seleccionada es la de la Ciudad de Atuntaqui tanto del perímetro urbano como rural, tomando el dato de la población por familia considerando un promedio de 4 miembros por cada hogar, dando una población de 23.299, en concordancia al último Censo Poblacional realizado a finales del 2010, por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC). Por lo tanto es una segmentación geográfica.

3.6. Determinación de la muestra

Para la determinación de la muestra se realiza una proyección al 2015. Calculándose con la Tasa de Crecimiento Poblacional que es del 2.14% anual; datos tomados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) 2010.

3.6.1 Cálculo de la muestra

TABLA N° 3.1

Población por área parroquial, 2010

PARROQUIA	SECTOR		TOTAL
	Urbano	Rural	
Atuntaqui	21.286	2.013	23.299

FUENTE: Censo de Población y Vivienda, INEC

ELABORADO POR: Los Autores

Para el cálculo de la muestra serán investigados los consumidores, para lo cual se toma en cuenta la población por familia de la ciudad de Atuntaqui, dato que corresponde a 6.475 considerando un promedio de 4 personas por cada hogar; información obtenida por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC); por ser una población grande necesariamente se realizará el muestreo.

Antes de realizar el muestreo se actualiza la información realizando una proyección de la población, utilizando la fórmula del crecimiento exponencial con el crecimiento poblacional.

Para la proyección de la población se emplea la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_0 (1 + i)^n$$

En donde:

Q_n= Población futura

Q₀= población

i= Inflación anual
n= años a proyectar

Qo = 6.475

i = 2.14%

N = 1

3.6.2 Proyección de la población

TABLA N° 3.2

Proyección de la Población

DETALLE	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Población	23.299	23.798	24.307	24.827	25.358	25.901

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Censo de Población y Vivienda, INEC, 2010

3.6.3 Calculo de la Muestra

El cálculo de la muestra se realizó para conocer la cantidad de encuestas a realizar a los consumidores o clientes potenciales, mediante estos resultados se conocieron las preferencias de los clientes al momento de servirse un café, además nos permite conocer los medios por los cuales se hará conocer el producto, es decir, concluimos como es el acabado del producto, en donde se va a ofertar, medios publicitarios y además un costo referencial según la competencia.

La fórmula a utilizar es la siguiente:

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

En donde:

- N= Población Total
- n= Muestra

- z = Valor obtenido mediante niveles de confianza o de significancia con el que se va a realizar el tratamiento se las estimaciones, es un valor constante que se toma en relación del 95% a 1.96
- E^2 = Nivel de error, nos indica el grado de precisión de las estimaciones, se trabajó con el 5%, esto es 0,05 de error.
- d = Varianza de la población respecto a las principales características que se va a representar, es un valor constante que equivale al 0,25.

- Z^2 = Nivel de confiabilidad 95% - 1.96
- N = Universo o población
- d^2 = Varianza de la población 0.25
- n = Tamaño de la muestra
- E = Límite aceptable de error de muestra 5%

$$n = \frac{6.475 * 0.25 * 1.96^2}{0.05^2(6.475 - 1) + 0.25 * 1.96^2}$$

$$n = \frac{6.218,59}{17,1454}$$

$$n = 362,70$$

$$n = 363 \text{ Familias}$$

3.7 Análisis e interpretación de los resultados de la Encuesta

Encuestas dirigidas a las familias de la ciudad de Atuntaqui, que tengan o no preferencia por el consumo de café; con ello se conocerá a ciencia cierta que demanda se tendrá para incentivar al consumo del café a base de quinua.

1. ¿Consume usted café?

TABLA N° 3.3

Consumo de café

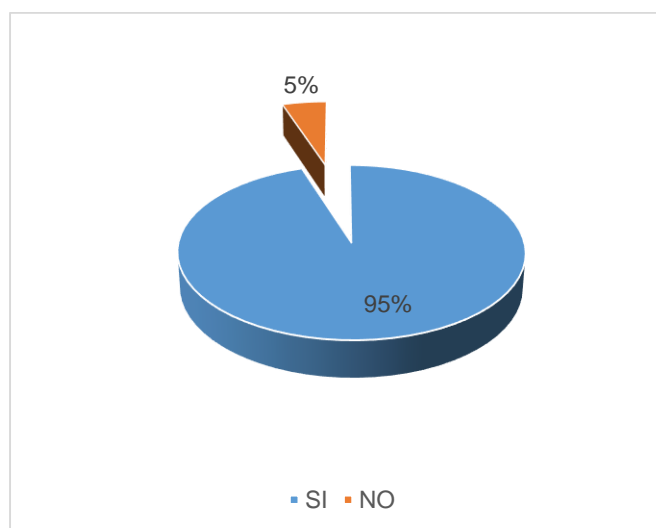
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	345	95%
No	18	5%
TOTAL	363	100%

FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

GRÁFICO N° 3.1

Consumo de café



FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

De acuerdo a la tabla N° 3.3, se observa que existe un gran número de personas que consumen café instantáneo; lo que significa que existe una gran posibilidad de que las personas consuman café a base de quinua, ya que como lo mencionamos éste será más saludable para la dieta diaria.

2. ¿Qué tipo de Café consume?

TABLA N° 3.4

Tipos de café

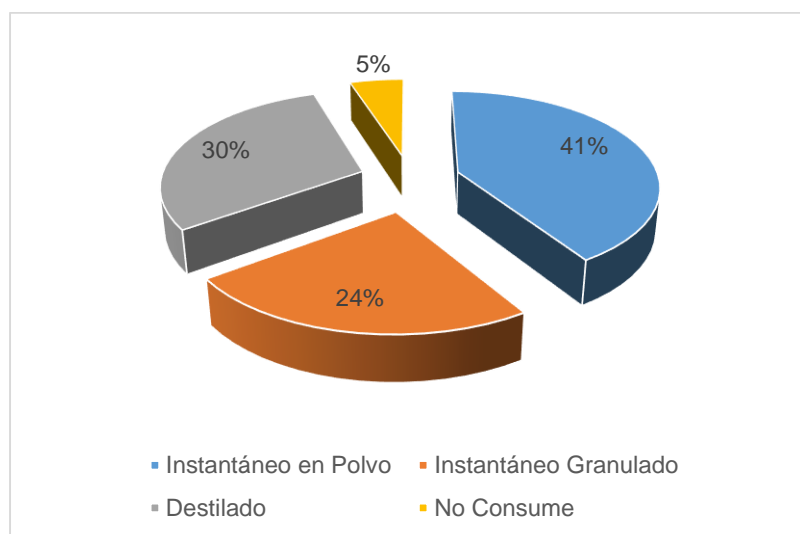
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Instantáneo en Polvo	149	41%
Instantáneo Granulado	87	24%
Destilado	109	30%
No Consume	18	5%
TOTAL	363	100%

FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

GRÁFICO N° 3.2

Tipos de Café



FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

De acuerdo a la tabla N° 3.4, se observa que según la preferencia de los consumidores de café, indican q una gran parte de los encuestados consumen café destilado por su aroma y sabor más profundos, otra parte de la población consume instantáneo en polvo e instantáneo granulado por la facilidad de adquirir en las tiendas y en un menor porcentaje manifestaron no consumir café de ninguna clase porque afecta a la salud.

3. ¿Qué marcas de Café prefiere?

TABLA N° 3.5

Marcas de café

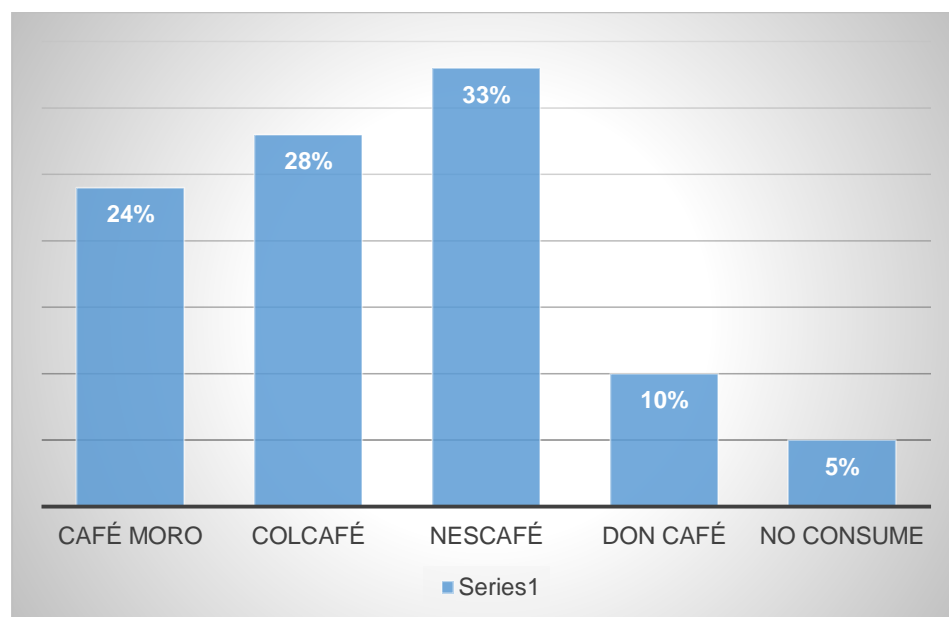
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Café Moro	87	24%
Colcafé	102	28%
Nescafé	119	33%
Don Café	37	10%
No Consume	18	5%
TOTAL	363	100%

FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

GRÁFICO N° 3.3

Marcas de café



FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

De acuerdo a la tabla N° 3.5, se observa que gran parte de la población consumen café instantáneo en marcas colcafé y nescafé, por ser marcas más reconocidas a nivel de la población pero también hay personas que degustan café de destilar como s el moro, por lo que es bueno para poner en marcha un nuevo café de destilar.

4. ¿Conoce usted sobre las bondades de la Quinua?

TABLA N° 3.6

Bondades de la quinua

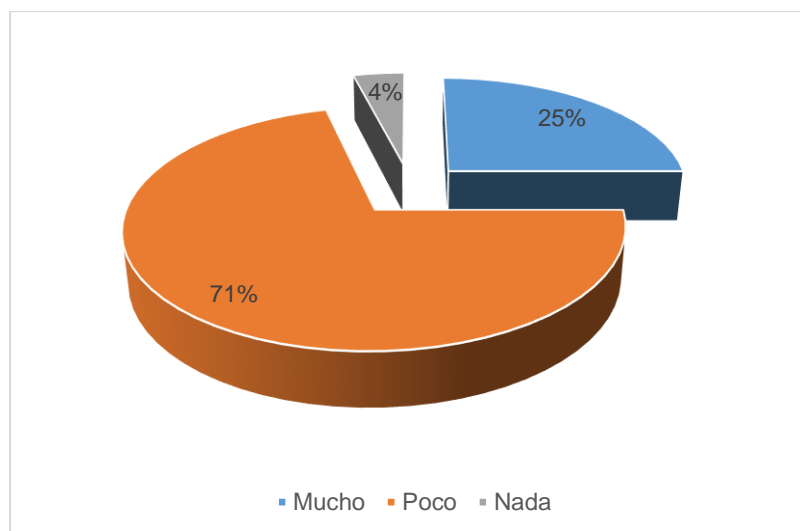
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	92	25%
Poco	256	71%
Nada	15	4%
TOTAL	363	100%

FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

GRÁFICO N° 3.4

Bondades de la quinua



FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

De acuerdo a la tabla N° 3.6, se observó que casi la totalidad de la población no conoce sobre las bondades que tiene la quinua, muy pocas personas si lo conocen y un mínimo porcentaje ha escuchado del producto pero no conoce sus bondades, por lo que se observa que es un buen punto para dar a conocer estos beneficios y porque no a través de nuestro producto café a base de quinua.

5. ¿Ha consumido usted Quinua?

TABLA N° 3.7

Consumo de quinua

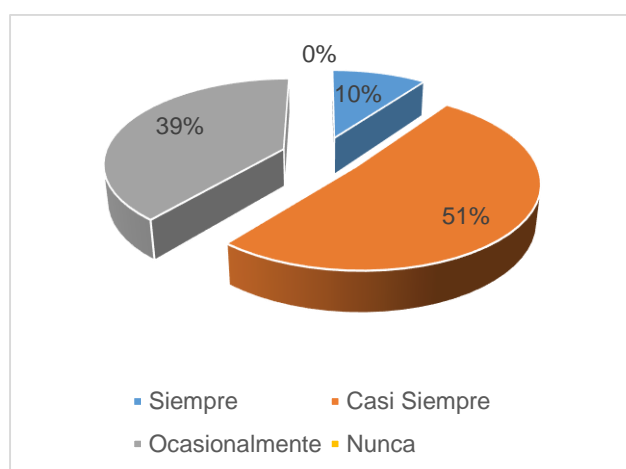
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	38	10%
Casi Siempre	185	51%
Ocasionalmente	140	39%
Nunca	0	0%
TOTAL	363	100%

FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

GRÁFICO N° 3.5

Consumo de quinua



FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

De acuerdo a la tabla N° 3.7, se observó que la gran mayoría ha consumido quinua, sin saber tal vez de sus bondades, pero por el hecho de ser un cereal es consumido por las familias en general, de esto nos tomamos para concientizar a las personas que el consumo de quinua es muy valioso y más aún si lo alentamos con un delicioso café hecho de quinua.

6. ¿En caso de demandar quinua en productos combinados, qué le gustaría que le oferten?

TABLA N° 3.8

Tipos de productos para ofertar quinua

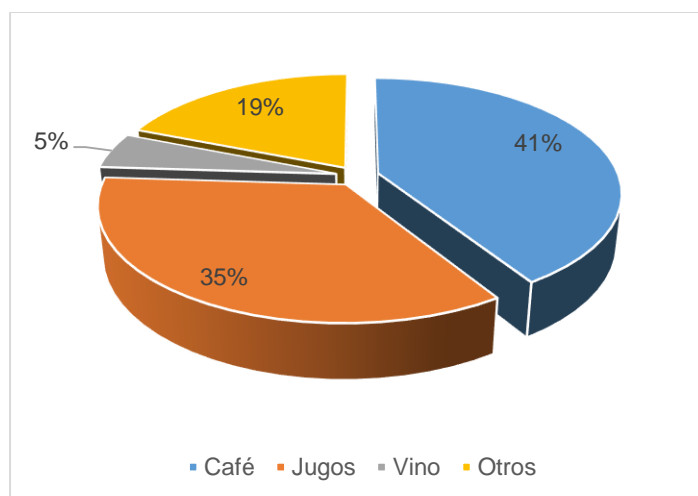
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Café	150	41%
Jugos	128	35%
Vino	17	5%
Otros	68	19%
TOTAL	363	100%

FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

GRÁFICO N° 3.6

Tipos de productos para ofertar quinua



FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

De acuerdo a la tabla N° 3.8, se observó que hay un buen porcentaje de familias que les gustaría degustar de un café hecho a base de quinua, por ser un producto natural y libre de toxinas que puede ser consumido por cualquier tipo de personas.

7. ¿Si se ofertara café elaborado a base de quinua, estaría usted dispuesto a adquirirlo y reemplazarlo por el café tradicional?

TABLA N° 3.9

Adquisición del café de quinua

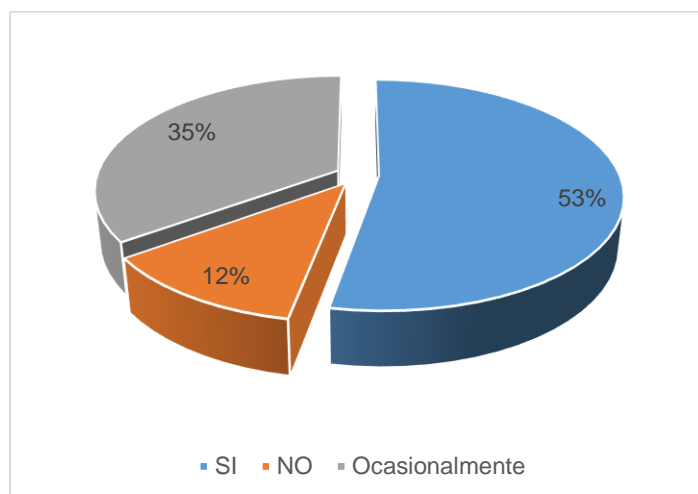
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	193	53%
No	42	12%
Ocasionalmente	128	35%
TOTAL	363	100%

FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

GRÁFICO N° 3.7

Adquisición del café de quinua



FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

De acuerdo a la tabla N° 3.9, se observó que casi la totalidad de la población adquirirían el café a base de quinua por sus bondades, pues muy pocos encuestados no lo haría, ya que están acostumbrados al consumo del café tradicional; por lo que es una aceptación que favorece al proyecto.

8. ¿En qué lugar le gustaría adquirir el Café a base de Quinua?

TABLA N° 3.10

Lugar de adquisición del café de quinua

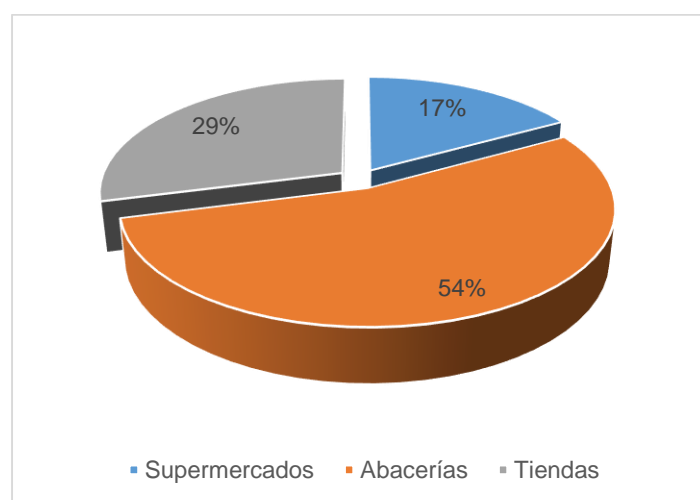
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Supermercados	62	17%
Abacerías	197	54%
Tiendas	104	29%
TOTAL	363	100%

FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

GRÁFICO N° 3.8

Lugar de adquisición del café de quinua



FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

De acuerdo a la tabla N° 3.10, se observó que la mayoría de la población le gustaría que el nuevo producto se encuentre en las abacerías, porque frecuentan constantemente dichos lugares y lo podrían adquirir con mayor facilidad, aunque si hay otro gran porcentaje que les gustaría que existan en las tiendas de barrio y muy pocos en los supermercados.

9. ¿Si degustaría del Café a base de quinua, qué cantidad estaría dispuesto a adquirir semanalmente?

TABLA N° 3.11

Cantidad para adquirir el café de quinua

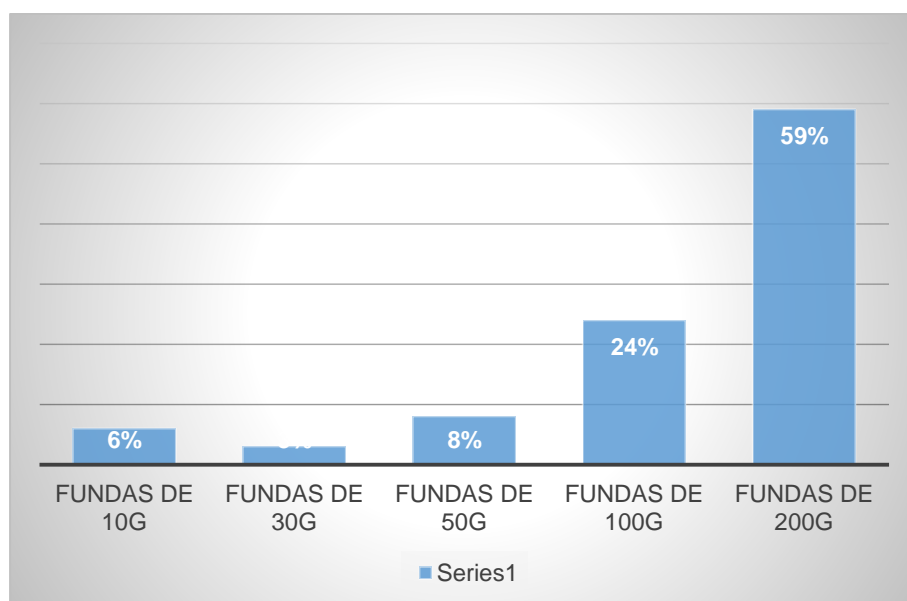
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fundas de 10g	11	6%
Fundas de 30g	6	3%
Fundas de 50g	15	8%
Fundas de 100g	46	24%
Fundas de 200g	115	59%
TOTAL	193	100%

FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

GRÁFICO N° 3.9

Cantidad para adquirir el café de quinua



FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

De acuerdo a la tabla N° 3.11, se observó que la mayoría de las familias estarían dispuestas a adquirir el café a base de quinua y con ello confirmamos que existiría una buena demanda por ser un producto natural y que puede ser consumido por todo tipo de personas.

10. ¿Preferiría usted comprar fundas de café de 50g en lugar de las de menos peso, por mejorar su costo?

TABLA N° 3.12

Adquisición en fundas de 50g de café de quinua

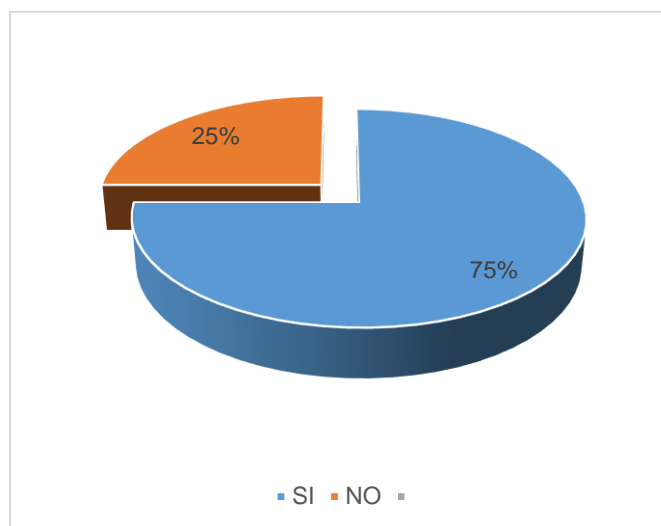
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	274	75%
No	89	25%
TOTAL	363	100%

FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

GRÁFICO N° 3.10

Adquisición en fundas de 50g de café de quinua



FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

De acuerdo a la tabla N° 3.12, se observó que la mayoría de la población si le gustaría adquirir el producto en fundas de 50g, ya que tendrían un ahorro considerable si comparan entre la compra de varias fundas de café de menos peso y una sola de 50g.

11. ¿Cómo calificaría usted la producción de Café a base de Quinua en la ciudad de Atuntaqui?

TABLA N° 3.13

Calificación de la producción de café de quinua

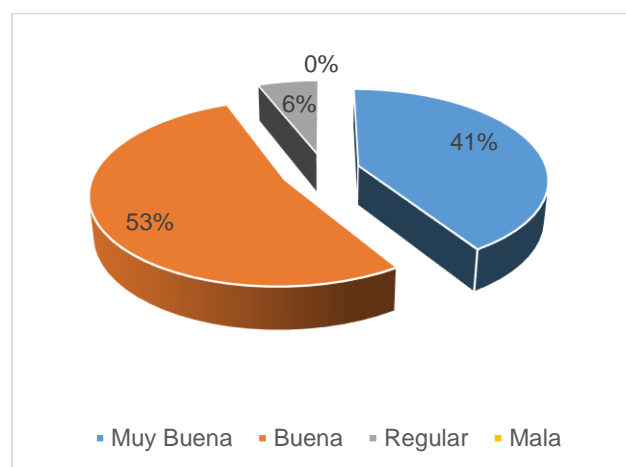
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Buena	149	41%
Buena	191	53%
Regular	23	6%
Mala	0	0%
TOTAL	363	100%

FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

GRÁFICO N° 3.11

Calificación de la producción de café de quinua



FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

De acuerdo a la tabla N° 3.13, se observó que a la mayoría de las familiar consideran que sería muy buena la idea de implementar una planta procesadora de café a base de quinua en la ciudad de Atuntaqui.

12. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una funda de 50g de Café a base de Quinua?

TABLA N° 3.14

Precios del café

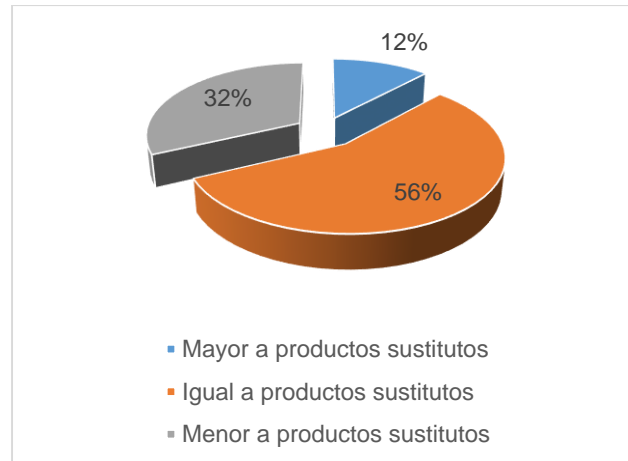
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mayor a productos sustitutos	43	12%
Igual a productos sustitutos	204	56%
Menor a productos sustitutos	116	32%
TOTAL	363	100%

FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

GRÁFICO N° 3.12

Precios del café



FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

De acuerdo a la tabla N° 3.14, se observó que la mayoría de encuestados le gustaría que el precio del café a base de quinua sea igual o incluso menor al de los productos sustitutos o cafés tradicionales.

13. ¿Por qué medios de comunicación cree usted que se debería dar a conocer la existencia de éste nuevo producto?

TABLA N° 3.15

Publicidad para el café a base de quinua

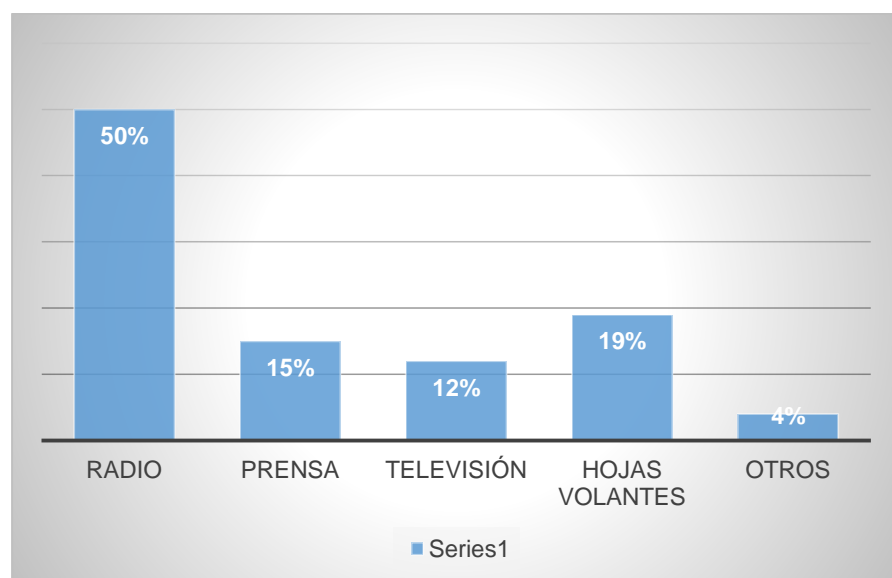
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	181	50%
Prensa	56	15%
Televisión	43	12%
Hojas Volantes	67	19%
Otros	16	4%
TOTAL	363	100%

FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

GRÁFICO N° 3.13

Publicidad para el café a base de quinua



FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

De acuerdo a la tabla N° 3.15, se observó que a la mayoría de las familias les gustaría que el nuevo producto tenga publicidad en el radio, ya que todos lo escuchan en cualquier lugar que se encuentren, a diferencia de los otros medios de comunicación que se necesita sea comprar o estar en casa para visualizarlo.

3.8. Mercado Meta

El mercado meta del Café a base de Quinoa son las familias de la ciudad de Atuntaqui, en primera instancia y posteriormente posicionar el producto en otros cantones de la provincia de Imbabura, y otras ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca.

3.9. Identificación y análisis de la demanda

La demanda está en base a la información que se obtuvo según las encuestas realizadas a las posibles familias consumidoras de café, con ello se determinó que la demanda tendrá un consumo al año de 1'374.720 gramos. Con éstos datos se procedió a estimar la demanda en relación con el incremento de la tasa de crecimiento poblacional que es del 2.14%.

