



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN DE GRANOLA CON BANANO, COCO, SOYA Y MIEL DE ABEJA EN EL SECTOR DE YUYUCOCHA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

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

AUTORA: MANZANO MASABANDA MAGDA CERVILLA

ASESOR: Ing. VINICIO GUERRA

Ibarra, 28 de Febrero 2014

RESUMEN EJECUTIVO

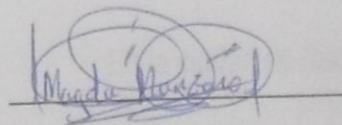
El presente trabajo denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN DE GRANOLA CON BANANO, COCO, SOYA Y MIEL DE ABEJA EN EL SECTOR DE YUYUCOCHA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”** se basó en la necesidad de su autora por aprovechar los conocimientos adquiridos durante su carrera profesional poniéndolos a disposición de la sociedad mediante la generación de empleos estables, bien remunerados y que respeten todos los beneficios de ley, la idea fue concebida al percatarse de la mala situación nutricional que deben afrontar algunos sectores de la sociedad el cantón de Ibarra y la solución detectada fue aumentar la oferta de alimentos sanos y naturales que satisfagan la mayor parte de las necesidades nutricionales diarias del individuo de esta forma se mezclan la oportunidad de generar lucro atendiendo a una necesidad social es que va mucho más allá que la alimentación balanceada, puesto que asegura sobre todo a los menores de edad un estado de salud que les permita hacer frente a sus propias expectativas, durante el estudio se concluyó que el mercado al cual se pretende atacar es muy competitivo pero sin embargo adolece de una serie de deficiencias que lo hacen atractivo a nuevas iniciativas, una de las principales oportunidades detectadas fue el carácter monopólico por el lado de la oferta ya que la zona es abastecida sólo por una empresa lo que da la oportunidad de competir ventajosamente; el hecho es que la autora del proyecto encontró un nicho de mercado que no es lo suficientemente explotado ante un producto reconocido en el mercado y que por lo tanto representa una oportunidad de inversión y que no involucra un nivel de riesgo exagerado, escrito de por sí avala una inmejorable oportunidad de prestar servicio social y de paso generar lucro con el objeto de investigar nuevas alternativas inversión las cuales son necesarias en una zona del país de conocido crecimiento económico y social.

SUMMARY

This work called "FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF A SMALL BUSINESS DEDICATED TO THE PRODUCTION AND MARKETING OF granola WITH BANANA, coconut, soy and HONEY IN THE SECTOR OF YUYUCOCHA, CANTONE IBARRA, Imbabura province" was based on the need for the author to take advantage of the knowledge acquired during his professional career by making it available to the society through the generation of stable jobs, well-paid and to respect all the benefits of law, the idea was first conceived by realizing the poor nutritional status that must deal with some sectors of the society of the canton of Ibarra and detected the solution was to increase the supply of healthy and natural foods that meet most of The daily nutritional requirements of the individual in this way are mixed the opportunity to generate profit in response to a social need is that it goes much further than the balanced diet as it ensures especially to the minors a state of health to enable them to cope with their own expectations during the study it was concluded that the market for which they are intended to attack is very competitive but however suffers from a number of shortcomings that make it attractive to new initiatives, one of the main opportunities detected was the monopoly on the supply side as the area is supplied only by a company giving you a chance to compete profitably; The fact is that the author of the project found a market niche that is not sufficiently exploited before a recognized product in the market and which therefore represents an investment opportunity and that does not involve a level of risk an exaggeration, if written by endorses an unbeatable opportunity to provide social service and step generate profit for the purpose of investigating new investment alternatives which are necessary in a area of the country of known economic and social growth.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Magda Manzano, portadora de cédula de ciudadanía N° 0201838570 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional y que luego de haber consultado las referencias bibliográficas en este documento.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Magda Manzano', is written over a horizontal line.

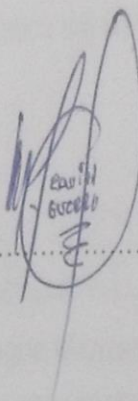
Magda Manzano
Cedula de identidad
0201838570

INFORME DE DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

Una vez concluido todo el proceso investigativo del Trabajo de Grado denominado "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GRANOLA CON BANANO, COCO, SOYA Y MIEL DE ABEJA EN EL SECTOR DE YUYUCOCHA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA" certifico que el mismo puede ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal.