3.9.1 Cálculo de la demanda

TABLA N° 3.16

Muestra para el cálculo de la demanda, 2015

DETALLE	FRECUENCIA DE CONSUMO SEMANAL	GRAMOS A LA SEMANA	GRAMOS AL MES	GRAMOS AL AÑO	EN UNIDADES DE 50 GRS.
Fundas de 10gr.	11	110	440	5.280	
Fundas de 30gr.	6	180	720	8.640	
Fundas de 50gr.	15	750	3.000	36.000	
Fundas de 100gr.	46	4.600	18.400	220.800	
Fundas de 200gr.	115	23.000	92.000	1.104.000	
TOTAL	193	28.640	114.560	1.374.720	27.494 Un.

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Resultado de las Encuestas a familias consumidoras de café, 2015

3.9.2 Proyección de la Demanda

Para la proyección de la demanda se utiliza la fórmula de crecimiento exponencial, utilizando la variable del Índice del Precio del Consumidor – Inflación que es del 3,38% al 2015, datos obtenidos del portal del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC.

TABLA N° 3.17

Proyección de la Demanda en Unidades de 50 Gramos

PRODUCTO	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Café a base de Quinoa	28.423	29.384	30.377	31.404	32.465
TOTAL	28.423	29.384	30.377	31.404	32.465

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Resultado de las Encuestas a familias consumidoras de café, 2015

3.10. Identificación y análisis de la oferta

Al analizar la oferta se establece que en la ciudad de Atuntaqui en los supermercados, abacerías y tiendas no se comercializa café a base de quinua. De ésta forma para tener un marco referencial de la oferta se consideró las otras marcas de café convencional que se comercializa en la misma. Para determinar éstos datos se realizó una encuesta dirigida particularmente a supermercados, abacerías y tiendas que expenden café tradicional en el sector.

3.10.1 Análisis e interpretación de los resultados de la Encuesta

A continuación el análisis e interpretación de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a supermercados, abacerías y tiendas de la ciudad de Atuntaqui; con el objetivo de conocer la cantidad promedio de la oferta del café tradicional en sus diferentes marcas.

La muestra se tomó de acuerdo a la cantidad de despensas que venden café en la ciudad de Atuntaqui, teniendo una cantidad de 71 locales, entre supermercados, abacerías y tiendas medianas y pequeñas.

1. ¿Vende usted Café?

TABLA N° 3.18

Venta de Café

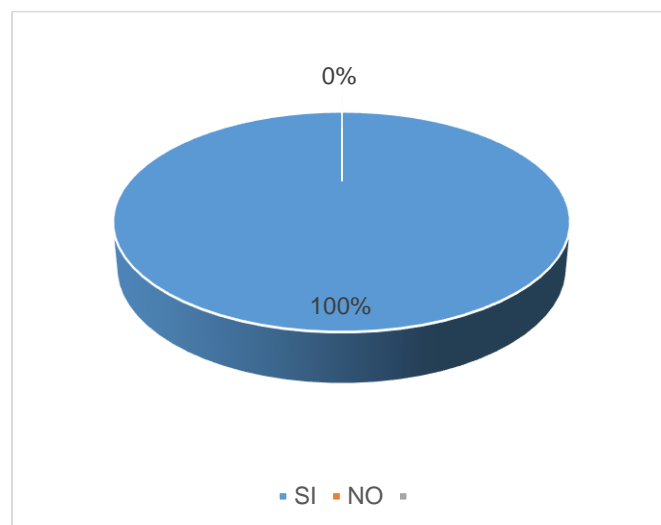
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	71	100%
No	0	0%
TOTAL	71	100%

FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

GRÁFICO N° 3.14

Venta de Café



FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

De acuerdo a la tabla N° 3.18, se observó que la totalidad de los locales comerciales encuestados venden el café tradicional en sus diferentes marcas.

2. ¿Qué tipo de Café tiene más demanda?

TABLA N° 3.19

Tipos de café con más demanda

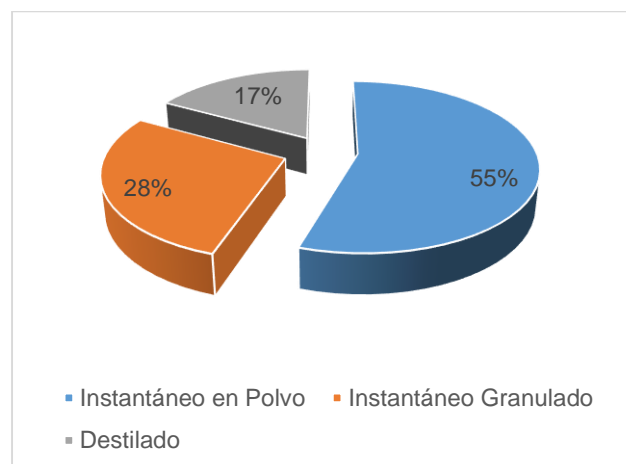
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Instantáneo en Polvo	39	55%
Instantáneo Granulado	20	28%
Destilado	12	17%
TOTAL	71	100%

FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

GRÁFICO N° 3.15

Tipos de café con más demanda



FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

De acuerdo a la tabla N° 3.19, se observó que la mayoría de los locales venden café en polvo y granulado por costumbre y tradición, los comerciantes comentan que es minoría las familias que compran el destilado.

3. ¿Cuál es el peso del café en gramos de mayor comercialización?

TABLA N° 3.20

Mayor venta de café según su peso en gramos

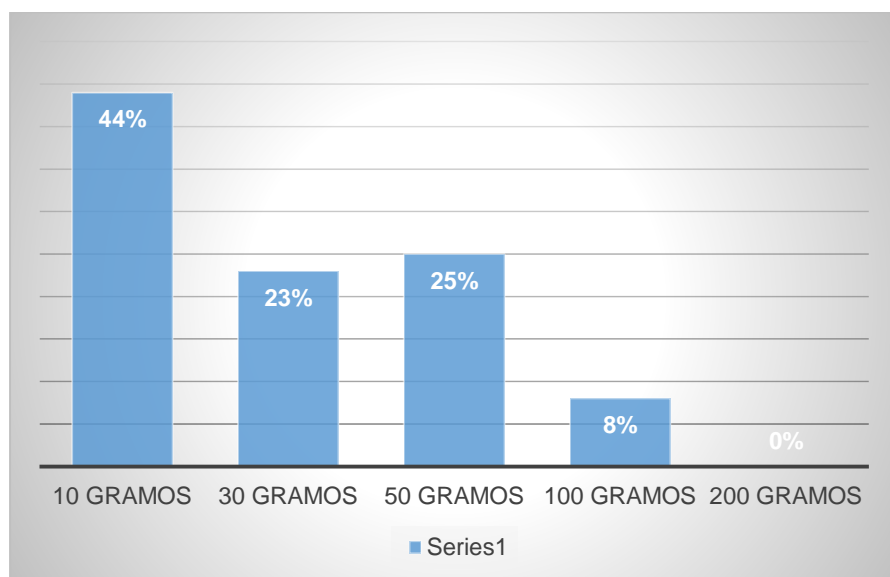
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 Gramos	31	44%
30 Gramos	16	23%
50 Gramos	18	25%
100 Gramos	6	8%
200 Gramos	0	0%
TOTAL	71	100%

FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

GRÁFICO N° 3.16

Mayor venta de café según su peso en gramos



FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

De acuerdo a la tabla N° 3.20, se observó que el producto según su peso en gramos de mayor circulación al consumidor es empaques de 10, 30 y 50 gramos.

4. ¿Cuál es el promedio de venta semanal de Café en estas presentaciones?

TABLA N° 3.21

Promedio de venta semanal de café en gramos

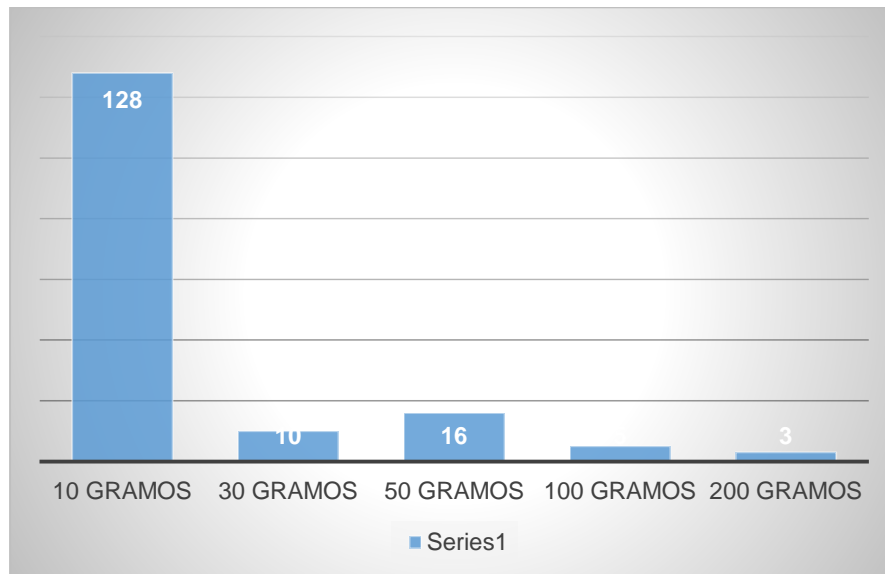
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 Gramos	128	79%
30 Gramos	10	6%
50 Gramos	16	10%
100 Gramos	5	3%
200 Gramos	3	2%
TOTAL		100%

FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

GRÁFICO N° 3.17

Promedio de venta semanal de café en gramos



FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

De acuerdo a la tabla N° 3.21, se observó que hay un buen consumo de café tradicional, ya que los locales de despensa de café tienen un buen promedio de venta de los mismos en sus diferentes presentaciones y pesos.

5. ¿Cuál es el precio de venta de un empaque de Café de 50 gramos?

TABLA N° 3.22

Precio de venta promedio de café de 50 gramos

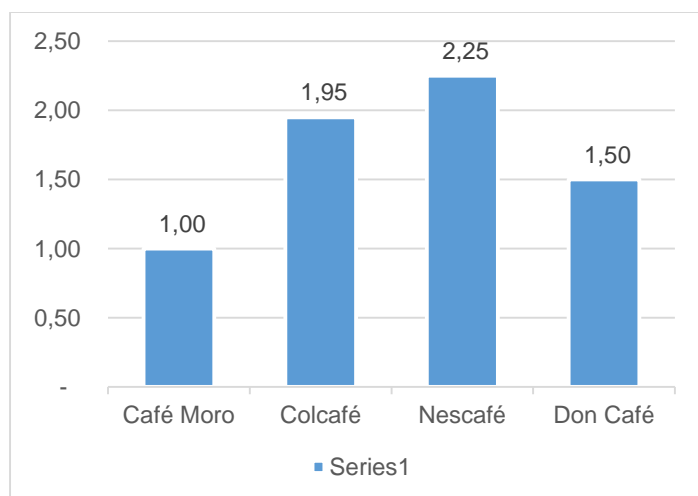
VARIABLE	Precio Unitario Promedio
Café Moro	\$ 1.00
Colcafé	\$ 1.95
Nescafé	\$ 2.25
Don Café	\$ 1.50
TOTAL	

FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

GRÁFICO N° 3.18

Precio de venta promedio de café de 50 gramos



FUENTE: Base de datos de la información de Encuestas, 2015

ELABORADO POR: Los Autores

De acuerdo a la tabla N° 3.22, se observó los distintos precios que tienen los cafés tradicionales en empaques de 50 gramos, los mismos que servirán de referencia para obtener el nuestro.

3.10.2 Cálculo de la Oferta

TABLA N° 3.23

Cálculo de la oferta, 2015

DETALLE	FRECUENCIA DE VENTA SEMANAL	GRAMOS A LA SEMANA	GRAMOS AL MES	GRAMOS AL AÑO	EN UNIDADES DE 50 GRS.
Fundas de 10gr.	128	1.280,00	5.120	61.440	
Fundas de 30gr.	10	300,00	1.200	14.400	
Fundas de 50gr.	16	800,00	3.200	38.400	
Fundas de 100gr.	5	500,00	2.000	24.000	
Fundas de 200gr.	3	600,00	2.400	28.800	
TOTAL	162	3.480	13.920	167.040	3.341 Un.

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Encuestas realizadas a supermercados, abacerías y tiendas, 2015

3.10.3 Proyección de la Oferta

Para la proyección de la oferta se utiliza los mismos parámetros que la demanda, la fórmula de crecimiento exponencial, utilizando la variable del Índice del Precio del Consumidor – Inflación que es del 3,38% al 2015, datos obtenidos del portal del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC.

TABLA N° 3.24

Proyección de la oferta en unidades de 50 gramos

PRODUCTO	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Café Tradicional	3.454	3.571	3.691	3.816	3.945
TOTAL	3.454	3.571	3.691	3.816	3.945

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Encuestas realizadas a supermercados, abacerías y tiendas, 2015

3.11. Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha es el producto de la demanda real menos la oferta real. Para la proyección se utiliza los mismos parámetros.

Existe una demanda insatisfecha aceptable que puede ser admitida por el presente proyecto en estudio.

TABLA N° 3.25

Demanda Insatisfecha en unidades de 50 gramos

CAFÉ DE QUINUA	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
DEMANDA	28.423	29.384	30.377	31.404	32.465
(-) OFERTA	3.454	3.571	3.691	3.816	3.945
=DEMANDA INSATISFECHA	24.969	25.813	26.686	27.588	28.520

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Estudio de Mercado

3.11.1 Cantidad proyectada del proyecto

Una vez establecida la demanda insatisfecha del producto, se determina que la empresa estará en la capacidad de producir y cubrir en un 95% de la misma en cada año; al no ser una ciudad extremadamente grande se puede llegar incluso a cubrir el 100% de la demanda; con expectativas a un crecimiento a otras ciudades, otras provincias e incluso otros países.

3.12. Análisis de precios

Los precios de las marcas de café dependen mucho de la competencia, en el mercado encontramos variedad de marcas y por ende variedad de precios unos más convenientes que otros. Los precios más altos los tienen los cafés que son importados, de igual manera los precios varían unos con otros dependiendo de la forma de presentación y calidad.

Una vez realizado el estudio respectivo para determinar el precio de los empaques y/o sachet de 50 gramos de café a base de quinua para el año 2016, se llegó a determinar un precio promedio de \$ 1.50 por unidad.

Para establecer el precio de este tipo de café se tomó en cuenta el costo de producción, el precio de la competencia para los productos sustitutivos por tamaño de empaque y el precio que los consumidores están dispuestos a pagar; considerando un margen de utilidad que permita a la empresa seguir produciendo y solventando todas las expectativas planteadas.

Para la proyección y crecimiento de precios se toma en cuenta la inflación del último año que es del 3,38% en el 2015.

TABLA N° 3.26
Proyección del Precio

FUNDAS DE 50grs.					
PRODUCTO	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Café de Quinua	1,50 c/un	1,55 c/un	1,60 c/un	1,66 c/un	1,71 c/un

FUENTE: Análisis de Costos referenciales de la competencia

ELABORADO POR: Los Autores

3.13. Canales de Comercialización

La comercialización del café a base de quinua se la realizará en base a dos cadenas de comercialización:

GRÁFICO N° 3.19

Sistema de Comercialización



FUENTE: Observación Directa

ELABORADO POR: Los Autores

3.13.1 Consumidor final

Las ventas se realizarán al por mayor y menor a través del punto de ventas que estará ubicada en la misma factoría.

3.13.2 Clientes potenciales

Los clientes potenciales o aliados comerciales serán las tiendas, panaderías, abacerías, supermercados, hosterías y restaurantes.

3.13.3 Cadenas de Distribución

La distribución se realizará directamente desde el punto de venta de la planta a los clientes potenciales mediante una camioneta de propiedad de la empresa.

3.14. Estrategias de Mercado

3.14.1 Estrategia de Publicidad

La publicidad se realizará en concordancia al estudio de mercado realizado a la población, mediante encuestas en la que se realizarán publicaciones en las emisoras de Radio, más o menos una o dos cuñas diarias y una publicación mensual en el Diario “El Norte “de mayor circulación en el Norte Ecuatoriano.

Además se dará a conocer el producto a través del Internet, para lo cual se adquirirá una página web, incluso para las ventas por Internet para dar a conocer las bondades del producto.

3.14.2 Estrategia de distribución

Para evitar intermediarios que encarecen el producto y para mayor agilidad y satisfacción del cliente la distribución se lo realizará directamente a los clientes potenciales.

3.14.3 Estrategia de precio

Por ser un producto nuevo y nutritivo el precio estará orientado a ser el más justo y bajo con la finalidad de que sea un precio competitivo; así sea accesible para que todo tipo de personas lo pueda adquirir sin ningún riesgo a su bolsillo.

3.15. Conclusiones del estudio de mercado

En concordancia al estudio de mercado realizado a los moradores de la ciudad de Atuntaqui, se concluye que existe aceptación del producto, y que existe una considerable demanda insatisfecha que puede ser cubierta por el proyecto en estudio, y que los precios son justos y al alcance de toda la población.

Con respecto al precio, se pretende establecer un valor que pueda ser competitivo con la oferta y que cubra las expectativas de los compradores.

En concordancia a los datos obtenidos en las encuestas que se realizaron para obtener resultados se concluye que los demandantes de dicho producto están dispuestos a comprar café a base de quinua en presentaciones de fundas herméticas y/o sobres de alrededor de 50grs.

La expectativa como empresa no es solamente cubrir la demanda insatisfecha de la ciudad de Atuntaqui, sino que se pretende además dar a conocer el producto en otras provincias y porque no fuera del país, con el objetivo de satisfacer las necesidades de todos los alrededores de nuestra provincia y del país.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO

4.1. Introducción

El estudio técnico comprende los principales temas como son: localización el cual abarca la macro localización y micro localización, tamaño e ingeniería del proyecto, como:

Abastecimiento y especificaciones de materia prima, insumos y material de empaque, procesos de producción, maquinaria y equipo, construcción e instalaciones de la planta, presupuesto técnico e inversiones.

4.2. Localización del proyecto

4.2.1 Macro Localización del proyecto

El presente proyecto se encontrará ubicado en la región norte del país en la provincia de Imbabura, Cantón Antonio Ante, Ciudad de Atuntaqui.

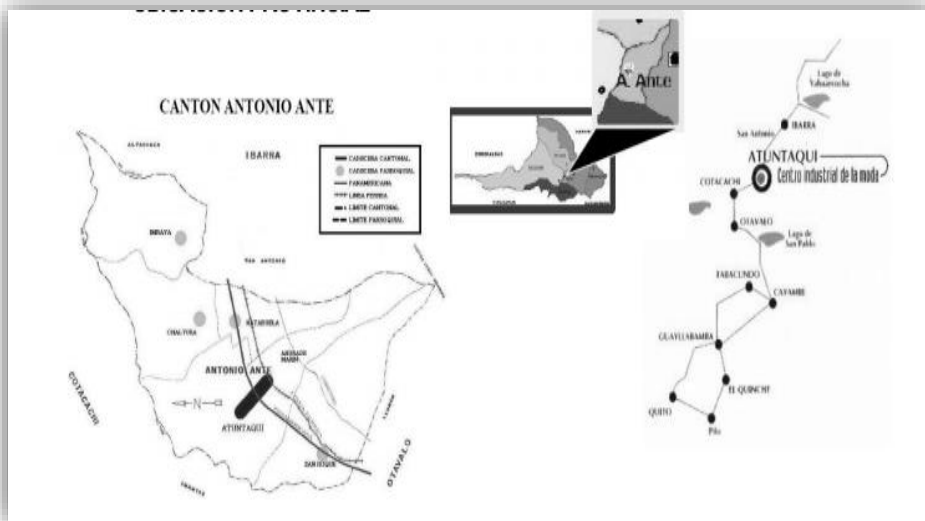
Según el Gobierno Municipal de Antonio Ante (2014), el cantón Antonio Ante se ubica en la Provincia de Imbabura, limita al Norte con el cantón Ibarra, al Sur con el cantón Otavalo, al Este con el Cerro Imbabura y al Oeste con los cantones Cotacachi y Urcuquí.

Cuenta con una superficie de 83,10 km², su población total es de 41330 habitantes, actualmente existen 2 parroquias urbanas:

Atuntaqui (cabecera cantonal) y Andrade Marín y 4 parroquias rurales: San Roque, Chaltura, Natabuela e Imbaya, su clima es templado seco con una temperatura media de 15,40°C.

GRÁFICO N° 4.1

Macro Localización del proyecto



FUENTE: GAD Municipal de Antonio Ante

ELABORADO POR: Los Autores

4.2.2 Micro Localización del proyecto

El punto donde se instalará el centro de procesamiento de café a base de quinua, se encuentra ubicado en la ciudad de Atuntaqui en la Av. Rocafuerte y Panamericana norte, diagonal al Estadio Olímpico.

GRÁFICO N° 4.2

Micro Localización del proyecto



FUENTE: Google maps (2015)

ELABORADO POR: Los Autores

4.3. Servicios Básicos, Comunicación e Infraestructura

➤ **Ubicación**

Av. Rocafuerte y Panamericana Norte

➤ **Servicios Básicos**

El lugar cuenta con Agua Potable, Energía Eléctrica, Alcantarillado, Telefonía Fija, Internet y TV por Cable.

➤ **Transporte**

Cuenta con todos los servicios de transporte público y privado, a cualesquier hora y para cualquier dirección.

➤ **Vías**

Las vías de acceso son de primer orden, con aceras y con parqueaderos.

➤ **Perímetro Comercial**

El lugar donde se implantará la planta de producción de café a base de quinua está dentro de éste perímetro; es una zona comercial, donde existen almacenes, restaurantes, etc.

4.4. Análisis de factores del sector asignado

Para comprobar los aspectos cualitativos de la ubicación del presente proyecto se empleó el método cualitativo el cual permitirá calificar a cada factor asignado.

A continuación se establece la calificación y el análisis de diferentes factores que determinan las ventajas de la ubicación de la planta en la Av. Rocafuerte y Panamericana, en comparación con dos lugares adicionales de la ciudad de Atuntaqui, la Av. General Enríquez y Bolívar y la Av. Salinas y Av. Luis Leoro Franco.

4.4.1 Método cualitativo por puntos

TABLA N° 4.1

Factores relevantes por áreas cercanas

Lugar de producción de café a base de quinua	<i>Peso</i>	Av. Rocafuerte y Panamericana		Av. Gral. Enríquez y Bolívar		Av. Salinas y Av. Luis Leoro Franco	
		* <i>C</i>	** <i>P</i>	<i>C</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>P</i>
MP disponible	0.30	10	3	8	2.4	8	2,4
Mano de obra disponible	0.10	9	0,9	10	1	9	0,9
Cercanía al mercado	0.20	8	1.6	9	1,8	10	2
Costo de terreno	0.10	10	1	8	0.8	9	0.9
Factores ambientales	0.10	9	0,9	8	0,8	8	0,8
Disponibilidad de servicios básicos	0.20	10	2	10	2	10	2
Totales	1.00		9.4		8.8		9.0

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Trabajo de Campo

4.4.2 Materia Prima disponible

Para la ejecución del presente proyecto, no habrá ningún inconveniente en el abastecimiento de la materia prima ya que la quinua será adquirida en la Unidad Nacional de Abastecimiento (UNA – EP) de la ciudad de Ibarra, perteneciente al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), teniendo una ventaja positiva para la creación de la empresa.

4.4.3 Mano de Obra disponible

Para localizar el personal calificado que labore en la planta procesadora de café a base de quinua, tanto el área productiva como en el área administrativa, no habrá ningún inconveniente en la adquisición de la misma, ya que en Atuntaqui se centra la mayor economía del Cantón debido a empresas textiles y microempresas de producción agroindustrial que existen en la

ciudad, haciendo que haya más oportunidad de estudiar, por ende de desempeñarse en las áreas que les corresponda, para adquirir conocimientos necesarios en los procesos de industrialización.

4.4.4 Cercanía al mercado

La planta procesadora de café a base de quinua se encontrará ubicada en el centro de la ciudad de Atuntaqui siendo un lugar estratégico para la comercialización del producto final a los principales puntos de venta de la ciudad los cuales son los principales clientes potenciales.

4.4.5 Costo de terreno

El lugar donde se instalará el punto de producción, se encuentra en ventaja ya que el costo del arriendo es menor en comparación a los otros lugares analizados, ya que no se encuentra en pleno centro de la ciudad y cercanas a otras empresas, mientras que los otros dos lugares por estar en una zona comercial más central y con afluencia de gente, su costo en arriendo es muy elevado.

4.4.6 Factores ambientales

Los posibles impactos ambientales negativos se centran más en los locales céntricos debido a muchos factores físicos, químicos, mecánicos entre otros que puedan alterar la salud de la mano de obra, mientras que en la zona a establecerse es menor porque se encuentra alejada del centro de la ciudad, aquí no existen muchas fábricas que puedan afectar el ambiente.

Cabe mencionar que la empresa procesadora de café a base de quinua no afectará significativamente al medio ambiente, debido a que las pérdidas de materia prima en el proceso son mínimas ya que se aprovecha el total de la materia prima, por lo que se manejará medidas de contingencia ambiental basándose en las normas ambientales TULSMA que significa Texto Unificado de la Legislación Secundaria del Ministerio del Ambiente.

En cuanto a manejo de residuos sólidos y protección del ecosistema y también se basará en Normas de Seguridad Industrial y Salud ocupacional (OSHAS).

4.4.7 Disponibilidad de servicios básicos

En cuanto a la disponibilidad de los servicios básicos no existirá ningún inconveniente para ejecutar el presente proyecto en el sitio establecido, razón por la cual la planta procesadora de café a base de quinua se localizará en un lugar estratégico de la ciudad, en los otros dos sectores también se dispone de servicios básicos ya que están ubicados más al centro de la ciudad.

4.4.8 Ubicación de la empresa

El centro de procesamiento de café a base de quinua, se encontrará ubicado en la ciudad de Atuntaqui en la Av. Rocafuerte y Panamericana norte.

4.5. Distribución de las Instalaciones

4.5.1 Diseño e instalaciones

El área total de construcción donde se instalará la planta procesadora de café a base de quinua, tendrá una superficie de 80 m², los cuales se encuentran distribuidos en las siguientes áreas:

➤ **Área Administrativa**

En el área Administrativa se encuentran: La Gerencia, El departamento de Contabilidad y Facturación y las áreas de compras y ventas.

➤ **Área de Producción**

En el área de Producción se localizan: La Recepción de la materia prima, Selección y Clasificación, Pesado, Lavado y Desinfección, Tueste, Molido, Control de calidad, Bodegas, Vestidor y Baños para los trabajadores.

El terreno tendrá una superficie total de 110 m², el cual se distribuye según el siguiente detalle:

CUADRO N° 4.1

Distribución de la empresa por áreas

Área de la empresa			
Terreno 110 m ²	Construcción 80 m ²	Área Administrativa	
		Gerencia	8 m ²
		Contabilidad	6 m ²
		Compras y ventas	8 m ²
		Sala de espera	5 m ²
		Sanitario	3 m ²
		Total	30 m²
		Área de Producción	
		Recepción	6 m ²
		Selección y clasificación	5 m ²
		Pesado	3 m ²
		Lavado y Desinfect.	4 m ²
		Tueste	6 m ²
		Molido	5 m ²
	Control de calidad	5 m ²	
	Vestidor	4 m ²	
	Bodegas	8 m ²	
	Baño	4 m ²	
	Total	50 m²	
	Patios 30 m ²	Zona de vehículos para recepción e ingreso	11 m ²
		Zona de vehículos de despacho y salida	11 m ²
		Áreas verdes	8 m ²
		Total	30 m²

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE. Investigación de Campo

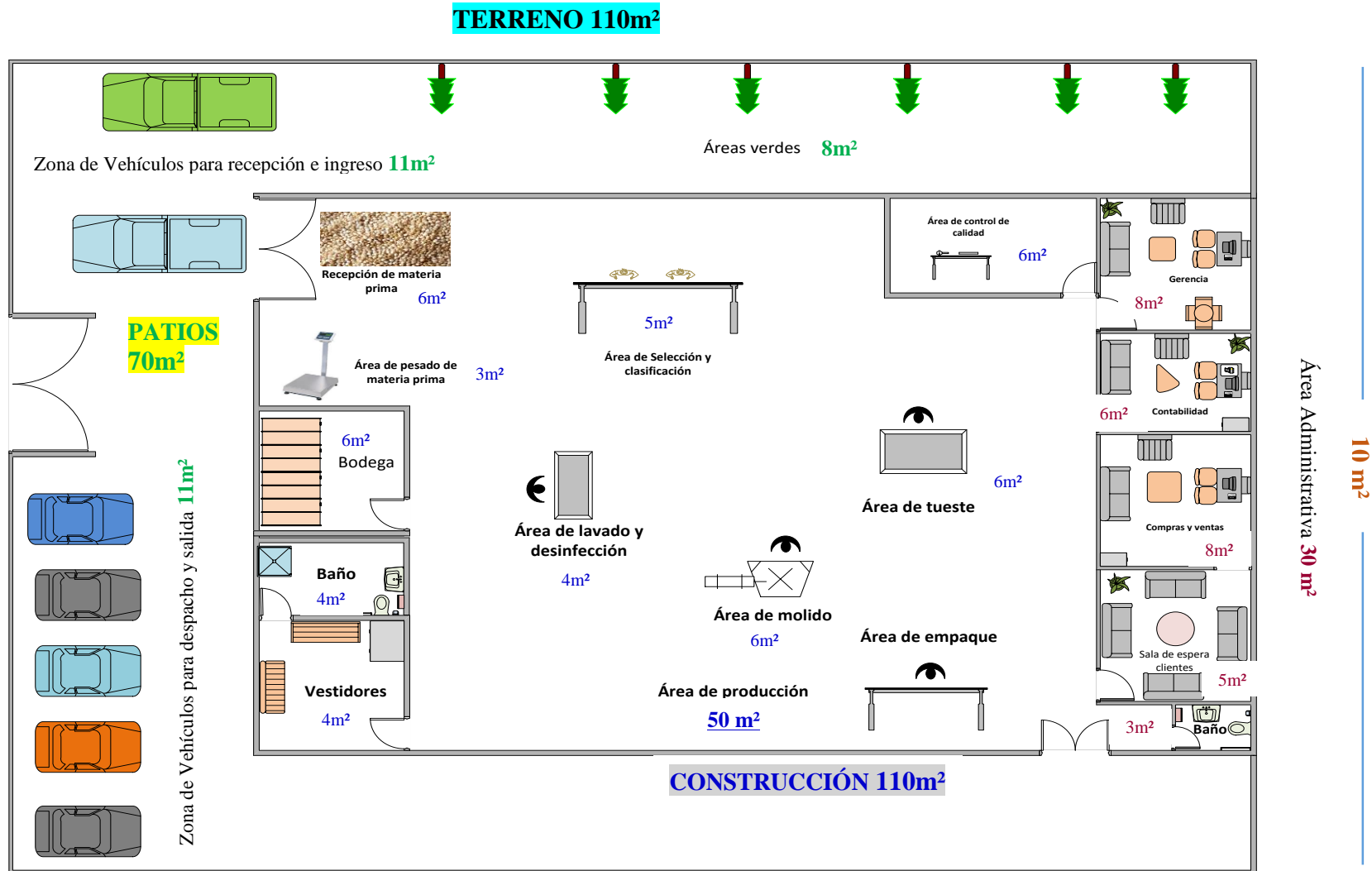
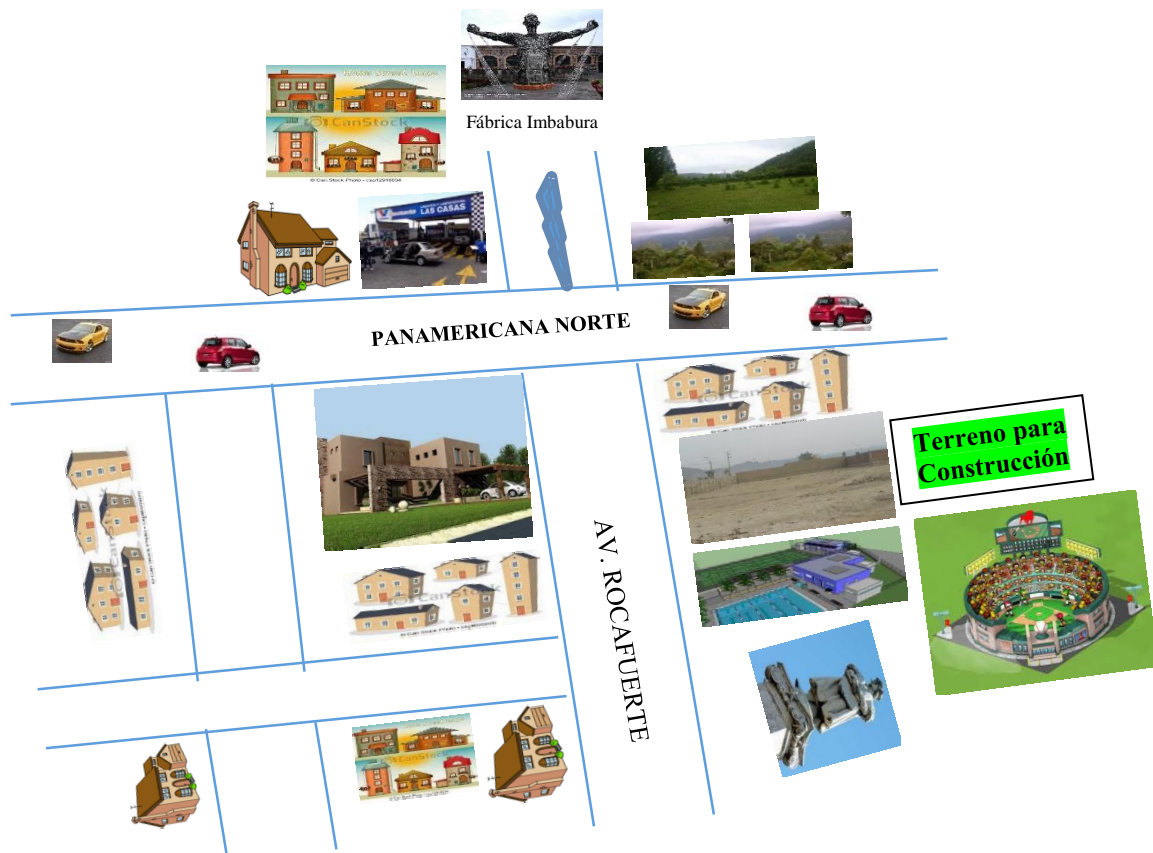


GRÁFICO N° 4.3 Distribución de la Empresa

4.5.2 Croquis de Ubicación

La empresa EL Aroma del Buen Sabor productora del Café a base de Quinua se encuentra localizada en la Av. Rocafuerte y Panamericana de la ciudad de Atuntaqui, el terreno a construir para mejor conocimiento y visualización se encuentra ubicado junto al Complejo Deportivo Olímpico, a unos metros del estadio Jaime Terán Jaramillo, frente a la empresa textil Tejidos Marko's.

IMAGEN N° 4.1



ELABORADO POR: Los Autores

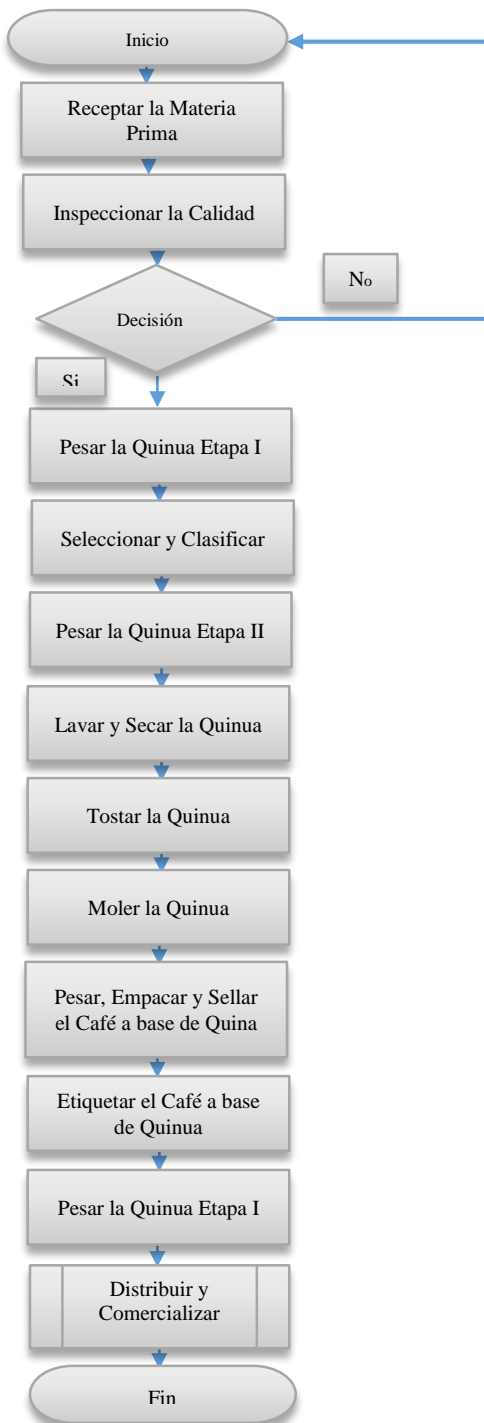
FUENTE: Observación Directa

4.6. Flujo gramas

4.6.1 Flujo grama de procesos

GRÁFICO N° 4.4

Proceso productivo del Café a base de Quinua



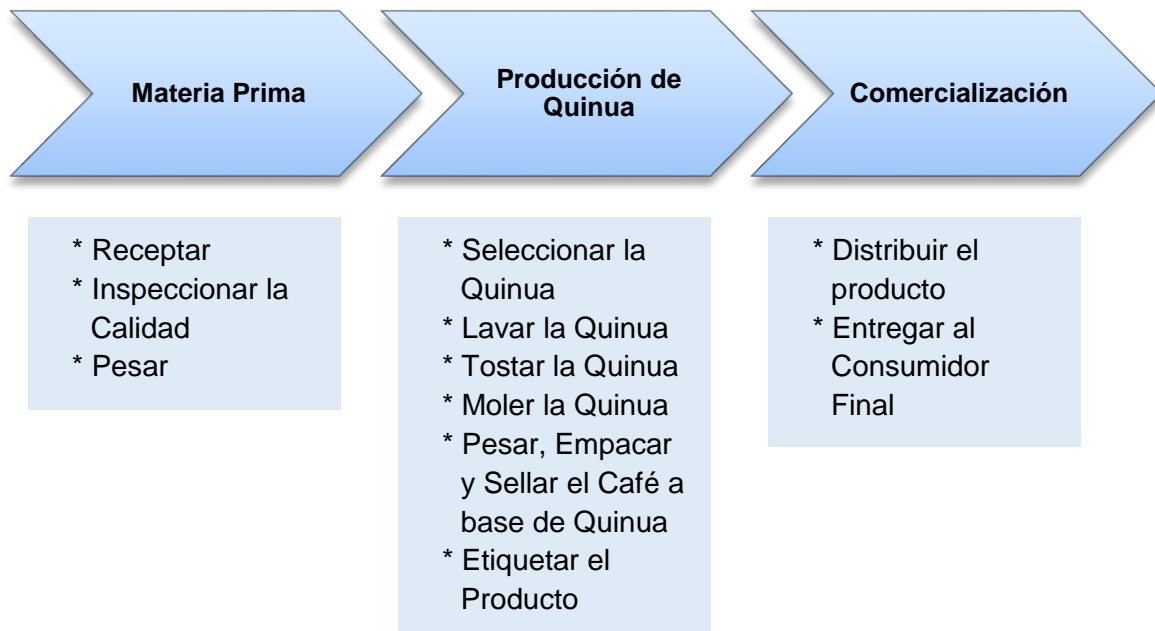
ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación de Campo

4.6.2 Cadena de Valor

GRÁFICO N° 4.5

Proceso de Producción del Café a base de Quinua



ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación de Campo

4.6.3 Descripción del proceso productivo

➤ Recepción de materia prima

La materia prima será adquirida en la planta procesadora de quinua del Ministerio de Agricultura Acuicultura y Pesca y de productores agrícolas de quinua de la Provincia de Imbabura los cuales entregarán la materia prima directamente a la planta.

➤ Inspección de Calidad

Al ingresar la materia prima a la planta de procesamiento se realizará un análisis de calidad previo, especialmente en la humedad en el grano, el cual debe tener una humedad máxima del 12%.

Una vez realizado la verificación, la quinua es ingresada y se prepara para ser pesado. En caso de no cumplir los parámetros necesarios de calidad para ser procesada la materia prima, éste es devuelto al productor.

➤ **Pesado I**

Se pesará la materia prima proveniente mediante una báscula de capacidad de 50 kg. Con la finalidad de facilitar la cantidad de dinero en cuanto a pago de proveedores y obtener el rendimiento de la materia prima.

➤ **Selección y clasificación**

Los granos de quinua pueden tener varios defectos que deben ser identificados y de ser el caso eliminados ya sea por no cumplir los requisitos de calidad.

➤ **Pesado II**

Esta etapa se procede a pesar la cantidad de materia prima a procesar apta que paso la inspección de calidad y para cálculo de rendimiento del producto final.

➤ **Lavado y desinfección**

En esta etapa se procede a lavar la materia prima sumergiendo los granos de quinua en tanques de lavado con una solución de hipoclorito de sodio al 5% para eliminar microorganismos patógenos y eliminar impurezas en la materia prima.

➤ **Tueste**

A continuación de haber lavado y escurrido los granos de quinua, se procede a tostar hasta obtener un punto de que toda la quinua este unificada en el color.

➤ **Molido**

El molido de la quinua se lo realizará en un molino eléctrico. La máquina que lo realice consiste en un tambor rotatorio dentro del cual se coloca a la quinua. Al girar el aparato los granos rozan unos con otros lográndose así el pulido y la homogenización de la quinua.

➤ **Pesado, Empacado y Etiquetado y sellado**

La clave de obtener un café de buena calidad con buenas características organolépticas es envasar el café de quinua de manera que se mantenga el aroma del café recién tostado. El café será empacado en fundas herméticas y/o sobres con el logotipo de la empresa.

➤ **Comercialización**

Los canales de comercialización serán los mercados, tiendas, supermercados, abacerías, cafeterías, hoteles y bares de las instituciones educativas a los cuales se les entregará mediante la modalidad contra entrega.

CUADRO N° 4.2

Adquisición de materia prima

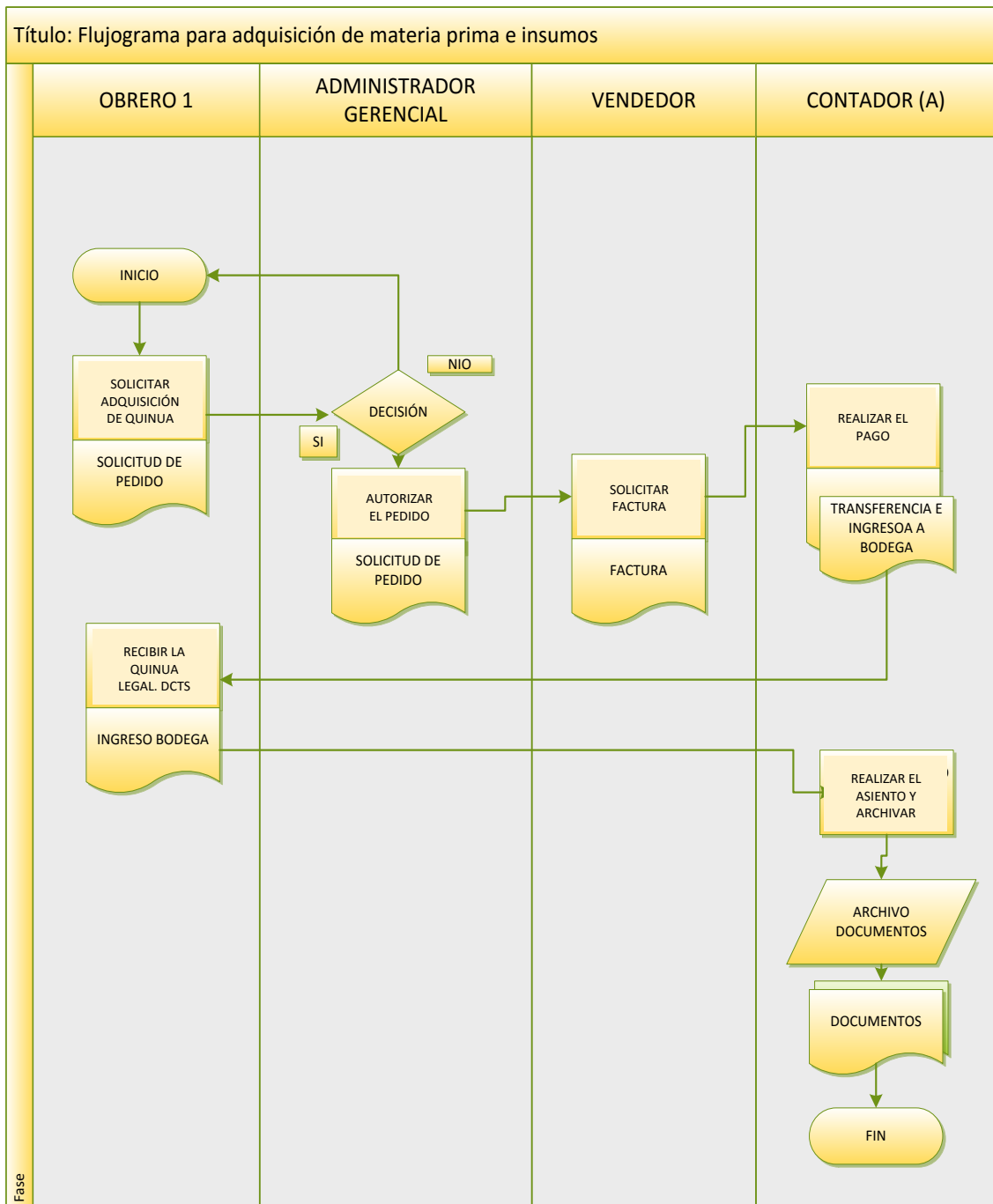
Nro.	Responsable	Actividad
1	Obrero 1	Solicita la adquisición de materia prima (quinua) e insumos mediante solicitud.
2	Administrador Gerencial	Autoriza la solicitud de pedido y pasa al vendedor para que obtenga la factura.
3	Vendedor Despachador	Solicita la factura al proveedor para realizar el pago y luego pasa a contabilidad.
4	Contador	Realiza la transferencia de pago y el ingreso a bodega.
5	Supervisor de Producción	Recibe la materia prima e insumos y legaliza los documentos de ingreso.
6	Contador	Realiza el asiento contable.
7	Contador	Archiva la documentación correspondiente.

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación de Campo

GRÁFICO N° 4.6

Flujo grama para la adquisición de materia Prima



ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

CUADRO N° 4.3

Detalle para la venta del Producto

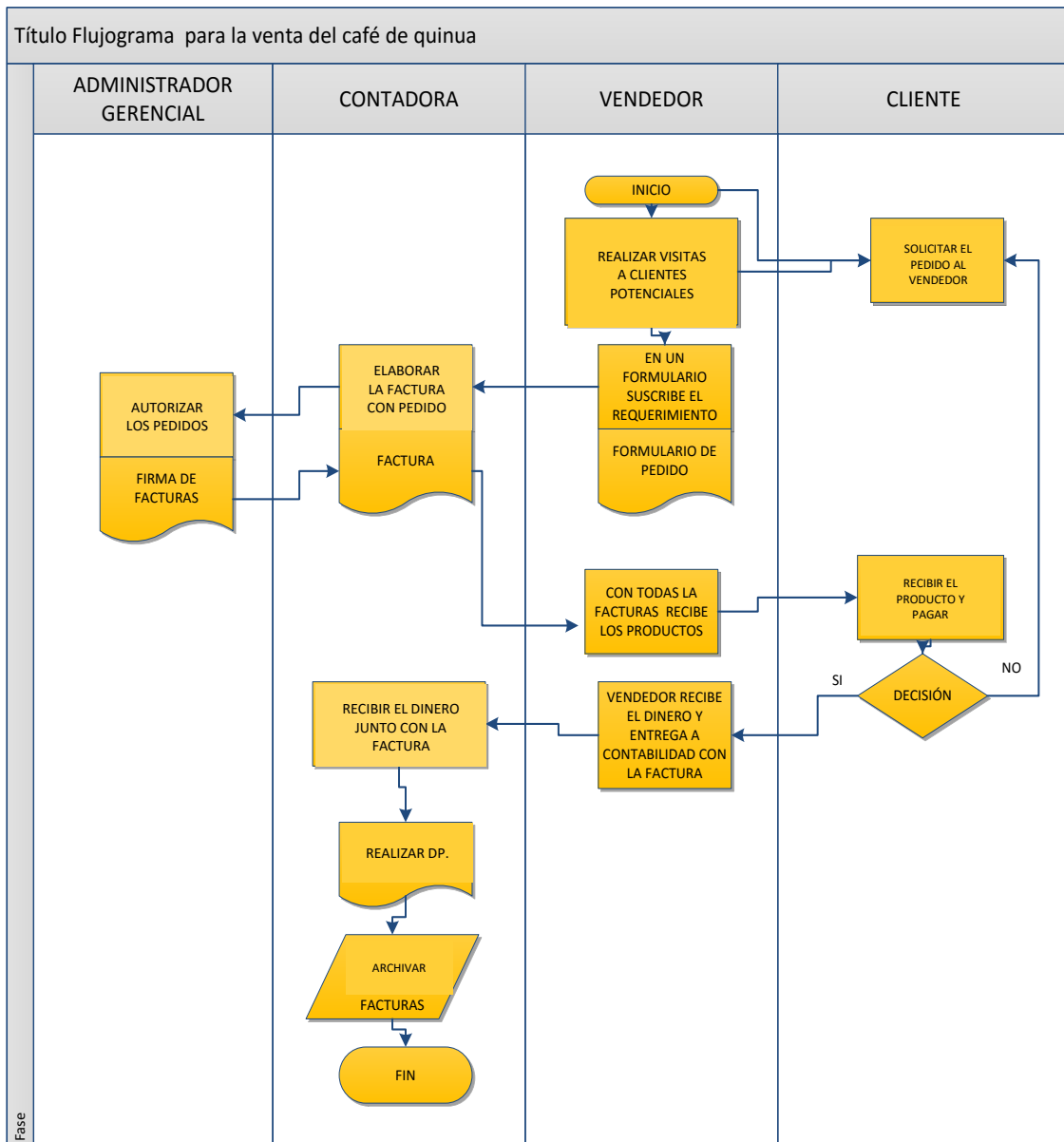
Nro.	Responsable	Actividad
1	Vendedor	Promociona el producto y ofrece a los clientes: tiendas, abacerías, supermercados y mercados.
2	Cliente	Solicita el pedido al vendedor y llena el formulario de pedido.
3	Administrador Gerencial	Autoriza la venta del producto.
4	Contador	Recibe el efectivo y emite el documento de orden de entrega.
5	Cliente	Legaliza la factura y orden de entrega y paga al vendedor el efectivo.
6	Vendedor	Recibe la orden y entrega el producto
7	Contador	Realiza el asiento contable
8	Contador	Archiva la documentación correspondiente.

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

GRÁFICO N° 4.7

Flujo grama para la venta del Producto



ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

4.7. Tamaño del proyecto

4.7.1 Factores que determinan el tamaño de la planta

Los principales factores que determinan el tamaño de la planta son:

➤ Demanda insatisfecha

Al obtener la oferta y la demanda el cual fue investigado en la Ciudad de Atuntaqui, se obtuvo la demanda insatisfecha para el café a base de quinua, donde se comprobó que existe demanda potencial a satisfacer suficiente para poner en marcha el proyecto.

TABLA N° 4.2

Demanda potencial a satisfacer en unidades de 50 gramos

CAFÉ DE QUINUA	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Demanda	28.423	29.384	30.377	31.404	32.465
(-) Oferta	3.454	3.571	3.691	3.816	3.945
=DEMANDA INSATISFECHA	24.969 Un.	25.813	26.686	27.588	28.520
Demanda Potencial	23.721 Un.	24.523	25.352	26.208	27.094
Capacidad de la Planta			95%		

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

➤ Disponibilidad de materia prima

La materia prima principal es la quinua para la elaboración del café a base de quinua, la misma que se comprará al abastecimiento del ministerio de Agricultura de la provincia y también se puede dar el caso de adquirirla directamente a pequeños productores de la zona.

➤ Disponibilidad de insumos

Los insumos que se requieren para el procesamiento de café a base de quinua, se encuentran en la misma zona norte del país donde se encontrará ubicada la empresa. Los proveedores de insumos y materiales se encuentran disponible en las Ciudades de Ibarra, Quito y Otavalo.

➤ Capacidad financiera

Este factor es de vital importancia para la ejecución de la empresa ya que permite analizar hasta qué punto se puede invertir en la empresa, para lo cual se tiene dos tipos de financiamiento como es la inversión propia que será de 27.960,36 dólares que corresponde al 58% del financiamiento, y en segunda instancia se tiene un endeudamiento el cuál se realizará en el Banco Nacional de Fomento por 20.000,00 dólares, lo que corresponde al 42% del financiamiento, dando una inversión total para la construcción de la empresa de \$ 47.960,36 dólares.

4.7.2 Tamaño y capacidad de la planta

La capacidad de producción de la planta, se determina en función a la demanda insatisfecha, en nuestro proyecto será del 95% como se observa en el siguiente detalle:

TABLA N° 4.3

Capacidad de la planta

	Producto en Unidades	Café de Quinua (1 unidad = 1 funda de 50gr.)
	Unidades/año	23.721
	Unidades/mes	1.977
Capacidad de la planta	Unidades/ semana	494
	Unidades/día	99
	Unidades/hora	12

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

La fórmula que se va a utilizar para el cálculo es la siguiente:

$$\text{Capacidad}_{\text{planta}} = \frac{\text{unidades/año}}{\text{N}^{\circ}\text{horas} \times \text{N}^{\circ}\text{días} \times \text{N}^{\circ}\text{semanas}}$$

Datos:

Demanda Insatisfecha:	24.969 unidades de 50 gramos
Capacidad de la planta:	95%
Cantidad de producción:	24.969 * 95% = 23.721 unidades de 50 gramos al año
Nº horas trabajo:	8 h
Nº días trabajo:	5 días
Nº semanas trabajo:	48 semanas

$$\text{Capacidad}_{\text{planta}} = \frac{23.721 \text{ unidades/año}}{8 \text{ h} \times 5 \text{ días} \times 48 \text{ semanas}}$$

$$\text{Capacidad}_{\text{planta}} = 12 \text{ Unidades en productos terminados/hora}$$

Para el cálculo de esta fórmula se tomó en cuenta que la jornada de trabajo será de lunes a viernes en una jornada diaria de trabajo de 8 horas para el primer año de producción de la planta.

4.8. Determinación del Presupuesto Técnico

4.8.1 Inversión fija

La inversión fija está dividida en tres áreas, administrativa, ventas y producción, en concordancia donde están ubicados los bienes.

1) Propiedad Planta y Equipo Área Administrativa

Los bienes de Propiedad Planta y Equipo que se requieren para que la empresa entre en funcionamiento están divididas en tres áreas que son: Administrativa, Ventas y Producción en concordancia al siguiente detalle:

- a) Bienes Inmuebles tendrán una extensión de 110 metros cuadrados, dentro de este rubro está el terreno donde se edificará la factoría de 80 metros cuadrados de construcción.

El terreno está avaluado a \$ 50,00 cada metro cuadrado dando un total de \$ 5.500,00.

TABLA N° 4.4

Terreno

CANTIDAD	DETALLE	COSTO POR CADA m²	COSTO TOTAL
1	Terreno 110 m ²	50,00	5.500,00
TOTAL			5.500,00

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

El edificio tendrá una extensión de 80 metros cuadrados de construcción y el valor por metro cuadrado de construcción es de \$325,00 según los avalúos y catastros del GAD Municipal de Antonio Ante, dando un valor total de \$ 26.000,00

TABLA N° 4.5

Edificio

CANTIDAD	DETALLE	COSTO POR CADA m² DE CONSTRUCCIÓN	COSTO TOTAL
1	Edificio 80 m ²	325,00	26.000,00
TOTAL			26.000,00

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Avalúos y Catastros del GAD Municipal Antonio Ante

- b) Los bienes muebles que se requieren para el área administrativa donde laborará el gerente y/o contador (a) son:

Los Muebles de Oficina que se necesitan para el área administrativa son: Escritorios, sillones, sillas y archivadores; muebles básicos necesarios para toda oficina.