En la ciudad de Ibarra, 28 de Febrero 2014

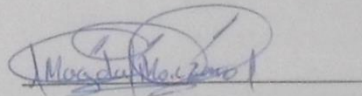
Firma.....

A handwritten signature in blue ink is written over a horizontal dotted line. The signature is stylized and appears to be a name followed by a surname. The text "Firma....." is printed to the left of the signature.

CESIÓN DE DERECHOS

Magda Manzano, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos Patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículo 4, 5,6 en calidad de autor del trabajo de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GRANOLA CON BANANO, COCO, SOYA Y MIEL DE ABEJA EN EL SECTOR DE YUYUCOCHA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”** que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales del trabajo antes citado. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



Magda Manzano

C.I. 0201838570

Ibarra, 28 de Febrero 2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

EI DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0201838570
APELLIDOS Y NOMBRES:	MANZANO MASABANDA MAGDA CERVILLA
DIRECCIÓN	Yacucalle calle Carlos Proaño y Secundino Peñafiel.
EMAIL:	Cervi_2230@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	062585885

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de granola con banano, coco, soya y miel de abeja en el sector de Yuyucocha, cantón Ibarra, provincia de Imbabura
FECHA:	28 de Febrero del 2014
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> PREGRADO POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA
ASESOR/ DIRECTOR:	Ing. Vinicio Guerra

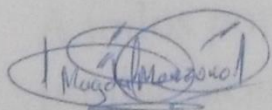
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Magda Manzano, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión, en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

CONSTANCIAS

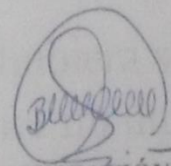
La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar los derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asumo la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá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

Ibarra, 28 Febrero 2014



LA AUTORA:

Manzano Masambanda Magda Cervilla
C.I: 0201838570



ACEPTACIÓN

Ing. Betty Chávez
JEFE DE BIBLIOTECA

DEDICATORIA

El momento en que el ser humano culmina una meta, es cuando se detiene a hacer un recuento de todas las ayudas recibidas, de las voces de aliento, de las expresiones de amor y comprensión; es por eso que quiero dedicar con mucho cariño y a mis hijos Yarina Saleth y Jeremy David quienes me motivaban para seguir por el sendero de la vida, y por quitarles su tiempo tan valioso que me brindaron en estos cinco años de constancia e incertidumbre su apoyo incondicional.

Al amor de mi vida Nelson Vinicio, por ser amigo, compañero y esposo por los consejos que me han ayudado a crecer como persona y por llevarme en sus oraciones, porque estoy segura que siempre ora por mí.

A todos porque sin su apoyo no hubiera sido posible alcanzar esta meta y obtener mi título. Esta tesis es para ustedes.

Magda

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme dado el regalo de la vida y por derramar sobre mi muchas bendiciones para poder llegar al fin de esta carrera que me propuse culminar.

De igual forma quiero extender un agradecimiento sincero a la gloriosa Universidad Técnica del Norte y de manera particular a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas por abrirme la puerta a esta casona del saber, a los catedráticos porque a través de sus conocimientos y experiencias me ha formado como profesional con valores éticos y morales.

Mi más sincera gratitud al Ing. Vinicio Guerra quien me colaboró en el desarrollo de este proyecto de grado, transmitiéndome sus conocimientos y experiencias adquiridas en el ejercicio de su profesión.

Magda

PRESENTACIÓN

El trabajo aquí desarrollado titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GRANOLA CON BANANO, COCO, SOYA Y MIEL DE ABEJA EN EL SECTOR DE YUYUCOCHA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”** se realizó siguiendo la normativa impuesta por la Universidad Técnica del Norte.

En el capítulo llamado Diagnóstico Situacional describe la situación actual del cantón de Ibarra en relación a su población, principales actividades económicas, nivel de ingreso, estructura familiar y numerosos habitantes y hogares, esto en el afán de investigar la necesidad que tiene la población del producto en estudio.

El segundo capítulo, Marco Teórico, hace referencia a investigaciones realizadas por expertos en el tema y publicadas tanto en medios escritos como en el Internet, el capítulo da las bases para continuar con el trabajo en los capítulos posteriores guiando al investigador sobre el camino a seguir.

En el tercer capítulo, Estudio de Mercado, investiga sobre la demanda y oferta de Granola en el cantón de Ibarra, demuestra la existencia de demanda insatisfecha en el mercado e investigar acerca de la competencia existente en el lugar, formación de precios y niveles de estos, establece estrategias de plaza, producto y promoción, en otras palabras, construye la mezcla de marketing más apropiada para la comercialización de los productos en estudio.

El estudio técnico, analiza las necesidades de talento humano y recursos materiales para la ejecución del proyecto, diseña diagramas de flujo para los distintos procesos que lleven a cabo la iniciativa de la forma más eficiente posible.

El quinto capítulo, Estudio Financiero, avala financieramente el proyecto mediante el estudio de indicadores normalmente utilizados en evaluaciones financieras.

El sexto capítulo denominado estructura funcional y administrativa de la empresa hace mención a la forma legal que tomara la empresa, describe los perfiles y funciones que deberán ejecutar los socios y empleados y describe el sector económico en el cual estará inserto el proyecto.

El séptimo y último capítulo es el análisis e impactos porque son evaluados técnicamente mediante el uso de herramientas diseñadas para el efecto.

INDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
SUMMARY	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iv
INFORME DE DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
CESIÓN DE DERECHOS.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	viii
DEDICATORIA	ix
PRESENTACIÓN	xi
INDICE GENERAL	xiii
INDICE DE TABLAS.....	xx
INDICE DE GRÁFICOS	xxiii
INDICE DE ILUSTRACIONES	xxiv
INTRODUCCIÓN.....	25
ANTECEDENTES.....	25
OBJETIVOS	29
OBJETIVO GENERAL.....	29
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	29
CAPÍTULO I.....	30
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	30
ANTECEDENTES.....	30
OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	35
OBJETIVO GENERAL.....	35
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	35
VARIABLES A DIAGNOSTICAR	35

MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	37
DESARROLLO OPERATIVO DEL DIAGNÓSTICO	38
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	38
DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	38
INFORMACIÓN PRIMARIA	38
INFORMACIÓN SECUNDARIA	39
ENTREVISTA DIRIGIDA A LA INGENIERA INDUSTRIAL, GIOVANNA ARMAS. EXPERTA EN LA ELABORACIÓN DE GRANOLA.	51
DETERMINACIÓN DE ALIADOS, OPORTUNIDADES, Oponentes Y RIESGOS	52
Determinación de la oportunidad	54
CAPÍTULO II.....	55
MARCO TEÓRICO	55
CONCEPTO DE LA GRANOLA.....	55
COMPONENTES DE LA GRANOLA	55
BENEFICIOS DE LA GRANOLA	56
EL BANANO	57
EL COCO	59
LA SOYA.....	60
MIEL DE ABEJA.....	63
LA EMPRESA.....	66
LA FUNCIÓN SOCIAL DE LA EMPRESA	67
ÁREAS FUNCIONALES DE LA EMPRESA.....	68
LA MICROEMPRESA.....	69
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	70
COMERCIALIZACIÓN	73
ESTUDIO DE MERCADO.....	73

IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	75
PROYECTO	76
ESTUDIO TÉCNICO.....	76
ESTUDIO FINANCIERO.....	80
CONTABILIDAD	83
OBJETIVOS DE LA CONTABILIDAD DE COSTOS	83
ACTIVIDADES DE LA CONTABILIDAD DE COSTOS.....	84
ELEMENTOS DEL COSTO DE PRODUCCIÓN	85
CAPÍTULO III.....	87
ESTUDIO DE MERCADO.....	87
PRESENTACIÓN	87
IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	87
OBJETIVOS	89
OBJETIVO GENERAL.....	89
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	89
VARIABLES COMERCIALES	89
INDICADORES COMERCIALES	89
MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO.....	91
MECÁNICA OPERATIVA	92
POBLACIÓN.....	92
CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	93
TABULACIÓN Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	94
Encuesta realizada a consumidores de granola del cantón de Ibarra:	94
Encuesta realizada a comerciantes y productores de granola del cantón Ibarra	103
MERCADO META	112
SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	112