TABLA N° 4.6

Muebles de Oficina

CANTIDAD	MUEBLES DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Escritorio	135,00	135,00
1	Sillón Giratorio	63,00	63,00
2	Sillas Normales	24,45	48,90
1	Archivador Aéreo	70,00	70,00
TOTAL			316,90

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

Los equipos de oficina necesarios en el área administrativa son: calculadoras sumadoras especiales, extensión telefónica con varias líneas para comunicarse con todos los departamentos de la empresa.

TABLA N° 4.7

Equipo de Oficina

CANTIDAD	EQUIPOS DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Calculadora Sumadora	40,00	40,00
1	Extensión Telefónica más Líneas	165,00	165,00
TOTAL			205,00

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

Los equipos de computación y software que se utilizarán para el área administrativa son: computadores para cada oficina, flash memory con buena capacidad para recolectar toda la información de la empresa y mantener resguardo por cualesquier problema mecánico y obviamente una impresora para plasmar en físico la información.

TABLA N° 4.8

Equipos de Computación y Software

CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Computador	789,50	789,50
1	USB de 16 GB	5,00	5,00
1	Impresora Multifunción con Tintas Continuas	357,00	357,00
TOTAL			1.151,50

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

El resumen total del área administrativa es de \$ 33.173,40.

TABLA N° 4.9

Resumen del Área Administrativa

INVERSIONES ÁREA ADMINISTRATIVA		
1	Terreno	5.500,00
2	Edificio	26.000,00
3	Muebles de Oficina	316,90
4	Equipos de Oficina	205,00
5	Equipos de Computación y Software	1.151,50
TOTAL		33.173,40

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

2) Propiedad Planta y Equipo Área de Ventas

La propiedad Planta y Equipo requerido para el área de ventas son: Muebles de Oficina, equipos de oficina, equipos de computación y software, además vehículo donde laborará un chofer despachador.

TABLA N° 4.10

Muebles de Oficina Área ventas

CANTIDAD	MUEBLES DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Escritorio	135,00	135,00
1	Sillón Giratorio	63,00	63,00
2	Sillas Normales	24,45	48,90
1	Archivador Aéreo	70,00	70,00
1	Archivador Mediano	100,00	100,00
TOTAL			416,90

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

Los equipos de oficina que se necesitarán para las oficinas del área de ventas son: portapapeles y una extensión telefónica para la comunicación.

TABLA N° 4.11

Equipos de Oficina

CANTIDAD	EQUIPOS DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Portapapeles	22,00	22,00
1	Teléfono	29,00	29,00
TOTAL			51,00

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

Los equipos de computación y software a utilizar para el área de ventas serán: un computador para facturación, una unidad de memoria para respaldar la información y una impresora.

TABLA N° 4.12

Equipos de Computación y Software

CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Computador	480,00	480,00
1	USB de 8 GB	5,00	5,00
1	Impresora Matricial	160,00	160,00
TOTAL			645,00

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

Para el área de ventas también se utilizará un vehículo para poder movilizar la mercadería y distribuirla a nuestros clientes, éste será una camioneta doble cabina marca Mitsubishi L200 del año 2000 de segunda mano para minimizar costos.

TABLA N° 4.13

Vehículo

CANTIDAD	VEHÍCULO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Camioneta Mitsubishi L200 4X4 Año 2000 Usada	8.000,00	8.000,00
TOTAL			8.000,00

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

El total de activos que se requieren para el Área de Ventas es de \$ 9.112,90.

TABLA N° 4.14**Resumen del Área de Ventas**

INVERSIONES ÁREA DE VENTAS		
1	Muebles de Oficina	416,90
2	Equipos de Oficina	51,00
3	Equipos de Computación y Software	645,00
4	Vehículo	8.000,00
Subtotal Ventas		9.112,90

ELABORADO POR: Los Autores**FUENTE: Investigación Propia****3) Propiedad Planta y Equipo Área de Producción**

Para el área de Producción se requieren muebles de oficina, maquinaria y equipo, y equipos de seguridad de acuerdo al siguiente detalle:

TABLA N° 4.15**Muebles de Oficina de Producción**

CANTIDAD	MUEBLES DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Mesa Metálica	50,00	50,00
2	Sillas Metálicas	25,00	50,00
1	Archivador Metálico Mediano	75,00	75,00
1	Estantería de Metal	50,00	50,00
TOTAL			225,00

ELABORADO POR: Los Autores**FUENTE: Investigación Propia**

La maquinaria y equipo que se utilizará para el área de producción serán varios instrumentos a utilizarse en el proceso para la elaboración del café a base de quinua, y éstos están detallados a continuación:

TABLA N° 4.16**Maquinaria y Equipo**

CANTIDAD	MAQUINARIA Y EQUIPO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Selladora de Empaque	80,00	80,00
1	Molino Industrial	145,00	145,00
1	Balanza Romana Grande	120,00	120,00
1	Cocina Industrial	100,00	100,00
1	Balanza Eléctrica Pequeña	25,00	25,00
2	Ollas Industriales	75,00	150,00
1	Mesa Industrial	50,00	50,00
TOTAL			670,00

ELABORADO POR: Los Autores**FUENTE: Investigación Propia**

Para sacar el permiso de bomberos para que la empresa entre en funcionamiento se requieren equipos de seguridad de acuerdo al siguiente detalle:

TABLA N° 4.17**Equipos de Seguridad**

CANTIDAD	EQUIPOS DE SEGURIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Extintores	30,00	60,00
1	Alarma Inalámbrica	80,00	80,00
3	Señaléticas	10,00	30,00
TOTAL			170,00

ELABORADO POR: Los Autores**FUENTE: Investigación Propia**

El total de activos que se requieren para el Área de Producción es de \$ 1.065,00.

TABLA N° 4.18**Resumen del Área de Producción**

INVERSIONES ÁREA DE PRODUCCIÓN		
1	Muebles de Oficina	225,00
2	Maquinaria y Equipo	670,00
3	Equipos de Seguridad	170,00
Subtotal		1.065,00

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

➤ **Resumen de Inversiones Fijas**

La inversión fija de propiedad Planta y Equipo que se requiere para ejecutar la factoría es de \$ 43.351,30.

Tomamos en cuenta los tres departamentos básicos necesarios que deben estar en la empresa, distribuidos según su naturaleza.

TABLA N° 4.19**Resumen de Inversiones Fijas**

Nro.	DETALLE	VALOR TOTAL
INVERSIONES ÁREA ADMINISTRATIVA		
1	Terreno	5.500,00
2	Edificio	26.000,00
3	Muebles de Oficina	316,90
4	Equipos de Oficina	205,00
5	Equipos de Computación y Software	1.151,50
Subtotal		33.173,40
INVERSIONES ÁREA DE VENTAS		
1	Muebles de Oficina	416,90
2	Equipos de Oficina	51,00
3	Equipos de Computación y Software	645,00

4	Vehículo	8.000,00
Subtotal		9.112,90
INVERSIONES ÁREA DE PRODUCCIÓN		
1	Muebles de Oficina	225,00
2	Maquinaria y Equipo	670,00
3	Equipos de Seguridad	170,00
Subtotal		1.065,00
INVERSIONES FIJAS		43.351,30

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

4.8.2 Inversión Variable

➤ Capital de Trabajo

La inversión variable es el fondo rotativo necesario para cumplir con las obligaciones financieras administrativas como es el pago de nómina, fondos de terceros, seguridad social, impuestos, adquisición de materia prima e insumos, servicios básicos, amortización, deuda e intereses que se necesitan mientras ingresan las primeras ventas. El Capital de Trabajo está calculado para solventar los gastos que tengamos el primer trimestre, mientras llegan las primeras ventas.

Todos los cálculos de proyecciones y explicaciones están en el Estudio Financiero.

TABLA N° 4.20

Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR
Materia Prima Directa	
Quinoa	240,00
Mano de Obra Directa	
Mano de Obra Directa	1.460,16
Costos Indirectos de Producción	
Insumos	296,51
Utensilios de cocina	7,25

Servicios Básicos producción	18,00
Materiales de protección	7,25
Subtotal	329,01
Gastos Administrativos	
Sueldos Administrativos	1.460,16
Servicios Básicos Administrativos	111,00
Materiales de oficina	16,75
Gastos de Constitución	375,00
Materiales de aseo	10,55
Subtotal	1.973,46
Gastos de Ventas	
Gastos de Publicidad	38,25
Combustibles y Lubricantes	82,50
Subtotal	120,75
Gastos Financieros	485,69
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO	4.609,06

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

La tabla N° 4.21 muestra el resumen del capital de trabajo, en lo que está incluido la proyección de los costos de producción y los gastos administrativos, de ventas y los financieros; valores sacados trimestralmente para tener un capital y solventar los primeros gastos que genere la empresa, mientras se tiene las primeras ventas.

TABLA N° 4.21

Resumen del Capital de Trabajo

Descripción	Trimestral	Anual
Proyección Costos de Producción	2.029,17	8.116,67
Proyección Gastos Administrativos	1.973,46	7.893,83
Proyección Gastos de Ventas	120,75	483,00
Proyección Gastos Financieros	485,69	1.942,75
TOTAL	4.609,06	18.436,26

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

4.9. Costos y Gastos

4.9.1 Costos de Producción

Las cantidades, valores unitarios proyecciones están en el Estudio financiero, esta tabla tan solo es el resumen de todos los costos de producción en los tres rubros Materia Prima Directa, Mano de Obra Directa y Costos Indirectos de Producción.

TABLA N° 4.22

Costos de Producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materia Prima Directa		
Quinoa	80,00	960,00
Mano de Obra Directa		
Mano de Obra Directa	486,72	5.840,63
Costos Indirectos de Producción		
Insumos	98,84	1.186,05
Utensilios de cocina	2,42	29,00
Servicios Básicos producción	6,00	72,00
Materiales de protección	2,42	29,00
Subtotal	109,67	1.316,05
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	676,39	8.116,67

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

NOTA: Cantidades, valores unitarios y proyecciones están en el estudio financiero.

4.9.2 Gastos administrativos

Los gastos administrativos están detallados y proyectados en el Estudio Financiero. Este es un resumen de los gastos que se requieren mensualmente y anualmente.

TABLA N° 4.23**Gastos Administrativos**

Gastos Administrativos	Valor Mensual	Valor Anual
Sueldos Administrativos	486,72	5.840,63
Servicios Básicos Administrativos	37,00	444,00
Materiales de oficina	5,58	67,00
Gastos de Constitución	125,00	1.500,00
Materiales de aseo	3,52	42,20
TOTAL	657,82	7.893,83

ELABORADO POR: Los Autores**FUENTE: Investigación Propia**

NOTA: Cantidades, valores unitarios y proyecciones están en el estudio financiero.

4.9.3 Gastos de venta

Los gastos de ventas están calculados mensualmente y anualmente de acuerdo al siguiente detalle:

TABLA N° 4.24**Gastos de venta**

Gastos de Ventas	Valor Mensual	Valor Anual
Gastos de Publicidad	12,75	153,00
Combustibles y Lubricantes	27,50	330,00
TOTAL	40,25	483,00

ELABORADO POR: Los Autores**FUENTE: Investigación Propia**

NOTA: Cantidades, valores unitarios y proyecciones están en el estudio financiero.

4.9.4 Gastos Financieros

Los gastos financieros están de acuerdo a los intereses a pagarse que está en la tabla de amortización en el Estudio Financiero.

TABLA N° 4.25

Gastos Financieros

	Valor Mensual	Valor Anual
Gastos Financieros	161,90	1.942,75

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

NOTA: Cantidades, valores unitarios y proyecciones están en el estudio financiero.

4.10. Inversión Total del Proyecto

La inversión total fija y variable que se requiere para poner en marcha el proyecto es de \$ 47.960,36.

TABLA N° 4.26

Resumen de Inversiones

Detalle	Valor Total
INVERSIONES ÁREA ADMINISTRATIVA	
Terreno	5.500,00
Edificio	26.000,00
Muebles de Oficina	316,90
Equipos de Oficina	205,00
Equipos de Computación y Software	1.151,50
Subtotal	33.173,40
INVERSIONES ÁREA DE VENTAS	
Muebles de Oficina	416,90
Equipos de Oficina	51,00
Equipos de Computación y Software	645,00
Vehículo	8.000,00
Subtotal	9.112,90

INVERSIONES ÁREA DE PRODUCCIÓN

Muebles de Oficina	225,00
Maquinaria y Equipo	670,00
Equipos de Seguridad	170,00
Subtotal	1.065,00
TOTAL INVERSIONES FIJAS	43.351,30
CAPITAL DE TRABAJO	4.609,06
TOTAL INVERSIONES	47.960,36

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

4.11. Financiamiento del proyecto

Para que la empresa entre en funcionamiento se requiere de un capital inicial de \$ 47.960,36; de los cuales el 58% se financiará con capital propio, sea éste en efectivo o en bienes y la diferencia que es el 42%, se financiará con un préstamo al Banco Nacional de Fomento por ser Banco de estado los intereses son más bajos y a largo plazo.

Préstamo \$ 20.000,00

Interés: 10,47% Tasa Activa para inversiones productivas

Plazo: 5 años.

TABLA N° 4.27**Cuadro de Inversiones**

N°	Descripción	Valor
1	Inversión Fija	43.351,30
2	Inversión Variable	4.609,06
TOTAL		47.960,36

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

El capital con el que entrará en funcionamiento la empresa está dividido en 58% propio y el 42% crédito bancario.

TABLA N° 4.28

Detalle del Capital

Descripción	Valor	Porcentaje
Capital Propio	27.960,36	58,00%
Préstamo	20.000,00	42,00%
TOTAL	47.960,36	100%

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

5.1. Introducción

Para el estudio económico financiero se establece en tres presupuestos el de Inversiones, Ingreso y Costos y gastos insumos para elaborar los Estados Financieros y seguidamente se realiza la evaluación financiera con el fin de orientar la gestión contable financiera y, finalmente, se procederá al cálculo de los evaluadores financieros del Proyecto, como son la Tasa de Rendimiento Medio, (TRM), Valor Actual Neto, (VAN), Recuperación del Dinero en el Tiempo (RDT), Costo Beneficio (C/B), y el Punto de Equilibrio (PE) con la intención de determinar si es o no factible.

5.2. Objetivos

5.2.1 Objetivo General

Realizar un estudio económico financiero para la producción y comercialización de café a base de quinua, haciendo referencia a la inversión total que se requiere para crear la empresa.

5.2.2 Objetivos Específicos

- Establecer los ingresos, costos y gastos que intervienen en el proyecto.
- Elaborar los distintos balances financieros que la empresa requiere para ser categorizada como tal.
- Analizar la evaluación económica financiera del proyecto.

5.3. Balance General

El Balance de Situación Inicial proyecta como está económicamente la empresa “EL AROMA DEL BUEN CAFÉ” es éste caso presenta los costos con los cuales la empresa entrará en funcionamiento.

“EL AROMA DEL BUEN CAFÉ” BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVOS		PASIVOS	
Corrientes		Corrientes	
Efectivo y Equivalentes	4.609,06	-	-
Total Activos Corrientes	4.609,06	Total Pasivos Corrientes	-
Activos Fijos		Pasivos a Largo Plazo	
Terreno	5.500,00	Préstamos por Pagar	20.000,00
Edificio	26.000,00	Total Pasivos a Largo Plazo	20.000,00
Muebles y Enseres	1.214,80		
Maquinaria y Equipo	840,00	TOTAL PASIVOS	
Equipo de Computo	1.796,50		
Vehículo	8.000,00	PATRIMONIO	
Total Activos Fijos	43.351,30	Capital	27.960,36
		TOTAL PATRIMONIO	27.960,36
TOTAL ACTIVOS	47.960,36	TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	47.960,36

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

5.4. Presupuesto de Ingresos

Los ingresos serán por la venta de sachet empacados de 50g de café a base de quinua, además habrá la presentación en frascos de vidrio de 100g y 200g para posterior entrega al mercado; todo esto está en concordancia al capítulo III que es el estudio de mercado, pues la empresa se hará cargo del 95% de la demanda insatisfecha; cabe recalcar que las ventas se lo harán solamente en la Ciudad de Atuntaqui, teniendo la tendencia de aumentar la cobertura a otros lugares fuera de la ciudad.

5.4.1 Proyección de Ingresos

La proyección de los Ingresos se obtiene multiplicando la cantidad a producir por el precio, los mismos que fueron determinados con anterioridad, en los capítulos delanteros; además los precios están proyectados con la tasa de inflación al final del año 2015 que es de 3.38%.

TABLA N° 5.1

Proyección de Ingresos

DESCRIPCIÓN	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Café de Quinua	23.721	24.523	25.352	26.208	27.094
	Un.50g.	Un.50g.	Un.50g.	Un.50g.	Un.50g.
Precio Un. 50g	1,50	1,55	1,60	1,66	1,71
TOTAL	35.581	38.027	40.641	43.435	46.421

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

Se comenzará con el 87,55% de la capacidad instalada y en el 2020 se venderá al 100%.

TABLA N° 5.2**Proyección de ventas**

AÑOS	DETALLE	PORCENTAJE
2016	23.721 un. 50g	87,55%
2017	24.523 un. 50g	90,51%
2018	25.352 un. 50g	93,57%
2019	26.208 un. 50g	96,73%
2020	27.094 un. 50g	100,00%

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

5.5. Egresos

La inversión variable está representada por el Capital de Trabajo, ésta es muy indispensable para realizar las actividades de producción y ventas. Para evaluar mejor los recursos económicos y financieros, que intervienen en el proceso de producción, los resultados se analizarán en forma mensual y anual, los mismos que nos permitirán tomar las mejores decisiones en la inversión.

5.5.1 Costos de Producción

Los costos de producción se recuperan en el momento en que se vende el producto y los tres elementos son: Materia Prima Directa (Quinoa), Mano de Obra Directa y Costos Indirectos de Fabricación.

➤ Materia Prima Directa

Es el principal elemento del costo porque los transforma en productos terminados o semi elaborados, en nuestro caso la materia prima directa es la Quinoa; y el crecimiento en precio y cantidades está en concordancia al presupuesto de ventas.

TABLA N° 5.3**Costo de la Materia Prima Directa (Quinua)**

Rubros / Años	Materia Prima Directa				
	2016	2017	2018	2019	2020
Quinua					
Cantidad en kilos	1.200	1.241	1.282	1.326	1.371
Precio	0,80	0,83	0,85	0,88	0,91
Total	960	1.026	1.097	1.172	1.252

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

➤ **Mano de Obra Directa**

La mano de obra Directa está relacionada con el talento humano encargado de la producción del café a base de quinua. Para la proyección de salarios se toma en cuenta la fórmula de crecimiento histórico, para sacar el promedio de los últimos sueldos decretados por el gobierno nacional en los últimos cinco años quedando un promedio del 6,80% anual, todos los obreros recibirán una remuneración mensual unificada más componentes salariales, como Decimotercera Remuneración, Decimocuarta Remuneración, Vacaciones, Fondos de Reserva, Aporte Patronal.

TABLA N° 5.4**Crecimiento Histórico de los Sueldos**

AÑO	Crecimiento histórico de los sueldos	$i = \frac{Q_n}{Q_0} - 1$
2011	264,00	-
2012	292,00	0,11
2013	318,00	0,09
2014	340,00	0,07
2015	354,00	0,04
2016	366,00	0,03
		0,34
		0,068
		6,8

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE. Investigación Propia

TABLA N° 5.5**Mano de Obra Directa**

Por ser una empresa que está en posicionamiento inicial, solo se requerirá de un obrero para la elaboración del café a base de quinua.

SUELDOS DE PRODUCCIÓN

CARGO	N° PERSONAS	VALOR MENSUAL	COSTO ANUAL
Operarios	1	366,00	4.392,00
Componentes Salariales			
Sueldo Básico Unificado		366,00	4.392,00
Aporte Patronal 12,15%		44,47	533,63
Decimotercera remuneración		30,50	366,00
Decimocuarta remuneración		30,50	366,00
Vacaciones		15,25	183,00
Fondos de Reserva		-	-
TOTAL SUELDOS		486,72	5.840,63

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

TABLA N° 5.6**Proyección de Mano de Obra Directa**

CARGO	2016	2017	2018	2019	2020
Operarios	4.392,00	4.690,66	5.009,62	5.350,27	5.714,09
Componentes Salariales					
Sueldo Básico Unificado	4.392,00	4.690,66	5.009,62	5.350,27	5.714,09
Aporte Patronal 12,15%	533,63	569,91	608,67	650,06	694,26
Decimotercera remuneración	366,00	390,89	417,47	445,86	476,17
Decimocuarta remuneración	366,00	390,89	417,47	445,86	476,17
Vacaciones	183,00	195,44	208,73	222,93	238,09
Fondos de Reserva	-	390,73	417,30	445,68	475,98
TOTAL SUELDOS	5.840,63	6.628,52	7.079,26	7.560,65	8.074,78

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

➤ Costos Indirectos de Fabricación

Para la proyección de los Costos Indirectos de Fabricación CIF, se utilizarán los mismos parámetros que en la materia prima.

Los costos indirectos de Fabricación son los complementos que se requieren para producir el café a base de quinua y esto son: Insumos, utensilios, servicios básicos de acuerdo al siguiente detalle:

TABLA N° 5.7

Insumos

Rubros / Años	2016	2017	2018	2019	2020
Empaques					
Cantidad unidad	23.721	24.523	25.352	26.208	27.094
Precio	0,05	0,05	0,05	0,06	0,06
TOTAL	1.186,05	1.267,58	1.354,71	1.447,84	1.547,37

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

Los utensilios de cocina forman parte de los costos indirectos de fabricación que se necesitan como implementos para la producción del café a base de quinua, utensilios pequeños pero de gran ayuda para el proceso productivo de la nueva empresa.

Los utensilios a utilizar se detallan a continuación en la tabla N° 5.8.

TABLA N° 5.8**Utensilios de Cocina**

Rubros / Años	2016	2017	2018	2019	2020
Cubetas plásticas					
Cantidad Unidad	2				
Precio	8,00				
Subtotal	16,00				
Colador de aluminio					
Cantidad Unidad	1				
Precio	10,00				
Subtotal	10,00				
Cucharones					
Cantidad Unidad	2	2	2	2	2
Precio	1,50	1,55	1,60	1,66	1,71
Subtotal	3,00	3,10	3,21	3,31	3,43
TOTAL	29,00	3,10	3,21	3,31	3,43

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

Los servicios básicos necesarios en el área de producción son los siguientes:

TABLA N° 5.9**Servicios Básicos de Producción**

Rubros / Años	2016	2017	2018	2019	2020
Agua Potable					
Mensual	2,00	2,07	2,14	2,21	2,28
Anual	24,00	24,81	25,65	26,52	27,41
Energía Eléctrica					
Mensual	4,00	4,14	4,27	4,42	4,57
Anual	48,00	49,62	51,30	53,03	54,83
TOTAL	72,00	74,43	76,95	79,55	82,24

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

Los materiales de Protección que se necesita para entregar a los obreros están detallados a continuación, los mismos que servirán para mantenerse con un buen aseo al momento de manipular el producto en proceso.

TABLA N° 5.10

Materiales de Protección

Rubros / Años	2016	2017	2018	2019	2020
Mandiles					
Cantidad	1			1	
Precio	10,00			15,00	
Subtotal	10,00	-	-	15,00	-
Botas					
Cantidad	1			1	
Precio	12,00			15,00	
Subtotal	12,00	-	-	15,00	-
Gorros					
Cantidad	1	1	1	1	1
Precio	2,00	2,07	2,14	2,21	2,28
Subtotal	2,00	2,07	2,14	2,21	2,28
Guantes					
Cantidad	1	1	1	1	1
Precio	5,00	5,17	5,34	5,52	5,71
Subtotal	5,00	5,17	5,34	5,52	5,71
TOTAL	29,00	7,24	7,48	37,73	8,00

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

Para el primer año se requiere de \$ 1.316,05; para los Costos Indirectos de Producción.

TABLA N° 5.11

Resumen de Costos Indirectos de Producción

Rubros / Años	2016	2017	2018	2019	2020
Insumos	1.186,05	1.267,58	1.354,71	1.447,84	1.547,37
Utensilios de Cocina	29,00	3,10	3,21	3,31	3,43
Servicios básicos de producción	72,00	74,43	76,95	79,55	82,24
Materiales de Protección	29,00	7,24	7,48	37,73	8,00
TOTAL	1.316,05	1.352,35	1.442,35	1.568,44	1.641,03

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

La tabla N° 5.12 muestra la proyección de los costos de producción hasta el año 2020, se conocerá la evolución de éstos costos durante 5 años.

TABLA N° 5.12

Proyección de los Costos de Producción

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Materia Prima Directa	960,00	1.025,99	1.096,52	1.171,90	1.252,46
Mano de Obra Directa	5.840,63	6.628,52	7.079,26	7.560,65	8.074,78
Costos Indirectos de Producción	1.316,05	1.352,35	1.442,35	1.568,44	1.641,03
TOTAL	8.116,67	9.006,86	9.618,13	10.300,99	10.968,26

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

5.5.2 Gastos Administrativos

➤ **Remuneraciones Administrativas**

Para los Trabajadores del área Administrativa se requiere un presupuesto de \$ 5.840,63; los cuales están distribuidos para el Administrador Gerencial y/o Contador de la empresa, ya que como está recién empezando no existe un presupuesto para contratar mucha gente.

TABLA N° 5.13

CARGO	N° PERSONAS	VALOR MENSUAL	COSTO ANUAL
Gerente / Contador	1	366,00	4.392,00
Componentes Salariales			
Sueldo Básico Unificado		366,00	4.392,00
Aporte Patronal 12,15%		44,47	533,63
Decimotercera remuneración		30,50	366,00
Decimocuarta remuneración		30,50	366,00
Vacaciones		15,25	183,00
Fondos de Reserva		-	-
TOTAL SUELDOS		486,72	5.840,63

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

TABLA N° 5.14**Proyección de Sueldos Administrativos**

CARGO	2016	2017	2018	2019	2020
Gerente	4.392,00	4.690,66	5.009,62	5.350,27	5.714,09

Componentes Salariales

Sueldo Básico Unificado	4.392,00	4.690,66	5.009,62	5.350,27	5.714,09
Aporte Patronal 12,15%	533,63	569,91	608,67	650,06	694,26
Decimotercera remuneración	366,00	390,89	417,47	445,86	476,17
Decimocuarta remuneración	366,00	390,89	417,47	445,86	476,17
Vacaciones	183,00	195,44	208,73	222,93	238,09
Fondos de Reserva	-	390,73	417,30	445,68	475,98
TOTAL SUELDOS	5.840,63	6.628,52	7.079,26	7.560,65	8.074,78

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

➤ **Gastos Generales Administrativos**

Para la administración del proyecto se necesita de servicios básicos administrativos, materiales de oficina y materiales de aseo, para cumplir con la Ejecución del Proyecto.