ANÁLISIS DE LA DEMANDA	114
FACTORES QUE LA AFECTAN.....	114
COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA	114
PROYECCIÓN DE DEMANDA	115
ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	116
FACTORES QUE LA AFECTAN.....	116
COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA.....	117
PROYECCIÓN DE OFERTA	117
DEMANDA INSATISFECHA.....	118
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	118
PROYECCIONES DE PRECIOS	120
MIX DE MARKETING	122
ESTRATEGIAS DE PLAZA.....	122
ESTRATEGIAS DE PRODUCTO	122
ESTRATEGIA DE PRECIO	123
ESTRATEGIAS DE PROMOCION	124
CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO	125
CAPÍTULO IV	127
ESTUDIO TÉCNICO.....	127
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	127
MACRO LOCALIZACIÓN	127
VIAS DE ACCESO	128
MICRO LOCALIZACIÓN.....	128
UBICACIÓN DE LA PLANTA.....	129
ETAPA DE PREOPERACIÓN	129
DISEÑO DE INSTALACIONES.....	131
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	133

FLUJO GRAMA DE PROCESOS	134
PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN	136
PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	136
PRESUPUESTO TÉCNICO.....	137
VALORIZACIÓN DE INVERSIONES	137
RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA Y A DIFERIRSE, EXISTE Y A REALIZARSE	138
FINANCIAMIENTO	138
TALENTO HUMANO	139
TAMAÑO DEL PROYECTO	139
RENDIMIENTOS APROXIMADOS	141
SEGUIMIENTO Y MONITOREO	141
CAPÍTULO V	143
ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	143
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.....	143
INVERSIÓN REQUERIDA.....	143
CALCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO.....	145
DETERMINACIÓN DE INGRESOS Y PROYECCIÓN DE VENTAS	145
DETERMINACIÓN DE EGRESOS	146
COSTO DE PRODUCCIÓN.....	146
GASTOS	148
GASTO ADMINISTRATIVO.....	148
GASTOS DE SUMINISTROS DE OFICINA	149
GASTOS DE VENTAS	150
GASTOS FINANCIEROS	150
DEPRECIACIONES.....	151

ESTADOS FINANCIEROS	152
BALANCE GENERAL.....	152
ESTADO DE PÉRDIDA Y GANANCIAS PROYECTADO	153
FLUJO DE CAJA PROYECTADO	154
EVALUACIÓN FINANCIERA	154
TASA DE REDESCUENTO	154
VALOR ACTUAL NETO.....	155
TASA INTERNA DE RETORNO	155
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO.....	156
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	156
RESUMEN DE INDICADORES FINANCIEROS	157
PUNTO DE EQUILIBRIO	157
CAPÍTULO VI	159
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA .	159
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	159
DENOMINACION DE LA EMPRESA.....	159
IMPORTANCIA.....	159
BENEFICIARIOS	159
SECTOR ECONÓMICO	160
TIPO DE EMPRESA.....	160
MISION DE LA EMPRESA	161
VISION DE LA EMPRESA.....	162
OBJETIVOS, PRINCIPIOS, POLÍTICAS, VALORES	162
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	164
ORGANIGRAMA ORGÁNICO ESTRUCTURAL	164
NIVELES ADMINISTRATIVOS	165

ATRIBUCIONES Y PERFILES DE LOS NIVELES ADMINISTRATIVOS	166
ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN	176
REQUISITOS PARA SACAR EL RUC.....	176
REQUISITOS PARA SACAR LA PATENTE MUNICIPAL	177
REQUISITOS PARA EL PERMISO SANITARIO	177
CAPÍTULO VII	178
ANÁLISIS DE IMPACTOS	178
IMPACTO ECONÓMICO	179
IMPACTO SOCIAL	180
IMPACTO AMBIENTAL	181
IMPACTO GENERAL	182
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	183
CONCLUSIONES	183
RECOMENDACIONES.....	186
BIBLIOGRAFÍA.....	188
ANEXO 1: ENCUESTA REALIZADA A CONSUMIDORES DE GRANOLA DEL CANTÓN DE IBARRA	192
ANEXO 2: ENCUESTA REALIZADA A COMERCIANTES Y PRODUCTORES DE GRANOLA DEL CANTÓN IBARRA.....	193
ANEXO 3: IMAGEN INSTITUCIONAL	194
ANEXO 4 PROFORMA.....	195
ANEXO “5”	196