TABLA N° 5.15**Servicios Básicos Administrativos**

Rubros / Años	2016	2017	2018	2019	2020
Agua Potable					
Mensual	2,00	2,07	2,14	2,21	2,28
Anual	24,00	24,81	25,65	26,52	27,41
Energía Eléctrica					
Mensual	7,00	7,24	7,48	7,73	8,00
Anual	84,00	86,84	89,77	92,81	95,95
Telefonía Fija					
Mensual	8,00	8,27	8,55	8,84	9,14
Anual	96,00	99,24	102,60	106,07	109,65
Internet					
Mensual	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Anual	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
TOTAL	444,00	450,90	458,02	465,39	473,01

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

Los costos de los materiales de oficina que se necesita para el área administrativa, se detallan en la tabla N° 5.16

TABLA N° 5.16
Materiales de Oficina

Rubros / Años	2016	2017	2018	2019	2020
Carpetas Archivadoras					
Cantidad	3	3	3	3	3
Precio	2,10	2,17	2,24	2,32	2,40
Subtotal	6,30	6,51	6,73	6,96	7,20
Factureros					
Cantidad	2	2	2	2	2
Precio	5,60	5,79	5,98	6,19	6,40
Subtotal	11,20	11,58	11,97	12,37	12,79
Carpetas de cartón					
Cantidad	3	3	3	3	3
Precio	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29
Subtotal	0,75	0,78	0,80	0,83	0,86
Tableros					
Cantidad	1			1	
Precio	1,50			1,66	
Subtotal	1,50	-	-	1,66	-
Caja de Esferos					
Cantidad	1	1	1	1	1
Precio	3,50	3,62	3,74	3,87	4,00
Subtotal	3,50	3,62	3,74	3,87	4,00
Resmas de Papel Bond					
Cantidad	4	4	4	4	4
Precio	4,00	4,14	4,27	4,42	4,57
Subtotal	16,00	16,54	17,10	17,68	18,28
Sellos automáticos					
Cantidad	2	2	2	2	2
Precio	4,50	4,65	4,81	4,97	5,14
Subtotal	9,00	9,30	9,62	9,94	10,28
Grapadoras					
Cantidad	3		3		3
Precio	3,00		3,25		3,50
Subtotal	9,00	-	9,75	-	10,50
Perforadoras					
Cantidad	3		3		3
Precio	3,25		3,50		3,75
Subtotal	9,75	-	10,50	-	11,25
TOTAL	67,00	48,33	70,21	53,31	75,15

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

Los recursos que necesitamos para solventar los materiales para el aseo del área administrativa son:

TABLA N° 5.17
Materiales de Aseo

Rubros / Años	2016	2017	2018	2019	2020
Escobas					
Cantidad	2	2	2	2	2
Precio	1,25	1,29	1,34	1,38	1,43
Subtotal	2,50	2,58	2,67	2,76	2,86
Trapeadores					
Cantidad	2	2	2	2	2
Precio	3,00	3,10	3,21	3,31	3,43
Subtotal	6,00	6,20	6,41	6,63	6,85
Detergentes					
Cantidad	5	5	5	5	5
Precio	3,50	3,62	3,74	3,87	4,00
Subtotal	17,50	18,09	18,70	19,34	19,99
Desinfectantes					
Cantidad	2	2	2	2	2
Precio	4,00	4,14	4,27	4,42	4,57
Subtotal	8,00	8,27	8,55	8,84	9,14
Cloros					
Cantidad	2	2	2	2	2
Precio	1,85	1,91	1,98	2,04	2,11
Subtotal	3,70	3,83	3,95	4,09	4,23
Recogedores de basura					
Cantidad	1	1	1	1	1
Precio	1,50	1,55	1,60	1,66	1,71
Subtotal	1,50	1,55	1,60	1,66	1,71
Fanelas					
Cantidad	3	3	3	3	3
Precio	1,00	1,03	1,07	1,10	1,14
Subtotal	3,00	3,10	3,21	3,31	3,43
TOTAL	42,20	43,63	45,10	46,63	48,20

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

Los Gastos de Constitución de la empresa según la NIC 38 nos indican que son considerados como tal, gastos y no activos diferidos.

TABLA N° 5.18
Gastos de Constitución

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
1	Trámites de Constitución	600,00	600,00
1	Gastos de Instalación	300,00	300,00
1	Permisos de Funcionamiento	200,00	200,00
1	Legalización y Patentes	400,00	400,00
TOTAL		1.500,00	1.500,00

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

A continuación presentamos un resumen de los gastos administrativos que la empresa necesita para su funcionamiento.

TABLA N° 5.19
Resumen de los Gastos Administrativos

Rubros / Años	2016	2017	2018	2019	2020
Servicios básicos administrativos	444,00	450,90	458,02	465,39	473,01
Materiales de Oficina	67,00	48,33	70,21	53,31	75,15
Gastos de Constitución	1.500,00	-	-	-	-
Materiales de Aseo	42,20	43,63	45,10	46,63	48,20
TOTAL	2.053,20	542,85	573,34	565,33	596,36

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

La tabla N° 5.20 muestra la proyección de los gastos administrativos durante los 5 años posteriores a la ejecución del presente proyecto.

TABLA N° 5.20
Proyección de Gastos Administrativos

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldos Administrativos	5.840,63	6.628,52	7.079,26	7.560,65	8.074,78
Gastos Indirectos Administrativos	2.053,20	542,85	573,34	565,33	596,36
TOTAL	7.893,83	7.171,37	7.652,60	8.125,98	8.671,14

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

El valor total de gastos administrativos que se requieren es de \$ 7.893,83; para poner en marcha el proyecto.

5.5.3 Gastos de Ventas

Para la venta y comercialización del producto se requieren pagar Gastos de Publicidad y Combustibles y Lubricantes para el vehículo de distribución y ventas.

➤ Gastos de Publicidad

Los gastos de publicidad están en concordancia a las estrategias planteadas en el estudio de mercado.

TABLA N° 5.21**Gastos Publicidad**

Rubros / Años	2016	2017	2018	2019	2020
Hojas Volantes					
Cantidad	500				
Precio	0,02				
Subtotal	10,00	-	-	-	-
Tarjetas de Presentación					
Cantidad 1000un.	1	1	1	1	1
Precio	35,00	36,18	37,41	38,67	39,98
Subtotal	35,00	36,18	37,41	38,67	39,98
Cuñas Publicitarias en radio					
Cantidad 2 mensual	24	360	360	360	360
Precio	4,50	4,65	4,81	4,97	5,14
Subtotal	108,00	1.674,76	1.731,36	1.789,88	1.850,38
TOTAL	153,00	1.710,94	1.768,77	1.828,55	1.890,36

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

Los combustibles, lubricantes y mantenimiento será para el vehículo que la empresa tiene para la distribución de los productos.

TABLA N° 5.22**Combustibles y Lubricantes**

Rubros / Años	2016	2017	2018	2019	2020
Combustibles					
Mensual	30,00	31,01	32,06	33,15	34,27
Anual	360,00	372,17	384,75	397,75	411,20
Mantenimiento					
Mensual	5,00	5,17	5,34	5,52	5,71
Anual	60,00	62,03	64,12	66,29	68,53
Neumáticos					
Cantidad	4	-	4	-	4
Precio	60,00	-	62,03	-	64,12
Subtotal	240,00	-	248,11	-	256,50
TOTAL	330,00	93,04	344,30	99,44	359,30

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

La tabla N° 5.23 nos indica el resumen de gastos que incurrirán en el del departamento de ventas.

TABLA N° 5.23

Resumen de Gastos de Ventas

Rubros / Años	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos Publicidad	153,00	1.710,94	1.768,77	1.828,55	1.890,36
Combustibles y Lubricantes	330,00	93,04	344,30	99,44	359,30
TOTAL	483,00	1.803,98	2.113,07	1.927,99	2.249,66

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

A continuación se presenta la proyección de gastos de ventas para 5 años de vida del proyecto en estudio.

TABLA N° 5.24

Proyección de Gastos de Ventas

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos Indirectos de Ventas	483,00	1.803,98	2.113,07	1.927,99	2.249,66
TOTAL	483,00	1.803,98	2.113,07	1.927,99	2.249,66

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

5.5.4 Gastos Financieros

El Banco Nacional de Fomento será la entidad que nos dará el crédito para poner en marcha la empresa “EL AROMA DEL BUEN CAFÉ”.

TABLA N° 5.25

Gastos Financieros

Valor del Préstamo	20.000,00
Tasa de Interés Mensual	0,8725%
Tasa de Interés Anual	10,47%
Períodos	60 meses
Valor de la cuota	\$ 429,58

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del Estudio Técnico

Requisitos

- Copia blanco/negro o a color de la cédula de ciudadanía vigente y certificado de votación (último proceso electoral) del cliente, garante y sus respectivos cónyuges, según sea el caso.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes RUC, Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano RISE, según corresponda.
- Copia del comprobante de un servicio básico; luz, agua o teléfono del cliente y garante según sea el caso.
- Plan o proyecto de inversiones, formato entregado por el banco, para préstamos de entre \$20.000,00 a \$100.000,00.

Los gastos financieros son los intereses bancarios generados por el préstamo que nos otorga el Banco Nacional de Fomento.

TABLA N° 5.26**Tabla de Amortización del Préstamo**

Períodos	Saldo Inicial	Cuotas	Intereses	Abono a Capital	Saldo Final
1	20.000,00	429,58	174,50	255,08	19.744,92
2	19.744,92	429,58	172,27	257,31	19.487,61
3	19.487,61	429,58	170,03	259,55	19.228,06
4	19.228,06	429,58	167,76	261,82	18.966,25
5	18.966,25	429,58	165,48	264,10	18.702,14
6	18.702,14	429,58	163,18	266,40	18.435,74
7	18.435,74	429,58	160,85	268,73	18.167,01
8	18.167,01	429,58	158,51	271,07	17.895,94
9	17.895,94	429,58	156,14	273,44	17.622,50
10	17.622,50	429,58	153,76	275,82	17.346,67
11	17.346,67	429,58	151,35	278,23	17.068,44
12	17.068,44	429,58	148,92	280,66	16.787,78
13	16.787,78	429,58	146,47	283,11	16.504,68
14	16.504,68	429,58	144,00	285,58	16.219,10
15	16.219,10	429,58	141,51	288,07	15.931,03
16	15.931,03	429,58	139,00	290,58	15.640,45
17	15.640,45	429,58	136,46	293,12	15.347,33
18	15.347,33	429,58	133,91	295,68	15.051,65
19	15.051,65	429,58	131,33	298,26	14.753,40
20	14.753,40	429,58	128,72	300,86	14.452,54
21	14.452,54	429,58	126,10	303,48	14.149,06
22	14.149,06	429,58	123,45	306,13	13.842,93
23	13.842,93	429,58	120,78	308,80	13.534,13
24	13.534,13	429,58	118,09	311,50	13.222,63
25	13.222,63	429,58	115,37	314,21	12.908,42
26	12.908,42	429,58	112,63	316,95	12.591,46
27	12.591,46	429,58	109,86	319,72	12.271,74
28	12.271,74	429,58	107,07	322,51	11.949,23
29	11.949,23	429,58	104,26	325,32	11.623,91
30	11.623,91	429,58	101,42	328,16	11.295,75
31	11.295,75	429,58	98,56	331,03	10.964,72
32	10.964,72	429,58	95,67	333,91	10.630,81
33	10.630,81	429,58	92,75	336,83	10.293,98
34	10.293,98	429,58	89,81	339,77	9.954,22
35	9.954,22	429,58	86,85	342,73	9.611,49
36	9.611,49	429,58	83,86	345,72	9.265,77
37	9.265,77	429,58	80,84	348,74	8.917,03
38	8.917,03	429,58	77,80	351,78	8.565,25
39	8.565,25	429,58	74,73	354,85	8.210,40
40	8.210,40	429,58	71,64	357,95	7.852,45

Períodos	Saldo Inicial	Cuotas	Intereses	Abono a Capital	Saldo Final
41	7.852,45	429,58	68,51	361,07	7.491,39
42	7.491,39	429,58	65,36	364,22	7.127,17
43	7.127,17	429,58	62,18	367,40	6.759,77
44	6.759,77	429,58	58,98	370,60	6.389,17
45	6.389,17	429,58	55,75	373,84	6.015,33
46	6.015,33	429,58	52,48	377,10	5.638,24
47	5.638,24	429,58	49,19	380,39	5.257,85
48	5.257,85	429,58	45,87	383,71	4.874,14
49	4.874,14	429,58	42,53	387,05	4.487,09
50	4.487,09	429,58	39,15	390,43	4.096,66
51	4.096,66	429,58	35,74	393,84	3.702,82
52	3.702,82	429,58	32,31	397,27	3.305,55
53	3.305,55	429,58	28,84	400,74	2.904,81
54	2.904,81	429,58	25,34	404,24	2.500,57
55	2.500,57	429,58	21,82	407,76	2.092,81
56	2.092,81	429,58	18,26	411,32	1.681,49
57	1.681,49	429,58	14,67	414,91	1.266,58
58	1.266,58	429,58	11,05	418,53	848,05
59	848,05	429,58	7,40	422,18	425,87
60	425,87	429,58	3,72	425,87	0,00

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

La tabla N° 5.27 indica el capital y el interés que toca pagar del préstamo durante los 5 años para los cuales se proyectó el crédito.

TABLA N° 5.27

Interés y Capital anual al Crédito Financiero

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Capital	3.212,22	3.565,15	3.956,87	4.391,62	4.874,14
Interés	1.942,75	1.589,82	1.198,10	763,35	280,83
TOTAL	5.154,97	5.154,97	5.154,97	5.154,97	5.154,97

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

5.5.5 Egresos proyectados

Los egresos proyectados están compuestos por todos los costos y gastos durante los cinco años. Esta tabla sirve para el cálculo del capital de trabajo y el Costo Beneficio.

TABLA N° 5.28
Egresos Proyectados

Detalle / Años	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos Sueldos					
Mano de Obra Directa	5.840,63	6.628,52	7.079,26	7.560,65	8.074,78
Remuneraciones Administrativas	5.840,63	6.628,52	7.079,26	7.560,65	8.074,78
Total Sueldos y Remuneraciones	11.681,26	13.257,04	14.158,52	15.121,30	16.149,55
Costos y Gastos					
Materia Prima Directa	960,00	1.025,99	1.096,52	1.171,90	1.252,46
Costos Indirectos Producción	1.316,05	1.352,35	1.442,35	1.568,44	1.641,03
Gastos Administrativos	2.053,20	542,85	573,34	565,33	596,36
Gastos de ventas	483,00	1.803,98	2.113,07	1.927,99	2.249,66
Gastos Financieros	1.942,75	1.589,82	1.198,10	763,35	280,83
Total Costos y Gastos	6.755,00	6.314,99	6.423,38	5.997,01	6.020,33
Depreciaciones	1.621,93	1.621,93	1.621,93	1.621,93	1.621,93
15% Particip. Trabajadores	2.328,47	2.525,00	2.765,63	3.104,24	3.394,38
22% Impuesto a la Renta	2.902,83	3.000,95	3.102,38	3.207,24	3.315,65
TOTAL EGRESOS	25.289,49	26.719,92	28.071,85	29.051,72	30.501,84

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

5.5.6 Depreciación y Amortización

La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que éste gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

- Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.
- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- Equipos de cómputo y software 33.33% anual.

Datos tomados del Servicio de Rentas Internas (SRI), Art. 28 Gastos generales deducibles del Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno.

El valor residual del edificio está calculado con un 20% para 20 años estimados de vida útil, tomando en cuenta que éste valor se puede revalorizar en los siguientes años futuros, de acuerdo a deterioro acelerado o a su vez por adecuaciones del mismo.

La depreciación de activos fijos está calculada de acuerdo a la vida útil de cada uno de los bienes, para el efecto se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{Depreciación Activos Fijos Anual} = \frac{\text{Valor del Activo} - \text{Valor Residual}}{\text{Años Vida Útil}}$$

TABLA N° 5.29

Depreciación de Activos Fijos

DESCRIPCIÓN	Valor Residual	2016	2017	2018	2019	2020	Depreciación Acumulada	Saldo en Libros
Área Administrativa								
Terreno	-	-	-	-	-	-	-	5.500,00
Edificio	5.200,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	5.200,00	20.800,00
Muebles de Oficina	31,69	28,52	28,52	28,52	28,52	28,52	142,61	174,30

Equipo de Oficina	20,50	18,45	18,45	18,45	18,45	18,45	92,25	112,75
Equipo de Computación y Software	382,17	254,78	254,78	254,78	-	-	764,33	382,17
Reinversión Equipos de computación		-	-	-	254,78	254,78	509,56	254,78
SUBTOTAL		1.341,75	1.341,75	1.341,75	1.341,75	1.341,75	6.708,74	27.223,99
Área de Ventas								
Muebles de Oficina	41,69	37,52	37,52	37,52	37,52	37,52	187,61	229,30
Equipo de Oficina	5,10	4,59	4,59	4,59	4,59	4,59	22,95	28,05
Vehículo	8.000,00	-	-	-	-	-	-	8.000,00
Equipo de Computación y Software	213,33	142,22	142,22	142,22	-	-	426,67	213,33
Reinversión Equipos de computación		-	-	-	142,22	142,22	284,44	142,22
SUBTOTAL		184,33	184,33	184,33	184,33	184,33	921,67	8.612,90
Área de Producción								
Muebles de Oficina	22,50	20,25	20,25	20,25	20,25	20,25	101,25	123,75
Maquinaria y Equipo	67,00	60,30	60,30	60,30	60,30	60,30	301,50	368,50
Equipos de Seguridad	17,00	15,30	15,30	15,30	15,30	15,30	76,50	93,50
SUBTOTAL		95,85	95,85	95,85	95,85	95,85	479,25	585,75
TOTALES		1.621,93	1.621,93	1.621,93	1.621,93	1.621,93	8.109,66	36.422,64

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

A continuación el resumen de depreciaciones de los activos fijos de la empresa El Aroma del buen Café.

TABLA N° 5.30**Resumen de Depreciación de Activos Fijos**

BIENES	PORCENTAJE	AÑOS	REINVERSIÓN	INVERSIÓN	VALOR RESIDUAL
Área Administrativa					
Terreno	-	-	-	5.500,00	-
Edificio	5%	20 años	-	20.800,00	5.200,00
Muebles de Oficina	10%	10 años	-	285,21	31,69
Equipo de Oficina	10%	10 años	-	184,50	20,50
Equipo de Computación y Software	33,33%	3 años	-	764,33	382,17
Reinversión Equipos de computación	33,33%	3 años	764,33		
Área de Ventas					
Muebles de Oficina	10%	10 años	-	375,21	41,69
Equipo de Oficina	10%	10 años	-	45,90	5,10
Vehículo	20%	5 años	-	-	8.000,00
Equipo de Computación y Software	33,33%	3 años	-	426,67	213,33
Reinversión Equipos de computación	33,33%	3 años	426,67		
Área de Producción					
Muebles de Oficina	10%	10 años	-	202,50	22,50
Maquinaria y Equipo	10%	10 años	-	603,00	67,00
Equipos de Seguridad	10%	10 años	-	153,00	17,00
TOTALES			1.191,00	29.340,32	14.000,98

ELABORADO POR: Los Autores**FUENTE: Investigación Propia**

La siguiente tabla muestra la proyección para 5 años de los egresos:

TABLA N° 5.31**Resumen de los Egresos Proyectados**

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Costos de Producción	8.116,67	9.006,86	9.618,13	10.300,99	10.968,26
Gastos Administrativos	7.893,83	7.171,37	7.652,60	8.125,98	8.671,14
Gastos de Ventas	483,00	1.803,98	2.113,07	1.927,99	2.249,66
Gastos Financieros	1.942,75	1.589,82	1.198,10	763,35	280,83
Gastos Depreciación	1.621,93	1.621,93	1.621,93	1.621,93	1.621,93
TOTAL	20.058,19	21.193,97	22.203,84	22.740,24	23.791,81

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

5.6. Estados Financieros Presupuestados**5.6.1 Estado de Resultados**

Éste estado es el resultado de los ingresos y egresos que se aspira generar en los años futuros siendo los resultados indispensables para realizar la evaluación financiera.

TABLA N° 5.32**Proyección del Estado de Resultados**

**“EL AROMA DEL BUEN CAFÉ”
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

DETALLE	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas	35.581,35	38.027,30	40.641,39	43.435,18	46.421,02
(-) Costo de Ventas o Producción	8.116,67	9.006,86	9.618,13	10.300,99	10.968,26
(=) Utilidad Bruta	27.464,68	29.020,44	31.023,26	33.134,19	35.452,76
(-) Gastos Administrativos	7.893,83	7.171,37	7.652,60	8.125,98	8.671,14
(-) Gastos de Ventas	483,00	1.803,98	2.113,07	1.927,99	2.249,66
(-) Gastos Financieros	1.942,75	1.589,82	1.198,10	763,35	280,83
(-) Depreciación	1.621,93	1.621,93	1.621,93	1.621,93	1.621,93
(=) Utilidad Neta	15.523,17	16.833,33	18.437,56	20.694,94	22.629,21

(-) 15% Part. Trabajadores	2.328,47	2.525,00	2.765,63	3.104,24	3.394,38
(=) Utilidad Antes de Impuestos	13.194,69	14.308,33	15.671,92	17.590,70	19.234,83
(-) 22% Impuesto a la Renta	2.902,83	3.000,95	3.102,38	3.207,24	3.315,65
(=) Utilidad Neta del Ejercicio	10.291,86	11.307,39	12.569,54	14.383,46	15.919,18

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

5.6.2 Estado de Flujo de Caja

El Estado de Flujo de Caja permite medir los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la empresa en un periodo determinado, permitiendo establecer los recursos necesarios para pagar obligaciones pendientes.

TABLA N° 5.33

Cálculos de Flujo de Caja

ESTADO DE FLUJO DE CAJA

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Inversión					
Capital Propio	(27.960,36)				
Préstamo	(20.000,00)				
Ingresos					
Utilidad Neta	10.291,86	11.307,39	12.569,54	14.383,46	15.919,18
(+) Depreciación	1.621,93	1.621,93	1.621,93	1.621,93	1.621,93
Total Ingresos	11.913,79	12.929,32	14.191,48	16.005,39	17.541,11
Egresos					
Pago del Capital	3.212,22	3.565,15	3.956,87	4.391,62	4.874,14
Reinversión	-	-	-	1.191,00	-
Total Egresos	3.212,22	3.565,15	3.956,87	5.582,62	4.874,14
(+) Recuperación de Activos Fijos (Saldo en Libros)					36.422,64
FLUJO DE CAJA NETO	(47.960,36)	8.701,58	9.364,17	10.234,61	49.089,61

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

5.7. Evaluación Financiera

La Evaluación Financiera analiza los beneficios netos o finales que obtendrá únicamente el capital al comportamiento en un proyecto determinado.

La Evaluación Financiera tiene como objetivo calcular los beneficios netos que se esperan obtener de la inversión puesta en marcha en la empresa de producción y comercialización de café a base de quinua, para lo cual se utilizará y se calculará los principales indicadores financieros.

5.7.1 Costo de Oportunidad

TABLA N° 5.34

Cálculo del Costo de Oportunidad

Detalle	Valor	Porcentaje	Tasa de Ponderación	Valor Promedio	Costo de Oportunidad
Capital Propio	27.960,36	58,00	7,20	417,60	4,18
Financiamiento	20.000,00	42,00	10,47	439,74	4,40
TOTAL	47.960,36	100%	17,67	857,34	8,57%

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del estudio técnico

El Costo de Oportunidad es del **8.57%**

El proyecto tiene un rendimiento del 8.57%, en caso de ser financiado con una tasa de interés del 10.47%.

5.7.2 Tasa de Rendimiento Medio (i)

La Tasa de Rendimiento Medio sirve para calcular el costo beneficio tanto de ingresos como de egresos, los flujos de caja y la recuperación de la inversión. Constituye una referencia de cálculo para medir la factibilidad del proyecto.

La tasa de rendimiento medio tiene dos componentes:

- Costo de capital o de Oportunidad (del inversionista y del crédito)
- Nivel de riesgo (expresado en una tasa de inflación).

Para la determinación del costo de capital se estableció la aplicación del financiamiento propio y el del préstamo, empleando una tasa del 7.20% para el capital propio.

Para el capital prestado se aplicó el 10.47%, que es el porcentaje del préstamo que la empresa solicitará al Banco Nacional de Fomento por \$ 20.000,00; para fomentar la misma.

Luego se estableció un ajuste de costo de capital, por efectos del riesgo, determinando la tasa de inflación del 3.38%, obteniéndose los resultados que se muestran a continuación:

Simbología y Datos:

Costo de Oportunidad o Capital = CK = 8.57%

Tasa de Inflación = IF = 3.38%

Tasa de Rendimiento Medio = TRM = ?

$$\mathbf{TRM = (1+CK) (1+IF) - 1}$$

$$\text{TRM} = (1+0.0857) (1+0.0338) - 1$$

$$\text{TRM} = (1.0857 * 1.0338) - 1$$

$$\mathbf{TRM = 0.1223966 \approx 12.24\%}$$

5.7.3 Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto calculado para un proyecto de inversión es la suma actualizada de flujos de caja que se espera que generen a lo largo de la vida útil del proyecto menos la inversión inicial, por lo tanto es una medida relativa de la inversión.

Simbología y Datos:

FC = Flujo de Caja

i = Tasa de redescuento

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

VAN (+) = Positivo significa que existe rentabilidad

VAN (-) = Negativo significa que la inversión no es rentable

TABLA N° 5.35

Flujos de Caja Actualizados para calcular el VAN

Años	Flujos Netos	Factor de Actualización $r = 12,24\%$ $1/(1+r)^n$	Flujos de Caja Actualizados
0	(47.960,36)		
2016	8.701,58	0,89	7.752,65
2017	9.364,17	0,79	7.433,17
2018	10.234,61	0,71	7.238,16
2019	10.422,77	0,63	6.567,38
2020	49.089,61	0,56	27.558,23
TOTAL			56.549,59
		VAN	8.589,23

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del estudio técnico

$$VAN = -II + \frac{FCA}{(1+r)^1} + \frac{FCA}{(1+r)^2} + \frac{FCA}{(1+r)^3} + \frac{FCA}{(1+r)^4} + \frac{FCA}{(1+r)^5}$$

$$VAN = -48.122,82 + 59.530,04$$

$$VAN = 8.589,23$$

El Valor Actual Neto es positivo, por lo tanto el proyecto si es factible para ponerlo en marcha, ya que en lo posterior se llegará a obtener una buena inversión.

5.7.4 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para calcular Tasa Interna de Retorno TIR, se realiza primeramente el cálculo del VAN con una tasa superior y otra inferior para después poder interpolar.

TABLA N° 5.36

Flujos de Caja Actualizados para calcular la TIR

Año	Flujos de Caja	VAN Positivo 13,5 %	VAN Negativo 17,5 %
0	(47.960,36)	(47.960,36)	(47.960,36)
2016	8.701,58	7.666,59	7.405,60
2017	9.364,17	7.269,05	6.782,56
2018	10.234,61	6.999,77	6.308,96
2019	10.422,77	6.280,58	5.468,04
2020	49.089,61	26.062,15	21.917,97
	39.852,36	6.317,77	(77,25)

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del estudio técnico

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

$$\text{TIR} = \text{Ti} + (\text{Ts} - \text{Ti}) \frac{\text{VANi}}{\text{VANi} - \text{VANs}}$$

$$\text{TIR} = 15 + (20 - 15) \frac{6.317,77}{6.317,77 - (-77,25)}$$

$$\text{TIR} = 20 \frac{6.317,77}{6.395,02}$$

$$\text{TIR} = 17.29\%$$

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

5.7.5 Período de Recuperación de la Inversión

Es el tiempo necesario para que la suma de los flujos de caja actualizados del proyecto iguale al desembolso inicial, es decir; es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial.

De acuerdo con este criterio, un proyecto de inversión será ejecutable siempre que su plazo de recuperación sea inferior.

TABLA N° 5.37**Flujos de Caja Actualizados para la Recuperación de la Inversión**

Años	Flujos de Caja	Flujos de Caja Actualizados	Cantidad	Período de Recuperación
2016	8.701,58	7.752,65	7.752,65	7.752,65
2017	9.364,17	7.433,17	7.433,17	15.185,82
2018	10.234,61	7.238,16	7.238,16	22.423,98
2019	10.422,77	6.567,38	6.567,38	28.991,36
2020	49.089,61	27.558,23	18.969,00	47.960,36
TOTAL	87.812,73	56.549,59	47.960,36	

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del estudio técnico

El período de recuperación para el presente proyecto, es de 4 años y 8 meses en donde recupera toda la inversión inicial.

**5.7.6 Costo – Beneficio**

La relación Costo - Beneficio está representada por la relación entre los ingresos actualizados sobre los egresos actualizados.

En el caso del presente proyecto es aconsejable implementarlo ya que la relación Costo - Beneficio se encuentra en 1,45; que significa que por cada dólar que la empresa invierte, tiene un beneficio de 0,45 centavos.

TABLA N° 5.38**Flujos de Caja Actualizados para el Costo – Beneficio**

Años	Ingresos	Egresos	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
2016	35.581,35	25.289,49	31.701,14	22.531,62
2017	38.027,30	26.719,92	30.185,63	21.209,96
2018	40.641,39	28.071,85	28.742,57	19.853,09
2019	43.435,18	29.051,72	27.368,50	18.305,49
2020	46.421,02	30.501,84	26.060,12	17.123,31
TOTAL	204.106,25	139.634,83	144.057,95	99.023,47

ELABORADO POR: Los Autores**FUENTE: En base a la información del estudio técnico**

Fórmula para el cálculo del valor del Costo Beneficio.

$$\text{Costo - Beneficio} = \frac{\text{Ingresos de Caja Actualizados}}{\text{Egresos de Caja Actualizados}}$$

$$\text{Costo - Beneficio} = \frac{144.057,95}{99.023,47}$$

$$\text{Costo - Beneficio} = 1.45$$

En la relación Ingresos y Egresos para conocer el costo – beneficio después del cálculo nos arroja un valor de 1.45; por lo tanto por cada dólar invertido en gastos, hay un ingreso de \$ 1.45; es decir, por cada dólar que se invierte me da un ingreso adicional de \$ 0.45 centavos con respecto al gasto.

5.7.7 Punto de Equilibrio

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

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

TABLA N° 5.39

Proyección Para el Punto de Equilibrio

Descripción / Años	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos					
Ventas	35.581,35	38.027,30	40.641,39	43.435,18	46.421,02
Costos Fijos					
Gastos Administrativos	7.893,83	7.171,37	7.652,60	8.125,98	8.671,14
Gastos de Ventas	483,00	1.803,98	2.113,07	1.927,99	2.249,66
Mano de Obra Directa	5.840,63	6.628,52	7.079,26	7.560,65	8.074,78
Gastos Financieros	1.942,75	1.589,82	1.198,10	763,35	280,83
Depreciación	1.621,93	1.621,93	1.621,93	1.621,93	1.621,93
Total Costos Fijos	17.782,14	18.815,63	19.664,96	19.999,91	20.898,33
Costos Variables					
Materia Prima Directa	960,00	1.025,99	1.096,52	1.171,90	1.252,46
Costos Indirectos de Producción	1.316,05	1.352,35	1.442,35	1.568,44	1.641,03
Total Costos Variables	2.276,05	2.378,34	2.538,87	2.740,34	2.893,49
Punto de Equilibrio en Dólares	18.997,35	20.070,92	20.975,29	21.346,67	22.287,54

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del estudio técnico

A continuación se presenta el resumen de la proyección para conocer el punto de equilibrio del proyecto en estudio.

TABLA N° 5.40

Resumen de la Proyección para el Punto de Equilibrio

Descripción / Años	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas	35.581,35	38.027,30	40.641,39	43.435,18	46.421,02
Costos Fijos	17.782,14	18.815,63	19.664,96	19.999,91	20.898,33
Costos Variables	2.276,05	2.378,34	2.538,87	2.740,34	2.893,49
Punto de Equilibrio en Dólares	18.997,35	20.070,92	20.975,29	21.346,67	22.287,54

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del estudio técnico

Fórmula para el cálculo del Punto de Equilibrio.

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{Ing. \text{ o Vtas}}}$$

$$PE = \frac{17.782,14}{1 - \frac{2.276,05}{35.581,35}}$$

PE = 18.997,35

TABLA N° 5.41

Cálculo del Punto de Equilibrio en Unidades

Descripción	Producto	Porcentaje	Valor Unitario	Valor Total	Porcentaje	PE Dólares	PE Unidades
Café a Base de Quinua	23.720,90	100%	1,50	35.581,35	100%	18.997,35	12.664,90
TOTAL	23.720,90	100%	1,50	35.581,35	100%	18.997,35	12.664,90

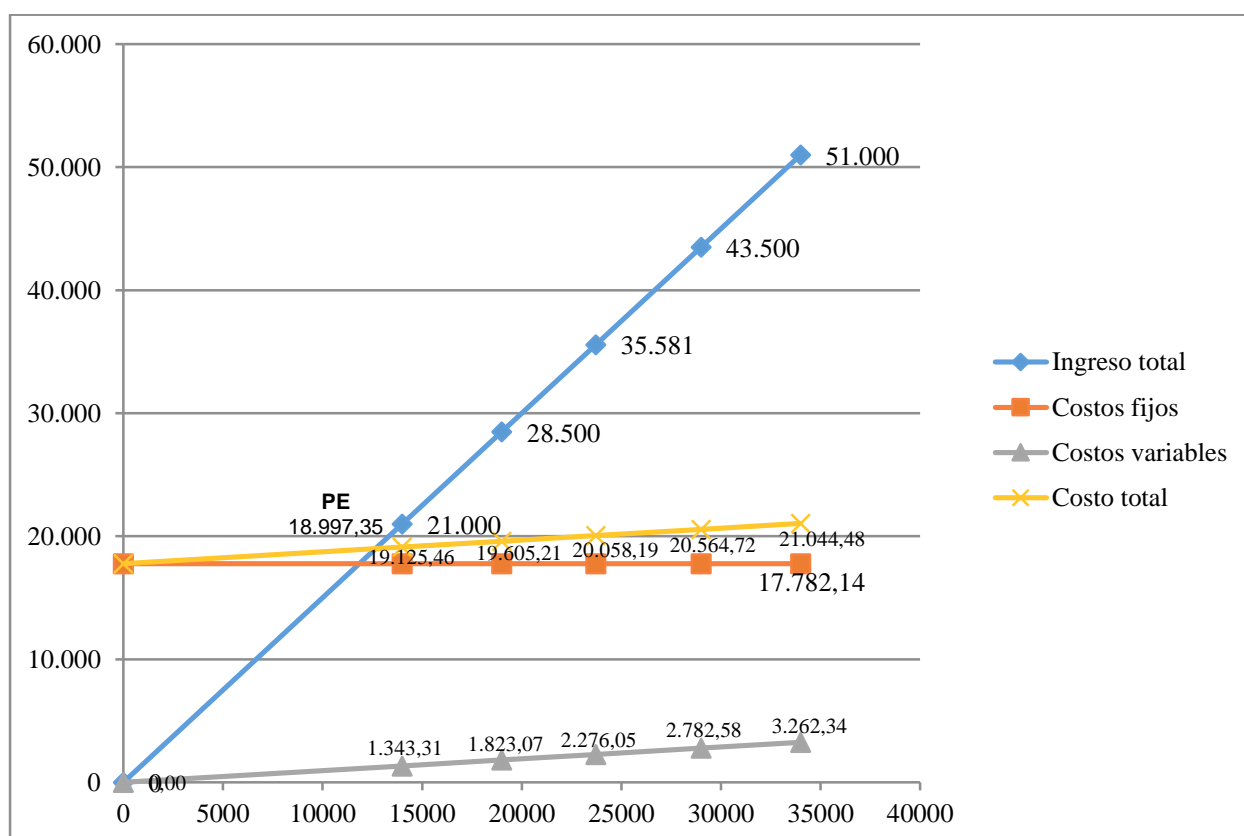
ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del estudio técnico

El gráfico N° 5.1 nos indica que el punto de equilibrio es de 18.997,35; además se puede diferenciar claramente los costos fijos, los costos variables, el costo total y finalmente los ingresos totales.

GRÁFICO N° 5.1

Punto de Equilibrio



ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del estudio técnico

5.7.8 Resumen de Evaluación Financiera

La evaluación financiera determina que el proyecto es factible, pues todos sus indicadores son positivos.

TABLA N° 5.42

Evaluación Financiera

N°	Siglas	Descripción	Resultado	Observaciones
1	TRM	Tasa de Rendimiento Medio	12,24%	
2	VAN	Valor Actual Neto	8.589,23	
3	TIR	Tasa Interna de Retorno	17,29%	Es superior a la TRM
4	RC	Recuperación de la Inversión	4 Años 8 Meses	Proyecto Productivo Factible
5	CB	Costo - Beneficio	1,45	Por cada dólar gana 0,45 ctvs.
6	PE	Punto de Equilibrio	18.997,35	Para no Ganar ni Perder

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: En base a la información del estudio técnico

5.7.9 Análisis de Sensibilidad

De acuerdo al análisis de sensibilidad se observa que la disminución de los ingresos es más sensible que el aumento de los costos y gastos.

TABLA N° 5.43**Análisis de sensibilidad**

Conceptos	Variación %	TIR %	VAN	Evaluación
Aumento de Costos de Producción	10%	11,58%	6.291,07	OK
Disminución de Ingresos	10%	-9,80%	-1.124,10	Sensible
Aumento Gastos Administrativos y Ventas	10%	11,60%	6.298,62	OK
Normal	0%	17,29%	8.589,23	OK

ELABORADO POR: Los Autores**FUENTE: En base a datos obtenidos durante el proceso financiero**

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

6.1. Introducción

La estructura administrativa está relacionada con la administración del Talento Humano, pues está comprobando que es el principal elemento para desarrollar una empresa. El desarrollo organizacional está compuesto de activos intangibles que jamás pueden considerarse como un gasto; pues el Desarrollo Organizacional es importante porque mediante éste se realiza el trabajo en grupo, el liderazgo; el mismo que es indispensable para surgir y ponerse pionera la empresa.

El plan de capacitación y adiestramiento es otro activo intangible, que permite que los trabajadores y empleados se desarrollen y perfeccionen sus procesos y desarrollo de la información; para lo cual la informática es ideal pues se requiere de una página web, y si además agregamos la disciplina para lo cual es necesario contar con dos reglamentos: el Reglamento Interno y el Código de ética.

6.2. La Empresa

La empresa de Café a base de Quinua actuará como un ente dinámico en donde prevalecerá el capital, la participación activa del personal que trabaje en la institución y la organización de la misma; con el objetivo de generar al 100% Café a base de Quinua; el mismo que permitirá satisfacer la demanda existente y las necesidades de los consumidores, a través de la venta del producto, logrando así conseguir al máximo los beneficios que éstos generen.

6.2.1 Nombre o Razón Social de la Empresa

La empresa de producción y comercialización de Café a base de Quinua tendrá el nombre de: “EL AROMA DEL BUEN CAFÉ” juntamente con su eslogan: “EL SABOR DE LO NUTRITIVO”, para dar a conocer que es un producto netamente nacional hecho en Atuntaqui – Ecuador y más aún que es 100% natural.

6.2.2 Logotipo de la Empresa

GRAFICO N° 6.1

Logotipo de la Empresa



ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

6.2.3 Clases de empresas

- Es una pequeña empresa.
- Es una sociedad de hecho.
- Es una persona natural no obligada a llevar contabilidad.

6.3. Aspectos Institucionales

6.3.1 Misión

Establecerse como una empresa pionera en la producción y comercialización de Café a base de Quinua, ofertando un producto que cumpla con los estándares de calidad, manteniendo sus características naturales para el beneficio nutricional y salud de la familia ecuatoriana.

6.3.2 Visión

Consolidar el Liderazgo de la empresa “El Aroma del Buen Café”, produciendo y comercializando el mejor Café a base de Quinua, buscando nuevos mercados, aumentando su cobertura de ventas y producción; continuando con el mejoramiento de los procesos comprometidos con el medio ambiente y apoyo a la sociedad en general.

6.3.3 Objetivos

- Elaborar un producto con estándares de calidad apto para el consumo humano de toda la población.
- Aumentar sus ventas anuales, hasta alcanzar la capacidad máxima de producción de café a base de quinua.
- Realizar un plan de mercadeo que permita el incremento de ventas de café a base de quinua; donde se toma en cuenta la creación de una página WEB, publicaciones en diarios y emisora.
- Brindar un servicio a domicilio y personalizado a todos los clientes potenciales y por ende al consumidor final.

6.3.4 Valores y Principios

La Empresa “EL AROMA DEL BUEN CAFÉ” se esforzará por construir una entidad basada en sólidos valores humanos; como se describen a continuación:

- **Puntualidad.-** La disciplina es indispensable para el crecimiento de la empresa se incentivará con el cumplimiento de los horarios de entrada y salida, los días laborables.
- **Honestidad.-** Realizar el trabajo con esmero, eficacia, transparencia y rectitud, valorando con justicia cada decisión que se tome.
- **Creatividad.-** Para la elaboración de nuevos productos con diseños únicos es necesario ser creativos.

- **Prosperidad.-** Es un derecho que no está negado para nadie, se motivará para que todo talento humano trabaje en equipo; así si gana la empresa sobresalen todos.
- **Competitividad.-** Para aplicar la cultura de calidad en el producto y la calidez en el servicio, permitiéndonos responder a las exigencias del mercado.
- **Liderazgo.-** Para ganarles a las demás empresas competidoras de productos sustitutos es necesario que los líderes institucionales incentiven, motiven, y promuevan para que todos trabajen con entusiasmo y positivismo.
- **Ética.-** Se promoverá la transparencia en actos administrativos y financieros pues actuar con ética es desarrollar la justicia.
- **Responsabilidad.-** Es uno de los principios y valores de mayor incidencia, ya que la responsabilidad deberá ser para los que trabajan en la empresa, una virtud de asumir en forma permanente las consecuencias de las decisiones que se hayan tomado dentro de la misma y que pudieran afectar a los clientes. Responsabilidad en entregar siempre productos de calidad y a tiempo.

6.3.5 Políticas

- Entregar el producto a domicilio a los diferentes clientes potenciales como son: supermercados, abacerías, tiendas entre otros.
- La atención al cliente será en forma eficiente, eficaz, oportuna y personalizada a todos los clientes.
- Las ventas serán en efectivo previo pedido y contra entrega.
- Todo el equipo de talento humano que labore en la empresa deberá tener una buena presentación; es decir, deben estar bien uniformados.
- Mantener una competencia leal con los principales competentes al prestigio y al buen trabajo.

- Realizar eficientemente el trabajo en cada área de la empresa, cada puesto de trabajo deberá estar bien direccionado de acuerdo al reglamento interno.
- Brindar el mayor respeto a los compañeros, superiores y subalternos.

6.3.6 Propósitos

- Contar con un Talento humano con un adecuado perfil laboral y profesional, brindándoles una permanente capacitación para el mejoramiento continuo del trabajador y de la empresa.
- Participar en forma activa en las diversas ferias libres o solidarias de la localidad y de la provincia, con la finalidad de promocionar el producto y aumentar la cobertura en el mercado.

6.4. Estructura Organizacional

La estructura organizacional establecida de manera correcta ayuda a la Empresa a cumplir de la mejor manera los objetivos y metas propuestas.

En toda empresa es necesario establecer una estructura organizacional, que le permita al ente ejecutor organizar; es decir, éste es un método que sirve para lograr mayor coordinación, control, interrelación e integración de todas las actividades realizadas dentro de la empresa, con el único objetivo de alcanzar las metas deseadas.

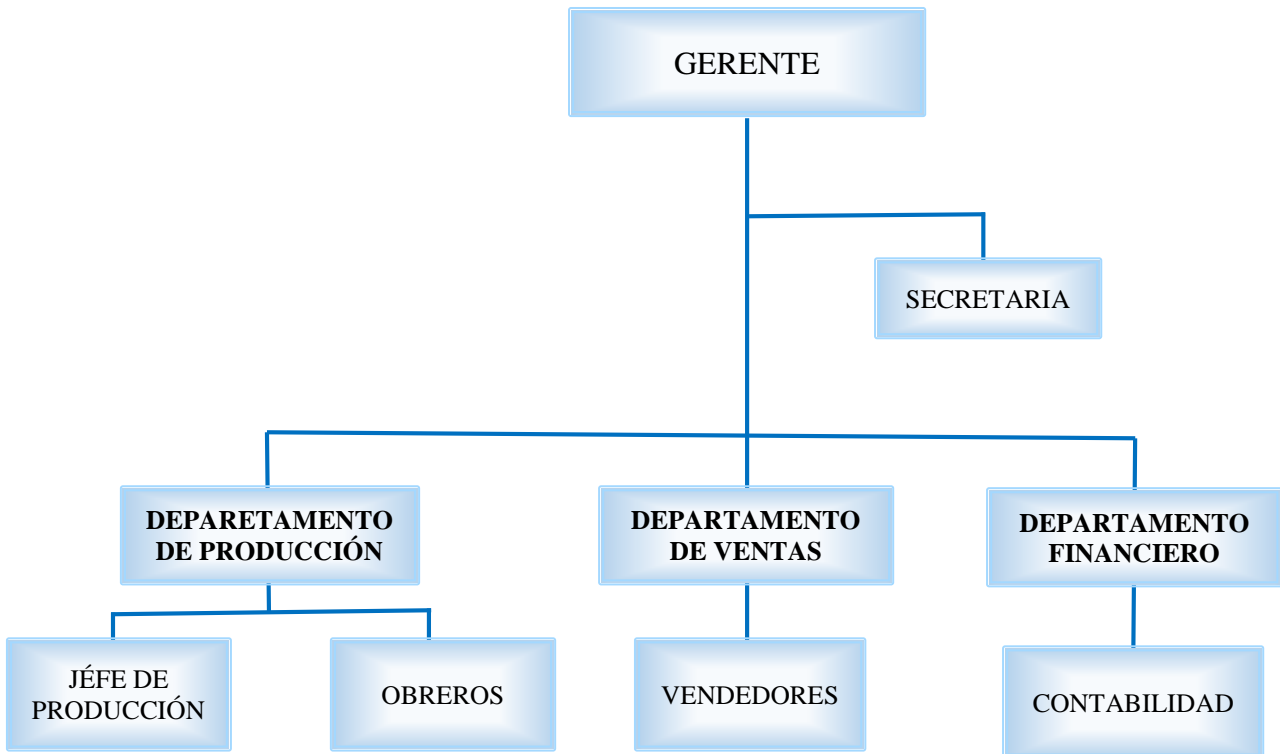
Sin embargo, cualquier estructura organizacional que se plantee, debe ser flexible a los cambios del mercado y a los cambios tecnológicos, para lo cual es necesaria la observación permanente de los procesos que se llevan a cabo, con la finalidad de replantear cualquier estructura que no ayude a desarrollar eficientemente el proceso en un determinado tiempo.

Para su presentación se lo elabora mediante un organigrama, éste es un instrumento de mucha importancia, ya que en él se podrá reflejar las líneas de autoridad, niveles jerárquicos, división de funciones para cada área y la interrelación que existe en cada departamento.

La empresa “EL AROMA DEL BUEN CAFÉ” tendrá el siguiente Organigrama Estructural.

GRÁFICO N° 6.2

**“EL AROMA DEL BUEN CAFÉ”
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**



ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia


6.5. Estructura Funcional

6.5.1 Manual de funciones

En la Estructura Funcional se detalla las actividades que desempeñarán cada uno de los diferentes trabajadores dependiendo del área en donde se encuentren; así también damos a conocer los requisitos que los postulantes deben cumplir para para cubrir el puesto de trabajo al cual están aplicando, mencionando también las funciones que deberán desempeñar las personas que estén encargados de dichos trabajos.

GRÁFICO N° 6.3

Manual de Funciones Gerente


		<h2>“EL AROMA DEL BUEN CAFÉ”</h2>	
		<p>Puesto</p> <p>Gerente Administrador</p>	<p>Misión</p> <p>Representar legal y jurídicamente a la empresa ante los organismos estatales como son: SRI, IESS, GADS Municipales y Parroquiales y tomar las mejores decisiones para bien de la misma</p>
<p>Perfil</p>		<p>Funciones</p>	
<p>Competencias</p> <ul style="list-style-type: none"> * Aplicar las nuevas tendencias en gestión de recursos humanos. * Evaluar el rendimiento de sus colaboradores de forma precisa y justa, proporcionándoles retroinformación periódica. * Realizar el seguimiento de las soluciones adoptadas en el caso de enfrentar problemas. 		<ol style="list-style-type: none"> 1.- Elaborar el presupuesto anual, conjuntamente con el departamento de contabilidad. 2.- Autorización de ventas y compras. 3.- Autorización para pagos de nómina. 4.- Manejo del sistema del Ministerio de Trabajo. 5.- Administración del talento humano, en autorizaciones para permisos, vacaciones, ingreso al IESS, entre otras. 6.- Buscar nuevos mercados para la venta de los productos 7.- Evaluar al personal que labore en la empresa, en sus diferentes áreas. 	
<p>Requisitos</p> <ul style="list-style-type: none"> * Estudios superiores en Administración de Empresas o carreras afines. * Experiencia en manejo de personal. 			
<p>Elaborado por:</p>	<p>Revisado por:</p>	<p>Autorizado por:</p>	

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

GRÁFICO N° 6.4

Manual de Funciones Contador


		<h2>“EL AROMA DEL BUEN CAFÉ”</h2>	
		<p>Puesto</p> <p>Contador(a)</p>	<p>Misión</p> <p>Mantener una adecuada información de todos los movimientos financieros que se den en la empresa, presentar éticamente, con claridad y a tiempo balances con información actualizada para conocer el desenvolvimiento económico de la misma.</p> <p>Realizar pagos a proveedores y mantener una buena cartera con los clientes, con previo autorización del inmediato superior.</p>
<p style="text-align: center;">Perfil</p>		<p style="text-align: center;">Funciones</p>	
<p>Competencias</p> <p>* Utilización de programas informáticos y sistemas contables.</p> <p>* Redactar cartas, oficios y memorándums, utilizando un lenguaje claro y preciso a las necesidades de la empresa hacia su procedencia.</p> <p>* Interpretar información y solucionar problemas según los casos que se presenten.</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1.- Realizar las transacciones diarias y asientos contables para consolidar la información. 2.- Presentar Estados Financieros. 3.- Constatación física de inventarios. 4.- Archivar toda la documentación contable financiera. 5.- Elaboración de declaraciones, anexos del Sri, planillas del Iess y pagos de impuestos correspondientes. 6.- Elaboración de contratos, actas de finiquito, décima tercera, décima cuarta remuneraciones y utilidades. 7.- Pagos a proveedores y cobros de cartera. 8.- Otras disposiciones que emita el Gerente. 	
<p>Requisitos</p> <p>* Ingenieros o Licenciados en Contabilidad CPA</p> <p>* Experiencia en manejo de sistemas contables y conocimientos en tributación.</p>			
<p>Elaborado por:</p>	<p>Revisado por:</p>	<p>Autorizado por:</p>	

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

GRÁFICO N° 6.5

Manual de Funciones Vendedor


		<h2>“EL AROMA DEL BUEN CAFÉ”</h2>	
		<p>Puesto</p>	<p>Vendedor - Despachador</p>
	<p>Misión</p>	<p>Mantener una buena presencia física y de palabra hacia los clientes, para captar más clientela y mejorar el nivel de ventas. Responsabilidad ante todo de presentar un buen producto. Dar buena imagen a la empresa.</p>	
<p>Perfil</p>		<p>Funciones</p>	
<p>Competencias</p> <p>* Estar capacitado para dar presentaciones en público de los productos que se ofertan.</p> <p>* Realizar acciones inmediatas según las necesidades de los clientes.</p> <p>* Presentar un buen producto al cliente, conociendo a profundidad sobre qué tipo de producto es.</p>		<p>1.- Vender y distribuir el producto que es el Café a base de Quinua.</p> <p>2.- Presentar promociones del producto.</p> <p>3.- Abastecimiento del producto en el área de ventas y en bodegas.</p> <p>4.- Presentar un informe diario sobre las ventas realizadas del producto.</p> <p>5.- Entregar el dinero de la venta diaria.</p>	
<p>Requisitos</p> <p>* Experiencia en ventas y atención al cliente.</p> <p>* Activo y con buena iniciativa para realizar el trabajo.</p>		<p>6.- Las demás funciones asignadas por el jefe de personal.</p>	
<p>Elaborado por:</p>		<p>Revisado por:</p>	<p>Autorizado por:</p>

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

GRÁFICO N° 6.6

Manual de Funciones Operarios

		<h2>“EL AROMA DEL BUEN CAFÉ”</h2>	
		Puesto	Operarios (Obreros)
Misión		Elaborar el mejor producto, cumpliendo las normas de calidad. Cuidar el equipo de trabajo que está a su cargo, es decir herramientas, maquinaria y equipos.	
Perfil		Funciones	
Competencias		1.- Producción y elaboración del Café a base de Quinua. 2.- Mantener en buen estado y limpias las instalaciones, maquinaria y equipo que estén a su cargo. 3.- Presentar un informe diario de la producción de café a base de quinua al jefe inmediato. 4.- Informar a los superiores cualquier tipo de novedad que haya en su área de trabajo	
* Utilizar sus conocimientos técnicos y su experiencia para hacer un buen producto. * Mejorar su efectividad y eficacia al momento de trabajar en equipo. * Entender cómo se lleva a cabo los procesos en el trabajo. * Aceptar la ayuda de otros compañeros cuando sea necesario.			
Requisitos			
* Conocimientos generales en alimentos procesados.			
Elaborado por:	Revisado por:	Autorizado por:	

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Investigación Propia

6.5.2 Orgánico Funcional

➤ Nivel Ejecutivo

En éste nivel está el administrador gerencial encargado de la correcta administración de los recursos tales como: talento humano, financiero y económico, de la empresa productora y comercializadora de Café a base de Quinua.

Dentro de sus responsabilidades está el de actuar como representante legal ante los organismos administrativos y de control estatales como es el GAD, Gobiernos Autónomos Descentralizados, Instituto de Seguridad Social (IESS), Servicio de Rentas Internas (SRI), Ministerio de Relaciones Laborales, entre otros.

Además se encarga de la coordinación con las diferentes áreas y es el autorizador del gasto, adquisiciones de materia prima, bienes e insumos, ventas del producto y de la correcta utilización de los bienes y recursos de la empresa.

Dentro de la parte administrativa de Talento Humano autoriza el ingreso del nuevo personal, permisos particulares, vacaciones y otras actividades como amonestaciones, multas, sanciones y terminaciones de contratos. Otras funciones que realiza es la elaboración de los presupuestos anuales de ventas, Costos y Gastos e inversiones en coordinación con el contador.

➤ Nivel de Apoyo

A éste nivel le corresponde dos áreas importantes que son el departamento de contabilidad y el departamento de ventas.

a) Departamento de Contabilidad

Dentro de las principales funciones en el departamento de contabilidad es el de actuar como sujeto pasivo; es decir, ser agente de retención; por ende realizar las declaraciones y pago de impuestos correspondientes, así como hacer retenciones del Impuesto del Valor Agregado (IVA), anticipos del Impuesto a la renta, Impuesto a la Renta (IR), presentar la información de los anexos que correspondan enviar a la empresa.

Además se realiza los registros diarios de transacciones, compras y ventas; y el archivo cronológico de la documentación de soporte contable para la preparación de los Estados Financieros.

También realiza el Control preventivo y permanente de los recursos financieros, como las constataciones físicas de inventarios de bienes, insumos, y productos terminados, además se encarga de la recaudación y depósitos diarios por venta de productos.

Elabora facturas, comprobantes de retención y realiza pagos a proveedores, nómina y fondos de terceros; presenta los presupuestos de costos gastos, ventas e inversiones al gerente para la toma de decisiones.

b) Departamento de Ventas

En ésta área labora un vendedor encargado de las ventas del producto, además promociona la buena imagen institucional, promoción y publicidad de las bondades del producto.

Es el encargado de realizar conferencias, demostraciones y degustaciones en organismos públicos y privados sobre las bondades y beneficios que brinda el Producto.

Además se encarga de los convenios interinstitucionales con cultivadores de plantas medicinales.

➤ Nivel Operativo

En el departamento de Producción laboran tres obreros, quienes producen directamente el Café a base de Quinoa, cumpliendo con los estándares de calidad.

En éste departamento también se realiza el empaclado y etiquetado del producto, además realizan el mantenimiento y limpieza de las instalaciones de la empresa.

Al equipo de esta área se le da la responsabilidad de la custodia de toda la maquinaria y equipo, insumos, productos procesados y terminados disponibles para la venta.

6.6. Constitución Jurídica

6.6.1 Nombre o Razón Social

EL AROMA DEL BUEN CAFÉ

6.6.2 Figura Jurídica

Se constituirá como una empresa de Hecho.

➤ Domicilio

El domicilio será la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Antonio Ante, Ciudad Atuntaqui en la Av. Rocafuerte y Panamericana Norte.

➤ Objeto Lícito

Toda empresa que se está constituyendo deberá indicar de forma clara cuál es el principal objetivo al que se va a dedicar la misma, por ende no podrá ejecutar ni celebrar otros actos ajenos a los cuales fue fundamentada.

La empresa se dedicará a la producción y comercialización exclusiva del Café a base de Quinua.

➤ Apertura de Cuenta

La persona interesada en crear una empresa, debe abrir una cuenta de Integración de Capital, para la distribución de los diferentes recursos económicos y financieros que la entidad requiera, así se beneficiará la misma empresa.

➤ Escritura Pública

Luego de la apertura de la cuenta, el futuro gerente y/o propietario de la empresa deberá acudir ante un notario y hacer una Escritura Pública de Constitución de la Empresa.

➤ **Aprobación**

La Escritura Pública se la presentará ante un Juez de lo Civil, solicitando su constitución; para lo cual el funcionario deberá hacer una publicación en un diario de mayor circulación de la provincia, con un extracto de los contenidos generales de la empresa.

➤ **Oposición**

Cualquier persona o Institución que se sienta afectada con la Constitución de la nueva Empresa, cuenta con plazo de ciertos días para presentar el porqué de su oposición a la formación de la misma, todo esto lo realizará así mismo ante un Juez de lo Civil.

➤ **Inscripción**

Con la autorización que dé el Juez de lo Civil, el futuro gerente y/o propietario de la empresa, deberá inscribirla en el Registro Mercantil. Para continuar con el funcionamiento además deberá tener el Registro Único del Contribuyente (RUC), que se lo solicita en el Servicio de Rentas Internas (SRI).

6.6.3 Socios de la Empresa

Los socios directos de la nueva empresa “*EL AROMA DEL BUEN CAFÉ*” son: Maritza Johanna Puma Simbaña y Bolívar Santiago Rosero Cuasapaz; los mismos que deberán hacer sus aportaciones para emprender con la empresa sea en dinero en efectivo o a su vez lo pueden hacer con inmuebles, para cubrir la inversión inicial que requiere el proyecto.

6.6.4 Capital Inicial

El Capital Inicial es de \$ **48.122,82**; cuyo aporte de los socios será el 58% que corresponde a \$ 28.122,82 y la diferencia que es el 42% se cubrirá con un crédito que se lo hará al Banco Nacional de Fomento por un valor de \$ 20.000,00.

6.6.5 Requisitos Legales para su Funcionamiento

Para poner en marcha la nueva empresa se necesita obtener los siguientes permisos para su funcionamiento:

El Registro Único del Contribuyente (Ruc), la Patente Municipal, el permiso de Funcionamiento para el local, entre otros que solicita el GAD Municipal y que son requisitos indispensables para el desenvolvimiento de la empresa ***“EL AROMA DEL BUEN SABOR”***.

a) Registro Único del Contribuyente - RUC

- Original y copia de Cédula y papeleta de votación del Representante Legal.
- Original y copia de una planilla de un servicio básico.
- Contar con un correo electrónico.

b) Registro Único de Proveedores - RUP

- Acuerdo de responsabilidad impreso en el portal de la web.
- Formulario de registro de proveedores RUP impreso en el portal de compras Públicas.
- Copia certificada de la escritura de constitución de la empresa de ser el caso.
- Copia certificada del Representante Legal o Propietario.
- Copia de papeleta de votación.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes RUC y estar al día en sus obligaciones con el SRI, certificado de Estado Tributario.

c) Patente Municipal

- Recibo del último pago del impuesto predial del lugar donde funcionará la empresa.
- Copia del RUC.
- Documentos personales básicos del representante legal.
- Recibo del pago correspondiente en el GAD Municipal.

d) Permiso del Cuerpo de Bomberos

- Solicitud de Inspección por parte del representante legal o propietario de la empresa.
- Inspección por parte de la delegación del Cuerpo de Bomberos.
- Compra de un extintor, según las características que nos de la delegación del cuerpo de bomberos.
- Obtención del Permiso de Funcionamiento por parte del Cuerpo de Bomberos.

e) Permiso del Ministerio de Salud

- Cédula de Ciudadanía y papeleta de votación
- 2 Fotografías tamaño carne
- Examen Médico realizado en la unidad de salud de la ciudad.
- Solicitud de permiso de funcionamiento
- Inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios, para su adecuado funcionamiento.
- Informe final
- Permiso de funcionamiento.

f) Registro Patronal

La clave patronal es otorgada por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) y los requisitos son los siguientes:

- Contratos de trabajo inscritos en la Inspección de Trabajo.
- Cédula de identidad del representante legal de la empresa.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Una vez obtenida la clave patronal se debe proceder a afiliarse a cada uno de los trabajadores.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. Introducción

Se entiende como impactos al conjunto de consecuencias provocadas por un hecho, éstos pueden ser positivos o negativos.

Se debe entender por impacto el reflejo que un proceso o resultado de una investigación causa en un determinado sector o región.

7.2. Análisis de los Impactos

La investigación efectuada se sustenta con un análisis técnico de los impactos.

Para el presente análisis se ha utilizado una metodología sencilla y eficaz, resultando muy conveniente para aplicarla.

Para tal efecto, se determinan varias áreas o ámbitos generales en las que el proyecto influirá.

A continuación se selecciona un rango o parámetro de niveles de impactos positivos y negativos, de acuerdo a la siguiente tabla.

CUADRO N° 7.1

Nivel de Impactos

-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto	Impacto	Impacto	No hay	Impacto	Impacto	Impacto
Alto	Medio	Bajo	Impacto	Bajo	Medio	Alto
NEGATIVO				POSITIVO		

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Trabajo de Campo

$$\text{Nivel de Impactos} = \frac{\Sigma}{N}$$

En donde:

Σ = Sumatoria de la Calificación

N = Número de Indicadores

Los impactos que sobresalen y están sujetos de análisis son: Impacto social, Impacto económico, Impacto educativo e Impacto ambiental.

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

Con esta tabla se procedió a aplicar en los siguientes impactos el puntaje de evaluación.

7.3. Identificación de los Impactos

7.3.1 Impacto Social

CUADRO N° 7.2

MATRÍZ DEL IMPACTO SOCIAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Mejorar la salud y la calidad de vida							x	3
Generar fuentes de empleo							x	3
Mejorar el ambiente laboral							x	3
Seguridad Laboral							x	3
Liderazgo empresarial						x		2
TOTAL								14

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Trabajo de Campo

$$\text{Nivel de Impactos} = \frac{14}{5} = 2,8 \approx \text{Positivo Alto}$$

Análisis

Se puede apreciar que el Impacto Social del proyecto tiene un valor de 2.8 el cual es positivo alto, ya que ayuda a mejorar la salud y la calidad de vida de la sociedad en general al consumir Café hecho a base de Quinoa, ya que es un producto 100% natural, libre de cafeína y que puede ser consumido por cualquier tipo de personas así tengan alguna enfermedad, porque no hace daño internamente.

Así también éste impacto ayuda generando más fuentes de trabajo, asegurándoles una estabilidad laboral, mejorando el entorno de trabajo y beneficiándose de ésta manera tanto el productor como el consumidor; con ello se alcanzará un liderazgo empresarial, y será la primera empresa del sector que produzca artículos con éstas características, las mismas que impulsarán a utilizar productos naturales propios de la zona para elaborar el café a base de quinoa.

7.3.2 Impacto Económico

CUADRO N° 7.3

MATRÍZ DEL IMPACTO ECONÓMICO

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Clientes satisfechos por distribución directa							x	3
Producto nuevo y a precio razonable							x	3
Maquinaria y equipo moderno mejora procesos						x		2
Reducción de gastos por mantenimientos						x		2
Posicionamiento en el mercado						x		2
TOTAL								12

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Trabajo de Campo

$$\text{Nivel de Impactos} = \frac{12}{5} = 2,4 \approx \text{Positivo Medio}$$

Análisis

Se puede apreciar que el Impacto Económico del proyecto tiene un valor de 2.4 el cual es positivo medio, ya que hay que considerar que por el hecho de invertir una gran cantidad de dinero deberá ser favorable para el desenvolvimiento de la empresa y obtener un buen margen de utilidad para recuperar en el menor tiempo posible la inversión planteada.

La distribución del producto se la realizará directamente a los clientes potenciales para evitar intermediarios que encarezcan el producto; los consumidores conocerán que es un producto nuevo y novedoso, por su sabor y por tener un alto poder nutritivo tanto en vitaminas como en proteínas; esto nos permitirá tener un buen posicionamiento en el mercado local y nacional.

Para agilizar los procesos productivos y aumentar la productividad se adquirirán maquinaria y equipo moderno; el mismo que nos evitará tener que estar en mantenimientos permanentes y a su vez nos ayudará a reducir gastos innecesarios y a entregar el producto en menos tiempo posible.

7.3.3 Impacto Educativo

CUADRO N° 7.4

MATRÍZ DEL IMPACTO EDUCATIVO

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Mejorar el nivel de investigación.							x	3
Capacitación permanente sobre temas de interés						x		2
Experiencia en el manejo de proyectos productivos y de inversión						x		2
Mejorar el estilo de vida de los habitantes del sector						x		2
Educación para mantener el ambiente libre de toxinas					x			1
TOTAL								10

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Trabajo de Campo

$$\text{Nivel de Impactos} = \frac{10}{5} = 2,0 \approx \text{Positivo Medio}$$

Análisis

Se puede apreciar que el Impacto Educativo del proyecto tiene un valor de 2.0 el cual es positivo medio, con esto se mejorará los niveles de cultura tanto de los estudiantes como de los habitantes de la ciudad de Atuntaqui; concientizando de una manera más profunda la mentalidad de la población anteña como eje principal, al utilizar sus tierras para la producción de cultivos propios del sector, con el objetivo de expandirse y darse a conocer empresarialmente y crecer económicamente fabricando nuevos productos que sean derivados de nuestros propios cultivos.

Además con un buen manejo tecnificado en la elaboración del producto, se aprovechará al máximo la materia prima, la mano de obra y los insumos; logrando así tener una gran experiencia en la elaboración no solo del café a base de quinua, sino también para la elaboración de nuevos productos.

7.3.4 Impacto Ambiental

CUADRO N° 7.5

MATRÍZ DEL IMPACTO AMBIENTAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Manejo de desechos sólidos			x					-1
Clasificación de desechos orgánicos		x						-2
Mantenimiento permanente de las instalaciones de la empresa					x			1
Ubicación adecuada en puntos estratégicos de la maquinaria				x				0
Incentivar la producción orgánica, sin la utilización de productos químicos			x					-1
TOTAL								-3

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Trabajo de Campo

$$\text{Nivel de Impactos} = \frac{-3}{5} = -0.6 \approx \text{Negativo Bajo}$$

Análisis

Se puede apreciar que el Impacto Ambiental del proyecto tiene un valor de 2.4 el cual es positivo medio, dentro de éste proceso se aprovechará al máximo los suministros que se manejan dentro de la empresa, tomando una costumbre de reciclar los desechos sólidos, como vienen siendo el papel, cartón y plásticos; para luego entregar a personas recolectoras; que le den un buen uso y manejo a los mismos, sin contaminar el medio ambiente.

Además clasificaríamos los desechos orgánicos, con el objetivo de que éstos sean nuevamente reutilizados, ya que los sobrantes servirán para abono de los productores agrícolas.

También se tendrá muy en cuenta los lugares estratégicos para la ubicación de la maquinaria dentro de las instalaciones de la empresa, ya que deberán ser ubicadas en lugares que no afecten ni al personal peor aún al medio ambiente; tomando consideraciones permanentes para el mantenimiento de las mismas y que se encuentren en buen estado; así no solo se cuidará el medio ambiente, sino que también se ahorrará recursos económicos.

7.3.5 Impacto General

CUADRO N° 7.6

IMPACTO GENERAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto Social							x	2,8
Impacto Económico						x		2,4
Impacto Educativo						x		2,0
Impacto Ambiental			x					-0,6
TOTAL								6,6

ELABORADO POR: Los Autores

FUENTE: Trabajo de Campo

$$\text{Nivel de Impactos} = \frac{6,6}{4} = 1,7 \approx \text{Positivo Medio}$$

Análisis

Una vez analizados todos los impactos que intervienen en el proyecto, se tiene que nuestro impacto general es Positivo Medio; es decir, que éste plan de trabajo es de suma importancia para la sociedad anteña, debido a que beneficiará significativamente a todos los habitantes del sector y a la misma empresa en estudio, ya que no pone en peligro al medio ambiente, por ser un producto netamente natural y libre de tóxicos.

Además que será muy beneficioso para los habitantes de la ciudad de Atuntaqui y de la población en general, por ello es necesario la implantación de una empresa de producción y comercialización de Café a base de Quinoa, con beneficios saludables y que podrá ser consumido por todo tipo de personas, sin ningún miedo a que sean dañinas.

CONCLUSIONES

- En el Diagnóstico Situacional se establece que existe suficiente materia prima como es la Quinoa, la ciudad de Atuntaqui cuenta con todas las condiciones socioeconómicas, ya que existe una clase media baja y que va con rumbo a la alta, por lo cual existe poca pobreza, debido a la industrialización y comercialización textil que funciona en ésta ciudad; creándose así todas las condiciones necesarias y óptimas para la implementación de la Empresa en estudio.
- En el Estudio de Mercado se determina que el café tradicional en la ciudad de Atuntaqui es un producto de consumo masivo, resaltando que en la actualidad los consumidores de café buscan nuevas alternativas con el fin de mejorar su nivel de vida saludablemente, así se puede concluir que existe aceptación de nuestro producto, por ser exquisito, nutritivo y saludable; además es un producto nuevo, por lo tanto no existe competencia directa, tan solo de productos sustitutos que no ponen en peligro la implementación de la nueva empresa.
- La Evaluación Financiera determina en todos sus indicadores que es factible realizar el presente proyecto, obteniendo una aceptada rentabilidad, lo que permitirá cubrir la inversión inicial que es de \$ 47.960,36; los mismos que estarán distribuidos con un financiamiento propio de \$ 27.960,36 y con un crédito al Banco Nacional de Fomento de \$ 20.000,00; la utilidad que genere el proyecto será de \$ 10.291,86 para el primer año. El Valor Actual Neto es de \$ 8.589,23; la Tasa Interna de Retorno es del 17.29%; el período de recuperación de la inversión es de 4 años y 8 meses un tiempo considerado; el Costo Beneficio es de \$ 1,45 lo que justifica la puesta en ejecución el proyecto, desde el punto de vista financiero.
- De la investigación realizada se puede resaltar ciertos puntos importantes, los mismos que nos van a permitir concluir que el proyecto para la creación de la Empresa de Producción y Comercialización de Café a base de Quinoa “EL AROMA DEL BUEN CAFÉ” en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura; en su forma de propuesta justifica el financiamiento y el respaldo suficiente para ejecutar el presente proyecto, logrando obtener una inversión rentable y recuperable en un tiempo considerado.

RECOMENDACIONES

- Poner en ejecución la implantación de la empresa “EL AROMA DEL BUEN CAFÉ”, lo más pronto posible, pues el proyecto es factible y existen las condiciones de mercado necesarias y más aún la aceptación del producto es muy buena en la ciudad de Atuntaqui. A la vez que se recomienda realizar convenios o alianzas estratégicas con la finalidad de garantizar la entrega de la materia prima de los productores directos durante todo el año, con el objetivo de mantener los mismos precios y evitar el encarecimiento.
- Profundizar los conocimientos que se requieren para las diferentes áreas de la empresa, con el fin de mantenerla activa y con un buen desarrollo económico y de buen servicio a la sociedad; manteniendo capacitaciones constantes a todo el personal que labore, con la finalidad de agilizar los procesos productivos y administrativos.
- Para que la empresa “EL AROMA DEL BUEN CAFÉ” se posicione en el mercado se deberá aplicar un plan de marketing, para los distintos grupos de consumidores de Café en la ciudad de Atuntaqui y en toda la provincia, deberán implementarse a su vez estrategias de comercialización para no disminuir los ingresos y aumentar la cobertura de ventas.
- Para obtener balances proyectados y reales a una fecha determinada, se deberá mantener procesos administrativos, los mismos que nos ayudarán a mantener un control riguroso de los costos y gastos, manejo de inventarios y otras operaciones financieras que la empresa realice, con el objetivo de mantener buenos ingresos y cubrir deudas que la misma mantenga a corto y largo plazo con terceros.
- Se recomienda también cumplir con las normativas establecidas y todas las leyes que el entorno así lo proponga, para a futuro no tener inconvenientes legales. Además es necesario disminuir el nivel de impactos negativos en los casos que hayan, para garantizar un manejo apropiado del medio ambiente y del entorno de trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

ANDIA Valencia, W. (2011) La demanda insatisfecha en Proyectos de Inversión Pública. Bogotá

BARIOGLIO, C. F. (2013) Café. En C. F. Barioglio, Diccionario de las Ciencias Agropecuarias. Grupo Editorial.

BERMÚDEZ & Rodríguez (2013) Formulación del Proyecto de Investigación. En L. T. Bermúdez. 1era. edición.

BERNAL, C. H. (2013). Proceso Administrativo para las Organizaciones del Siglo XXI. Bogotá - Colombia: Pearson.

BERUMEN, S. (2011). Los Sistemas de Innovación en Europa. España: Gráficas Dehon.

FIERRO, Á. (2011). Contabilidad General. Bogotá: Eco Ediciones.

FINNERTY, Jhon (2012) Fundamentos de la Administración Financiera, Andaluz España

FISCHER & Espejo (2012) Marketing, Segunda Edición, Colombia – Bogotá

FISHER Laura, Jorge (2011) Mercadotecnia, Segunda Edición, México

FONSECA, C. G. (2011). Para su Aplicación a la Empresa.

GUARDE, G. (2014). Contabilidad Financiera. México. MC GRAW HILL.

HOLM, H. (2012). Presentación de los Estados Financieros. En H. Holm, NIIF para PYMES teoría y prácticas.

JIMÉNEZ, García E. M. (2014). Rentabilidad Contable Financiera. En J. G. Escribano María, Análisis Contable y Financiero.

LERMA y Kirchner, A. & Juárez Bárcena, S. (2012). Planeación Estratégica por Áreas Funcionales. México, D.F.: Alfaomega.

MOYANO, Bruque & Martínez (2011). Clases de empresas. En S. B. José Moyano Fuentes, Administración de empresas. Pearson Educación S.A.

ORTÍZ, H. A. (2011). Flujo de Caja. En Análisis financiero aplicado. Edición 14.

PADILLA, M. C. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos. Bogotá: Segunda edición D.C.

POLANCO, S. (2011). La Ecuación Contable . En S. G. Luis Polanco, Contabilidad. Sexta Edición.

PRADO, Rodrigo (2012) Fundamentos de Marketing, Segunda edición II Armenia

R, Carlos. (2011). Presupuesto Empresarial. Colombia: Eco Ediciones.

REYES, Agustín (2011) Administración de Empresas V Edición, Santiago - Chile

ROMERO, Ricardo (2013) Bases del Marketing, Primera Edición SPT México DF.

SANCHEZ, Dolores (2012) Asistencia a Microempresas editorial ANUIES, Cruz Atoyac, México D.F

TOBAR R. Agustín (2012) Contabilidad de Costos, segunda edición, editorial Andina Ecuador

VALDEZ, R. (2011). Balance General. En R. Valdez, Diagnóstico en la Empresa. Primera edición.

ZAPATA, Sánchez P. (2011). La Empresa. En P. Z. Sánchez, Contabilidad general: Con base en las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). 7ma. edición.

ZUÑIGA, Mónica (2012) Antología comercialización. Bogotá

REFERENCIAS LEGALES

Código de Trabajo

Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno

Servicio de Rentas Internas – SRI

Buenas Prácticas Manufactureras – BPM

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial – PDOT del Cantón Antonio Ante 2012-2030

LINKOGRAFÍA

- https://es.wikipedia.org/wiki/Chenopodium_quinoa
- http://quinuaecuador.blogspot.com/2012/08/historia-de-la-quinua_5.html
- <es.wikipedia.org/wiki/turista>

- <http://www.produccion.gob.ec/experto-coreano-verifica-la-excelencia-de-la-quinua-ecuatoriana/sumak-life-productos-de-quinua-organica-ministerio-produccion-ecuador-gustavo-camelos-corea-06/>
- Sin.gob.ec/planes-de-desarrollo-y-ordenamiento-territorial
- <https://es.wikipedia.org>

WEBGRAFÍA

- www.inec.gob.ec
- www.agricultura.gob.ec
- www.sanar.org/cereales/propiedades-de-la-quinoa
- www.fao.org/quinoa/es/
- www.fao.org/docrep/017/aq287s/aq287s.pdf
- www.creadess.org/.../22224-semilla-de-quinoa-y-sus-beneficios-a-la-salud
- www.epmrq.gob.ec/images/lotaip/leyes/rbpm.pdf
- www.antonioante.gob.ec
- www.gestiopolis.com

ANEXOS

ANEXO 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

FICHA DE OBSERVACIÓN

ASPECTOS A OBSERVAR	BUENO	POCO	NADA	OBSERVACIÓN
Cantidad de productores de quinua				
Cantidad de consumidores de café				
Áreas de producción aptas para la producción de quinua				
Manejo tecnificado de producción				
Prevención de enfermedades por consumo de exceso de café				
Consumo considerable de bebidas que contienen cafeína				
Enfermedades a causa del consumo de café tradicional				

ANEXO 2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENCUESTA REALIZADA A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI
QUE TIENEN PREFERENCIA POR EL CONSUMO DE CAFÉ

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente y conteste con claridad y precisión, ya que la información que usted nos brinde será muy valiosa para el desarrollo del proyecto de investigación a realizar. Los datos proporcionados son de confidencialidad y son de carácter académico.

OBJETIVO:

Determinar ciertas características referentes a consumidores de café tradicional e interrelacionar con el posible consumo de café a base de Quinoa en la Ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura, con la finalidad de obtener información confiable respecto al mercado meta de este producto.

Por favor marque su respuesta con una X.

CUESTIONARIO

1. ¿Consume usted Café?

SI ()

NO ()

2. ¿Qué tipo de Café consume?

- Instantáneo en Polvo ()
Instantáneo Granulado ()
Destilado ()
No Consume ()

3. ¿Qué tipos de marcas de café prefiere?

- Café Moro ()
Colcafé ()
Don Café ()
Nescafé ()
No Consume ()

4. ¿Conoce usted sobre las bondades de la Quinua?

- Mucho ()
Poco ()
Nada ()

5. ¿Ha consumido usted Quinua?

- Siempre ()
Casi Siempre ()
Ocasionalmente ()
Nunca ()

6. ¿En caso de demandar quinua en productos combinados que le gustaría que le oferten?

- Café ()
Jugos ()
Vino ()
Otros ()

7. ¿Si se ofertaría café elaborado a base de Quinoa, estaría usted dispuesto a adquirirlo y reemplazarlo por el café tradicional?

SI ()

NO ()

Ocasionalmente ()

8. ¿En qué lugar adquiriría usted el café a base de Quinoa?

Supermercados ()

Abacerías ()

Tiendas ()

9. ¿Si degustaría del Café a base de Quinoa, que cantidad estaría dispuesto a adquirir semanalmente?

Fundas de 10g ()

Fundas de 30g ()

Fundas de 50g ()

Fundas de 100g ()

Fundas de 200g ()

10. ¿Preferiría usted comprar fundas de café de 50g en lugar de las de menos peso?

SI ()

NO ()

11. ¿Cómo calificaría usted la producción de Café a base de Quinoa en la ciudad de Atuntaqui?

Muy Buena ()

Buena ()

Regular ()

Mala ()

12. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una funda de 50g de Café a base de Quinoa?

Mayor a productos sustitutos ()

Igual a productos sustitutos ()

Menor a productos sustitutos ()

13. ¿Por qué medios de comunicación cree usted que se debería dar a conocer la existencia de éste nuevo producto?

Radio ()

Prensa ()

Hojas Volantes ()

Televisión ()

Otros ()

ANEXO 3



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENCUESTA REALIZADA A SUPERMERCADOS, ABACERÍAS Y TIENDAS QUE
EXPENDEN CAFÉ EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente y conteste con claridad y precisión, ya que la información que usted nos brinde será muy valiosa para el desarrollo del proyecto de investigación a realizar. Los datos proporcionados son de confidencialidad y son de carácter académico.

OBJETIVO:

Medir el grado de consumo de café tradicional, mediante encuestas realizadas a locales que expendan el producto en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura.

CUESTIONARIO

1. ¿Vende usted Café?

SI ()

NO ()

2. ¿Qué tipo de Café tiene más demanda?

Instantáneo en Polvo ()

Instantáneo Granulado ()

Destilado ()

3. ¿Cuál es el peso de Café en gramos de mayor comercialización?

- 10 Gramos ()
- 30 Gramos ()
- 50 Gramos ()
- 100 Gramos ()
- 200 Gramos ()

4. ¿Cuál es el promedio de venta semanal de Café en estas presentaciones?

- 10 Gramos ()
- 30 Gramos ()
- 50 Gramos ()
- 100 Gramos ()
- 200 Gramos ()

5. ¿Cuál es el precio de venta de un empaque de Café de 50g?

- Café Moro _____
- Colcafé _____
- Nescafé _____
- Don Café _____

ANEXO 4

REGLAMENTO INTERNO

Capítulo Primero

Del ámbito de aplicación del presente Reglamento Interno

Artículo primero.- El presente Reglamento Interno de Trabajo regula las relaciones laborales entre trabajadores y empleador.

Como consecuencia de lo antes mencionado, las normas estipuladas en éste reglamento se considerarán incorporadas a toda relación jurídica contractual de naturaleza laboral existente, así como también a cada Contrato Individual de Trabajo que se celebre con fecha posterior a la aprobación de éste Reglamento Interno de Trabajo.

Artículo segundo.- El presente Reglamento Interno de Trabajo es de aplicación obligatoria en todas las oficinas administrativas e instalaciones que tiene la empresa en la Ciudad de Atuntaqui.

Como consecuencia de lo expuesto en el párrafo que antecede, todo Trabajador de ésta institución queda sujeto al cumplimiento de las disposiciones prescritas en éste Reglamento, no siendo su desconocimiento causa de eximente de responsabilidad para ninguno de los Trabajadores.

Artículo tercero.- Para dar cumplimiento a lo dispuesto en el Artículo 64 del Código del Trabajo, y con el objeto de que los Trabajadores conozcan las disposiciones prescritas en éste Reglamento, la Administración mantendrá en exhibición permanente en sitios visibles y en los distintos lugares de trabajo, copia auténtica de este instrumento junto con la copia legalizada del horario de los trabajadores, aprobada por la Administración Gerencial entregándole un ejemplar del presente Reglamento aprobado a cada trabajador.

Capítulo Segundo

De la clasificación interna administración del Talento Humano

Artículo cuarto.- Son Trabajadores y empleados de la empresa *El Aroma del buen Café*:

Todo Trabajador que preste sus servicios lícitos y personales para la empresa en virtud de sus respectivos Contratos Individuales de Trabajo, siempre y cuando perciban su remuneración directamente de esta Institución.

Artículo quinto.- Para efectos de orden interno administrativo y financiero.

Capítulo Tercero

De la admisión y requisitos para la contratación del personal

Artículo sexto.- La admisión del Talento Humano es potestativa de la Administración Gerencial, debiendo él o la aspirante proporcionar en la solicitud de empleo, de manera clara y verás, obligatoria y fielmente, todos los datos que les sean requeridos, a fin de hacerlos constar en el Registro que para el efecto lleva la institución.

1.- Nombres y apellidos completos, edad, estado civil, profesión u ocupación, nacionalidad, dirección domiciliaria y cargas familiares. Para el caso de que sea contratado, éstas últimas podrán ser alegadas por el Trabajador o empelado previa a la presentación de la documentación que las acredite legalmente como tales.

2.- Cédula de Ciudadanía según el caso, certificado de votación de las últimas elecciones. La presentación de la Libreta Militar o su equivalente no será requisito indispensable para la admisión de un Trabajador de género masculino.

3.- Ser mayor de edad y encontrarse en goce de los derechos de ciudadanía.

4.- Presentar certificados de trabajo de los últimos dos años, si hubiere laborado durante dicho lapso. De solvencia moral, de salud, certificado de pasado judicial, y según lo requiera la empresa, de competencia o experiencia ocupacional, laboral o profesional.

Él o la aspirante deberán reunir los requisitos adicionales, legales o administrativos que se le soliciten, los que se requerirán de acuerdo al cargo que aspire desempeñar.

Si después de haber adquirido la calidad de Trabajador o empleado se descubriere falsedad o alteración en los datos o documentos presentados, el que incurriere en tal evento será separado inmediatamente en concordancia a lo que manifiesta el Código de Trabajo y de acuerdo al presente Reglamento Interno.

Artículo séptimo.- Cualquier cambio de domicilio deberá ser notificado por el trabajador al área de Contabilidad, comunicación que deberá efectuar en un término no mayor de siete días contados a partir del momento en que ocurrió dicho cambio.

De no cumplirse con esta obligación, la Administración considerará como domicilio del Trabajador la dirección que consta en los registros que para el caso lleva la empresa. Información que como queda expresado en el Artículo anterior, es proporcionada por el Trabajador al momento de llenar el formulario de solicitud de admisión para laborar en la institución.

Artículo Octavo.- Como norma general, todo trabajador o empleado que ingrese por primera vez a prestar sus servicios en la empresa, deberá suscribir un Contrato de Trabajo con inclusión de un período de prueba de hasta noventa días, al tenor de lo prescrito en el Código del Trabajo para que posteriormente se haga indefinido.

Artículo Noveno.- Los Trabajadores que fueren contratados en calidad de empleados u Obreros, se centrarán en la realización de sus ocupaciones que están determinadas en sus respectivos contratos.

Artículo décimo.- Cuando un Trabajador ingrese a laborar por primera vez en la empresa, la determinación o asignación del lugar, sección o dependencia en la que prestará sus servicios, quedará a criterio exclusivo del Administrador Gerencial.

Determinarán administrativamente las necesidades, para efectos de llenar las vacantes que se produzcan, cuando vayan a ser ocupadas por los trabajadores de la empresa, la Administración tomará en cuenta la capacidad del aspirante, sus conocimientos técnicos, culturales y académicos; así como sus destrezas habilidades y experiencia así mismo se tomará en cuenta sus antecedentes de trabajo, tales como actitud, índice de ausentismo, disciplina, desempeño, colaboración, entre otros, igual criterio en términos generales, se aplicará y se exigirá para cuando la vacante vaya a ser llenada por terceras personas.

Capítulo Cuarto

Del cumplimiento de las jornadas de trabajo y otras normas relativas a los Horarios, Ejecución y Pago de Remuneraciones

Artículo décimo primero.- Los horarios y turnos de trabajo serán los que para cada caso estipule la Administración gerencial y será de 08h00 a 12h00 y de 13h00 a 17h00 con una hora de receso para el almuerzo.

Artículo décimo segundo.- Se denomina turno al talento humano que debe realizar una labor de acuerdo al plan de trabajo dentro de un lapso determinado. La conformación de los turnos será hecha por la Administración, particular que será puesto en conocimiento al trabajador.

Artículo décimo tercero.- Todo trabajador está en la obligación de registrar personalmente su sistema de control de tiempo, tanto al ingreso como a la salida de sus labores diarias. Este registro permitirá a la empresa verificar su horario de trabajo, horas suplementarias y/o extraordinarias trabajadas por disposición superior.

Artículo décimo cuarto.- Queda terminantemente prohibido laborar horas suplementarias y/o extraordinarias sin estar previamente autorizado por la Administración Gerencial.

Artículo décimo quinto.- Las remuneraciones se calcularán de acuerdo a los tiempos de trabajo registrados en los sistemas de control de tiempo, previa verificación por parte de la Administración Gerencial.

Artículo décimo sexto.- De las remuneraciones se deducirán todos los descuentos y retenciones dispuestas por la Ley, así como también los descuentos expresamente autorizados por el trabajador.

Las remuneraciones se depositarán en una cuenta del trabajador.

Artículo décimo séptimo.- La empresa, cancelará las remuneraciones del trabajador en una cuenta bancaria, en los que constará por lo menos: El nombre del Trabajador, el valor percibido, el período al que corresponde el pago, las deducciones por aporte individual al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), impuesto a la renta, si fuese el caso, préstamos o anticipos, así como cualquier otro rubro que deba constar y que legalmente pueda o deba deducirse. Al último constará el saldo neto o el haber final al que tenga derecho el Trabajador.

Artículo décimo octavo.- Cuando un Trabajador no esté conforme con una liquidación de pago de cualquier concepto, podrá expresar su disconformidad y el reclamo lo realizará en el momento de recibir, y se harán inmediatamente las correcciones necesarias.

Capítulo Quinto

De las faltas, de sus clases y sanciones

Artículo décimo noveno.- Para la aplicación de las sanciones y los incumplimientos al presente Reglamento Interno se dividen en dos grupos:

Faltas leves y faltas graves, en concordancia con lo dispuesto en los siguientes artículos:

Artículo vigésimo.- Para los efectos de éste Reglamento se consideran como faltas leves, todos los incumplimientos a las obligaciones que tienen los Trabajadores según lo dispuesto en el Código del Trabajo en general y además, a las siguientes:

1.- No ejecutar el trabajo en los términos del Contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos.

2.- No restituir al Empleador los materiales no usados y no conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de estos objetos, ni del ocasionado por casos fortuitos o de fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción.

3.- No trabajar en casos de peligro o siniestros inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aún en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o de la empresa. En estos casos tendrá derecho al recargo en su remuneración de acuerdo con la Ley.

4.- No dar aviso previo al Administrador o Jefe inmediato cuando por causa justa faltare al trabajo; de no poder hacerlo por cualquier causa debidamente justificada deberá hacerlo en las siguientes 24 horas laborables.

5.- No cumplir con las jornadas, horarios de trabajo establecidos por el administrador gerencial debiendo registrar su entrada y salida de acuerdo a las disposiciones establecidas por el administrador.

6.- No encontrarse en disposición de iniciar el trabajo a la hora señalada en el horario respectivo.

7.- Dentro de la jornada diaria de labor, trabajar con pérdidas innecesarias de tiempo.

8.- Utilizar sin consentimiento maquinaria y equipo, para fines ajenos a las actividades del trabajo.

9.- Leer periódicos, revistas, libros, durante las horas de trabajo.

10.- Comer en lugares de trabajo sin autorización.

11.- No atender con calidez y en forma cortés y respetuosa a los clientes.

12.- No proporcionar información personal a contabilidad.

13.- No someterse a exámenes médicos dispuestos por la empresa.

14.- No asistir a los cursos de capacitación o formación a los que la empresa le haya asignado.

15.- No utilizar durante la jornada de labor los uniformes e identificación de la empresa en forma permanente y obligatoria.

Artículo vigésimo primero.- Las faltas leves a las que hace referencia en el artículo que antecede, serán sancionadas con una multa equivalente de hasta el diez por ciento (10%) de la remuneración diaria. La comisión dentro de un mismo período mensual de tres faltas leves por parte de un trabajador, será considerada como falta grave, quedando facultado el representante legal para solicitar el correspondiente Visto Bueno, ante el Inspector de Trabajo.

Toda Falta Leve prescribe en un mes. Por lo tanto, para efecto de solicitar Visto Bueno, la empresa considerará como no cometidas las faltas leves que hayan ocurrido en un período anterior a un mes contado hacia atrás desde la fecha de la comisión de una falta leve.

Artículo vigésimo segundo.- Las multas a las que hubiere lugar por aplicación de lo prescrito en el presente Reglamento Interno de Trabajo, serán aplicadas por el Administrador Gerencial de la empresa, dispondrá el cobro de la multa mediante retención de la remuneración del Trabajador.

Artículo vigésimo tercero.- La comisión de una cualquiera de las faltas graves establecidas como tales en este Reglamento Interno, serán sancionadas con la separación del puesto, previo el trámite administrativo de Visto Bueno solicitado ante las competentes autoridades del Ministerio de Trabajo.

Artículo vigésimo cuarto.- Además de las prohibiciones del Trabajador prescritas en el Código del Trabajo, las que para los efectos de este Reglamento constituyen y se las considera como faltas graves, son también faltas de la misma naturaleza, las siguientes:

1.- No acatar las órdenes y disposiciones de trabajo, resistirse al cumplimiento de cualquier disposición superior que diga relación directa o indirecta con el trabajo, siempre y cuando la misma se encuentre en las disposiciones legales y reglamentarias.

- 2.- No acatar las medidas de seguridad, prevención e higiene exigidas por la Ley, los Reglamentos que dicte la empresa para el efecto o por las autoridades competentes.
- 3.- No respetar a sus superiores y a sus compañeros de trabajo, así como desafiar, amenazar o ultrajar de palabra u obra a los mismos, o hacer y promover escándalos en las instalaciones de la empresa o utilizar vocabulario impropio.
- 4.- No comunicar oportunamente a la Administración, cuando se tenga conocimiento de la comisión de cualquier tipo de infracción penal cometida por sus compañeros de trabajo o de terceras personas, dentro de las instalaciones de la empresa o en ejercicio de sus funciones.
- 5.- Ingerir bebidas alcohólicas en las instalaciones de la empresa o en el ejercicio de sus funciones.
- 6.- Introducir, usar o tomar en las instalaciones de la empresa, o en el ejercicio de sus funciones, sustancias sicotrópicas y/o drogas.
- 7.- Divulgar rumores o hacer comentarios que vayan en estropeo de los intereses de la empresa o del buen nombre y prestigio de sus personeros o sus compañeros de trabajo; o, produzcan inquietud y malestar entre los trabajadores.
- 8.- Informarse o recabar datos de la correspondencia que pertenece al dominio privado de la empresa o de sus trabajadores.
- 9.- Divulgar información confidencial que posee el Trabajador o empleado en virtud de las labores que desempeña.
- 10.- Abandonar herramientas, materiales u otros objetos o desperdicios.
- 11.- Utilizar sin autorización previa los bienes de la empresa.
- 12.- Inducir a la empresa a celebrar un Contrato de Trabajo mediante información falsa o adulterada, o presentar para tal fin Certificados, Títulos, Diplomas o datos falsos.

13.- No cumplir con las disposiciones que dicte la Administración para el uso de vehículos de propiedad de la empresa.

14.- Abandonar sin justa causa el lugar o puesto de trabajo, vale decir, sin la autorización previa del superior correspondiente. Disposición que se dicta en añadidura y en concordancia con lo dispuesto en el Código del Trabajo.

15.- Hacer rifas, negocio o actividades similares en las instalaciones de la empresa, salvo con el permiso expreso del Administrador Gerencial.

16.- Participar en juegos de azar u otros dentro de las instalaciones de la empresa.

17.- Entregar sin autorización a cualquier persona la realización de cualquier trabajo a él encomendado.

18.- Ejecutar o realizar tareas u obras particulares dentro de las dependencias de la empresa a favor de terceros, salvo que para ello tenga permiso escrito otorgado por la Administración de la Empresa, así mismo, realizar en horas de trabajo otras labores que no sean las propias de su función o cargo.

19.- No registrar el ingreso y salida, de acuerdo con los sistemas de control que para el efecto establezca la empresa, ni alterar, sustraer o usar indebidamente los controles establecidos.

20.- Dormir durante las horas de trabajo.

21.- Realizar instalaciones, reparaciones u otros trabajos en forma clandestina.

22.- Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales y otros que por razón de su trabajo conociere o les fueren confiado.

23.- Utilizar sin autorización previa la papelería, sellos, rótulos de la empresa y en general aspectos que constituyan infracciones a la ley de propiedad intelectual.

Capítulo Sexto

Disposiciones Generales

Artículo vigésimo quinto.- Se deja expresamente establecido que si alguna o algunas de las normas estipuladas en este Reglamento, contradicen, reforman o modifican lo prescrito en el Código del Trabajo, Reglamentos y más Leyes relacionadas con la materia, prevalecerán estas últimas. En todo lo demás, se aplicarán las disposiciones contempladas en este reglamento en la forma aquí establecida.

Artículo vigésimo sexto.- En todo cuanto no estuviere señalado en el presente Reglamento Interno de Trabajo, se cumplirá todo lo dispuesto en el Código de Trabajo y más disposiciones legales que se dicten en materia laboral.

Artículo vigésimo séptimo.- El valor de los útiles, instrumentos o materiales de trabajo, para el caso de pérdidas o deterioros, originados por negligencia o descuido imputable del talento humano, correrá a cargo de éste, pudiendo la empresa efectuar el descuento pertinente en el próximo rol de pago.

Siempre y cuando el valor no exceda del porcentaje establecido en la Ley, en cuyo caso se diferirá el pago hasta completar el valor respectivo.

Artículo vigésimo octavo.- Todo trabajador que por enfermedad comprobada o por calamidad doméstica no pudiese concurrir a sus labores dentro de los turnos establecidos, deberá comunicar el particular obligatoriamente a la empresa, dentro de un tiempo no mayor de 48 horas de ocurrido el hecho.

Artículo vigésimo noveno.- Al momento de ser notificado con la terminación de su Contrato de Trabajo por diferentes motivos y antes de recibir su liquidación, indemnización, o desahucio; el Trabajador deberá entregar a la empresa a través de su jefe inmediato, todas las herramientas, materiales, equipos o cualquier bien que le haya sido proporcionado por la empresa para la ejecución de su trabajo.

Artículo trigésimo.- Cuando por cualquier circunstancia se termine un Contrato de Trabajo, al momento en que se efectúe la correspondiente liquidación final del trabajador o empleado

saliente, la empresa inicialmente liquidará su cuenta personal, a efectos de que se deduzca lo que se encuentre adeudando a la empresa por concepto de préstamos, multas o cualquier otro rubro que sea legalmente deducible.

Artículo trigésimo primero.- Quienes conduzcan el vehículo de propiedad de la empresa, serán personalmente responsables por las contravenciones y delitos de tránsito que cometieren por desconocimiento y violación de la Ley de Tránsito y más ordenamientos legales.

Tales empleados o trabajadores deberán de manera rutinaria efectuar los controles básicos de las condiciones mecánicas y de seguridad de los vehículos, tales como: Chequeo de niveles de aceite, batería, frenos, funcionamiento de indicadores de tablero entre otros.

Cuando un vehículo necesite ingresar a un taller automotriz para reparaciones no rutinarias; esto es, diferente a las de mantenimiento diario, el Chofer notificará el particular a su Superior inmediato, quien ordenará lo conveniente.

Artículo trigésimo segundo.- La Administración gerencial se reserva el derecho de determinar las políticas o normas administrativas internas, las cuales deberán ser acatadas y cumplidas por el Talento Humano. La determinación de políticas administrativas se hará conocer por parte de la Administración a los Trabajadores o empleados, mediante memorándum o circulares.

La falta de cumplimiento de las políticas que imparta la Administración, de acuerdo a sus necesidades y para el mejor desenvolvimiento de la misma, siempre que no violen ninguna norma legal ni contractual, serán consideradas como indisciplina y acarrearán las sanciones legales correspondientes.

Dado en Atuntaqui, a los 20 días del mes de febrero del 2016.

ANEXO 5

CÓDIGO DE ÉTICA

Al Propietario o Administrador Gerencial

- Configurar la empresa como un instrumento al servicio de la creación de riqueza, haciendo compatible su ineludible finalidad de obtención de beneficios con un desarrollo social sostenible y respetuoso con el medio ambiente, procurando que toda su actividad se desarrolle de manera ética y responsable.
- Configurar la empresa como una institución a medio y largo plazo sin que el afán de enriquecimiento a corto plazo comprometa su continuidad.
- Buscar un justo equilibrio entre el capital y el trabajo de modo que el talento humano reciban a través de sus salarios la justa contraprestación por su labor.
- Definir y defender la misión y los valores de la empresa en línea con su Código Ético.
- Realizar un ejercicio profesional, ético y responsable de sus actividades de trabajo.
- Cumplir y hacer cumplir el Código Ético de la empresa y para ello darlo a conocer y establecer los mecanismos adecuados para garantizar su aplicación.

Al contador (a) de la empresa

- Cumplir con las normas y principios de contabilidad generalmente aceptados y establecer los sistemas internos y externos de control y gestión de los riesgos adecuados a las características de la empresa.
- Mantener los libros y registros de la empresa con exactitud y honestidad, de modo que permitan la obtención de información y la toma de decisiones de forma consciente y responsable.

- Subordinar los intereses propios a los de la empresa cuando actúen en nombre y representación de ésta y no utilizar los activos sociales en su propio beneficio salvo con la debida transparencia, previa la autorización del administrador gerencial.
- Facilitar la transparencia y el control de sus retribuciones de modo que se garantice su adecuación a su nivel de responsabilidad y desempeño y a las características de la empresa.
- Mantener la confidencialidad de los antecedentes, datos y documentos a los que tengan acceso por razón de sus funciones en la empresa, incluso después de haber cesado de ellas.
- Hacer frente al pago y cumplimiento de las deudas y obligaciones de la empresa sin dilaciones ni incumplimientos injustificados y proceder al cobro de sus créditos con la diligencia que el caso requiera.
- Elaborar y mantener vigente un plan de sucesión en los puestos clave de la empresa, de modo que la continuidad de ésta no dependa de la permanencia de ningún jefe de área.

Al vendedor despachador de la Empresa

- Relacionarse con los proveedores de bienes y servicios de forma ética y lícita.
- Buscar y seleccionar únicamente proveedores cuyas prácticas empresariales respeten la dignidad humana, no incumplan la ley y no pongan en peligro la reputación de la empresa.
- Seleccionar a los proveedores en base a la idoneidad de sus productos o servicios, así como de su precio, condiciones de entrega y calidad, no aceptando ni ofreciendo regalos o comisiones, en especies, que puedan alterar las reglas de la libre competencia en la producción y distribución de bienes y servicios.
- Buscar la excelencia de los bienes y servicios de la empresa de modo que sus clientes y consumidores obtengan la satisfacción esperada de aquellos.

- Garantizar los productos y servicios de la empresa y atender de forma rápida y eficaz las reclamaciones de consumidores y usuarios buscando su satisfacción más allá del mero cumplimiento de la normativa vigente.

En relación con los competidores de la Empresa

- No abusar de una posición dominante o privilegiada en el mercado actual.
- Competir lealmente con otras empresas cooperando a la consecución de un libre mercado basado en el respeto mutuo entre competidores, absteniéndose de realizar prácticas desleales.
- En particular, no captar clientes de otros competidores mediante métodos no éticos, ni crear la competencia desleal.

En relación con los empleados de la Empresa

- Tratar con dignidad, respeto y justicia a los trabajadores y empleados, teniendo en consideración su diferente sensibilidad cultural.
- No discriminar a los trabajadores o empleados por raza, religión, edad, nacionalidad, sexo o cualquier otra condición personal o social ajena a sus condiciones de mérito y capacidad.
- No permitir ninguna forma de violencia, acoso o abuso en el trabajo.
- Establecer y comunicar criterios y reglas claras que mantengan equilibrados los derechos de la empresa y de los trabajadores y empleados en los procesos de contratación y en los de separación de éstos incluso en caso de cambio voluntario de empleador.
- Garantizar la seguridad e higiene en el trabajo, adoptando cuantas medidas sean razonables para maximizar la prevención de riesgos laborales.

- Procurar la conciliación del trabajo en la empresa con la vida personal y familiar de los trabajadores o empleados.
- Procurar la integración laboral de las personas con discapacidad o minusvalías, eliminando todo tipo de barreras o discriminación en el ámbito de la empresa para su encajamiento.
- Facilitar la participación de los trabajadores y empleados en los programas de acción social de la empresa.

En relación con la sociedad civil

- Respetar los derechos humanos y las instituciones democráticas establecidas y promoverlos donde sea posible.
- Mantener el principio de neutralidad política, no interfiriendo políticamente en las comunidades donde desarrolle sus actividades, como muestra además de respeto a las diferentes opiniones y sensibilidades de las personas vinculadas a la empresa.
- Relacionarse con las autoridades e instituciones públicas de manera lícita y respetuosa no aceptando ni ofreciendo regalos o comisiones, en efectivo o en especies.
- Colaborar con las Administraciones Públicas y con las entidades y organizaciones no gubernamentales dedicadas a mejorar los niveles de atención social de los más desamparados.

Actuaciones prohibidas a los Trabajadores

El presente reglamento establece las actuaciones que son prohibidas para los trabajadores de la empresa, y éstas son las siguientes:

- Anunciarse como empleado o trabajador de la empresa para aprovecharse personal o particularmente, con el ánimo de obtener descuentos en los negocios comerciales que produce la empresa como es el café a base de quinua.

- Adoptar comportamientos, dentro o fuera de la empresa, que choquen con las buenas costumbres de la ética y moral como las relacionadas con el hecho de dar o prestarse para espectáculos grotescos o burlescos ridículos en público, participando con grupos de personas que se presten para actividades ilícitas o de dudosa procedencia que vayan contra la moral, ética y las buenas costumbres afectando la imagen institucional.
- Realizar actividades que impliquen competencia directa o indirecta con la empresa.
- Servir de proveedor, en forma individual o conjunta con otras personas, de bienes y servicios diferentes de los derivados de su calidad de trabajador o empleado, así como participar directa o indirectamente en entidades que sean proveedores de bienes y servicios a la empresa permitiendo la competencia desleal.

ANEXO 6




Razón Social para Emisión de Retención: Norma Yolanda Córdova Paladines
CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resolución N° 466

RUC 0701084121001

PROFORMA

0125830

NOMBRE:	Srta. Maritza Puma	FECHA:	25/01/2016
RUC:	1003198577001	ASESOR WC:	Fernando Fuel
CONTACTO:	Srta. Maritza Puma	TELÉFONO:	0968227710 -2640-333
TELÉFONO:	2900-418		
DIRECCIÓN:	Atuntaqui		
REFERENCIA:			

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	Case Kit E-Laser Negro Rojo WSC-6323 Board Gigabyte H81M-H LGA 1150 4taG Procesador Intel Pentium G3250 3.1Ghz 3MB 1150 Dimm 4 Gb DDR3 PC-1600/12800Mhz Kingston PC DVD RW LG Super Multi SATA 24x DVD-52X CD Disco duro 1 TB SATA Toshiba PC 7200RMP Lector Multi Card 3.5" Interno Monitor 20" LED LG 20M37A-B 1600X900 Regulador Forza 1000VA 500W 110V Windows 8.1 SL 32/64 Bits Original Cobertor Normal 20" LCD Teclado + Mouse + Parlantes	570.95	1,141.90
			
	Con tarjeta de credito 12 pagos de \$115,55		
	Precio especial de contado \$ 1194.62		
		SUBTOTAL	1,141.90
		IVA 12%	137.03
		TOTAL	1,278.93
	GARANTIA Placa Procesador y Memoria Ram 3 Años lo demás 1 año		

Servicio de instalación y configuración en red \$18,00 por equipo no incluido en la cotización

LA GARANTÍA Y CONFIANZA ES LO MÁS IMPORTANTE... 26 AÑOS

ACEPTAMOS TODAS LAS TARJETAS DE CRÉDITO



IBARRA: Pedro Moncayo 3 - 53 y Rocafuerte

TELÉFONOS: 2608 - 010 / 2643 - 036 / 2640 - 444

OTAVALO: Av. Quito entre Sucre y Modesto Jaramillo

TELÉFONOS: 2928 - 333 / 2925 - 743

NOMBRE: Srta. Maritza Puma
 RUC: 1003198577001
 CONTACTO: Srta. Maritza Puma
 TELÉFONO: 2900-418
 DIRECCIÓN: Atuntaqui
 REFERENCIA:
 FECHA: 25/01/2016
 ASESOR WC: Fernando Fuel
 TELÉFONO: 0968227710 -2640-333

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Computador ATX Intel Original 4ta Generación Case Kit E-Laser Negro Rojo WSC-6323 750W Board Gigabyte H81M-H LGA 1150 4taG Procesador Intel Core i3 4160 3.6G 1150 Dimm 4 Gb DDR3 PC-1600/12800Mhz Kingston PC DVD RW LG Super Multi SATA 24x DVD-52X CD Disco duro 1 TB SATA Toshiba PC 7200RMP Lector Multi Card 3.5" Interno Monitor 20" LED LG 20M37A-B 1600X900 Regulador Forza 1000VA 500W 110V Windows 8.1 SL 32/64 Bits Original Cobertor Normal 20" LCD	648.06	648.06
1	UPS Tripplite AVR 750U (VA) 450Watts 	110	110.00
	Con Tarjeta de crédito 12 pagos \$ 76.70		
	Precio especial de contado \$789,50	SUBTOTAL	758.06
		IVA 12%	90.97
	GARANTIA Placa Procesador y Memoria Ram 3 Años lo demás 1 año	TOTAL	849.03

Servicio de instalación y configuración en red \$18,00 por equipo no incluido en la cotización

LA GARANTÍA Y CONFIANZA ES LO MÁS IMPORTANTE... 26 AÑOS

ACEPTAMOS TODAS LAS TARJETAS DE CRÉDITO



IBARRA: Pedro Moncayo 3 - 53 y Rocafuerte

TELÉFONOS: 2608 - 010 / 2643 - 036 / 2640 - 444

OTAVALO: Av. Quito entre Sucre y Modesto Jaramillo

TELÉFONOS: 2928 - 333 / 2925 - 743

NOMBRE: Srta. Maritza Puma
RUC: 1003198577001
CONTACTO: Srta. Maritza Puma
TELÉFONO: 2900-418
DIRECCIÓN: Atuntaquí
REFERENCIA:
FECHA: 25/01/2016
ASESOR WC: Fernando Fuel
TELÉFONO: 0968227710 -2640-333

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	<p>Multifuncion Epson L365 Sistema Continuo Inalambrica a color 33ppm Negro/ 15 ppm Color Copiadora, Impresora y Scanner Sistema Original 1 Año de Garantia</p>  <p>EPSON L365</p> <p>Con Tarjeta de crédito 12 pagos \$ 34.78</p> <p>Precio especial de contado \$357</p>	343.75	343.75
		SUBTOTAL	343.75
		IVA 12%	41.25
		TOTAL	385.00

LA GARANTÍA Y CONFIANZA ES LO MÁS IMPORTANTE... **26 AÑOS**

ACEPTAMOS TODAS LAS TARJETAS DE CRÉDITO



IBARRA: Pedro Moncayo 3 - 53 y Rocafuerte

TELÉFONOS: 2608 - 010 / 2643 - 036 / 2640 - 444

OTAVALO: Av. Quito entre Sucre y Modesto Jaramillo

TELÉFONOS: 2928 - 333 / 2925 - 743

ANEXO 7

PREPARACIÓN DE LA QUINUA PARA LAVAR



ÁREA DE SECADO DE LA QUINUA



ENPAQUETADO DE LA QUINUA EN COSTALES DE 100kg



BODEGA DE ALMACENAMIENTO



ANEXO 8

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO EN FRASCOS DE 200 GRAMOS



PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO EN FRASCOS DE 100 GRAMOS



PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO EN SOBRES DE 50 GRAMOS

**El Aroma del
Buen Café**



“El sabor de lo nutritivo”

Contenido Neto:	Fecha Elab.
50g	Fecha Ven.
	P.V.P.

Café de Quinoa


Café en polvo de EXQUISITO AROMA. Elaborado especialmente para disfrutar el placer de un delicioso Café, preparado en agua o en leche. Ideal para todo tipo de personas, por no contener cafeína.

Fabricado y empacado por: El Aroma del Buen Café.

Ingredientes: 100% Grano de Quinoa.

Conservese en un lugar fresco y seco.

Atuntaqui - Imbabura - Ecuador



9 780307 401526

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO EN SOBRES DE 30 GRAMOS

**El Aroma del
Buen Café**



“El sabor de lo nutritivo”

Contenido Neto: **30g**

Fecha Elab.
Fecha Ven.
P.V.P.

Café de Quinua


Café en polvo de EXQUISITO AROMA. Elaborado especialmente para disfrutar el placer de un delicioso Café, preparado en agua o en leche. Ideal para todo tipo de personas, por no contener cafeína.

Fabricado y empacado por: El Aroma del Buen Café.

Ingredientes: 100% Grano de Quinua.

Conservese en un lugar fresco y seco.

Atuntaqui - Imbabura - Ecuador



9 780307 401526

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO EN SOBRES DE 10 GRAMOS

**El Aroma del
Buen Café**



Contenido Neto:
10g

Fecha Elab.
Fecha Ven.
P.V.P.

Café de Quinua


Café en polvo de EXQUISITO AROMA.
Elaborado especialmente para disfrutar el
placer de un delicioso Café, preparado en
agua o en leche. Ideal para todo tipo de
personas, por no contener cafeína.

Fabricado y empacado por: El Aroma
del Buen Café.

Ingredientes: 100% Grano de Quinua.


Conservese en un lugar fresco y seco.

Atuntaqui - Imbabura - Ecuador



ANEXO 9

TARJETAS DE PRESENTACIÓN




El Aroma del Buen Café

Empresa de producción y comercialización
de Café a base de Quinua.

“El sabor de lo Nutritivo”

Dirección: Av. Rocafuerte y Panamericana Norte.
Telf. 062 900 418 **Cel.** 0959643691
E-mail. cafedequinua@yahoo.com

Atuntaqui - Ecuador



ANEXO 10

FORMATO DE PUBLICIDAD



Café a base de Quinua en Polvo y Granulado de **EXQUISITO AROMA**

Elaborado especialmente para disfrutar el placer de un delicioso Café, preparado en agua o en leche. Ideal para todo tipo de personas, por no contener cafeína.

Beneficios: Es un producto que puede ser consumido por personas que sufren de colesterol y presión alta; ya que al no contener cafeína no genera ninguna reacción adversa en su organismo.

Dirección: Av. Rocafuerte y Panamericana Norte

Teléfono: 062 900 418 **Celular:** 095 964 3691

E-mail: cafedequinua@yahoo.com

ANEXO 11

IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA “EL AROMA DEL BUEN CAFÉ”

LOGOTIPO



ANEXO 12

ESLOGAN DE LA EMPRESA

**“El Sabor de
lo Nutritivo”**

ANEXO 13

HOJA MEMBRETADA



Dirección: Av. Rocafuerte y Panamericana Norte.

Telf. 062 900 418

Cel. 0959643691

E-mail. cafedequinua@yahoo.com

ATUNTAQUI - ECUADOR