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Población de las parroquias del cantón Ibarra, según sexo	32
Tabla 2: Pea en el cantón Ibarra	33
Tabla 3: Analfabetismo en Ibarra	34
Tabla 4: Matriz de relación diagnóstica	37
Tabla 5: Tabulación Nivel de Educación	40
Tabla 6: Experiencia de sus conocimientos	41
Tabla 7: Tabulación de Capacitación	42
Tabla 8: Tabulación del control de calidad	43
Tabla 9: Tabulación de tipo de tecnología	44
Tabla 10: Lugar de comercialización	45
Tabla 11: Costo granola.....	46
Tabla 12: Abastecimiento al mercado	47
Tabla 13: Tabulación registro de gastos e ingreso.....	48
Tabla 14: Tabulación financiamiento productores	49
Tabla 15: Rentabilidad de la Producción.....	50
Tabla 16: Matriz de relación estudio de mercado.....	91
Tabla 17: Consumo de granola.....	95
Tabla 18: Quien consume granola en el hogar	96
Tabla 19: Frecuencia de consumo	97
Tabla 20: Cantidad consumida	98
Tabla 21: Presentación preferida	99
Tabla 22: Características buscadas	100
Tabla 23: Influencia de la variable precio	101
Tabla 24: Medios publicitarios	102
Tabla 25: Comercialización del producto	104
Tabla 26: Lugar de procedencia	105

Tabla 27: Características buscadas	106
Tabla 28: Formato preferido	107
Tabla 29: Tipo de envase	108
Tabla 30: Mecanismo de formación de precios	109
Tabla 31: Precio de venta	110
Tabla 32: Promoción.....	111
Tabla 33: Comportamiento de la demanda	114
Tabla 34: Consumo en kilos	115
Tabla 35: Proyección de consumo	116
Tabla 36: Comportamiento histórico de la oferta	117
Tabla 37: Proyección de oferta	118
Tabla 38: Demanda insatisfecha.....	118
Tabla 39: Promedio de inflación.....	121
Tabla 40: Proyección de precios	121
Tabla 41: Matriz de ponderación de micro localización	131
Tabla 42: Distribución de la planta	133
Tabla 43: Detalle de inversiones operativas	137
Tabla 44: Resumen inversión fija.....	138
Tabla 45: Financiamiento.....	139
Tabla 46: Necesidades de talento de humano	139
Tabla 47: Demanda insatisfecha.....	140
Tabla 48: participación de mercado	141
Tabla 49: Capacidad de producción	141
Tabla 50: Inversión requerida	143
Tabla 51: Detalle de inversiones en activos administrativos	144
Tabla 52: Detalle en inversiones de operativos.....	144
Tabla 53: Resumen de inversiones.....	144

Tabla 54: Costo de oportunidad.....	145
Tabla 55: Detalle de ingresos	145
Tabla 56: Detalle de costos	146
Tabla 57: Sueldo jefe operación	146
Tabla 58: Sueldo personal operaciones.....	147
Tabla 59: Materia prima	147
Tabla 60: Costo del envase	147
Tabla 61: CIF	148
Tabla 62: Resumen sueldos administrativos.....	148
Tabla 63: Sueldo administrador	148
Tabla 64: Sueldo secretaria	149
Tabla 65: Servicio contabilidad	149
Tabla 66: Vendedor	149
Tabla 67: Gastos de suministros de oficina	150
Tabla 68: Tabla de amortización.....	150
Tabla 69: Depreciación total	151
Tabla 70: Detalle depreciación equipos operación.....	151
Tabla 71: Detalle depreciación equipos administrativos.....	152
Tabla 72: Valor residual	152
Tabla 73: Balance inicial	152
Tabla 74: Estado de pérdida y ganancia	153
Tabla 75: Flujo de caja proyectado	154
Tabla 76: Cálculo del VAN	155
Tabla 77: VAN calculado a la tasa superior (31%)	155
Tabla 78: Relación beneficio/costo	157
Tabla 79: Resumen indicadores financieros	157

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Actividad económica de la población de Ibarra.....	34
Gráfico 2: Nivel educacional	40
Gráfico 3: Nivel de experiencia	41
Gráfico 4: Tabulación de Capacitación	42
Gráfico 5: Control de calidad	43
Gráfico 6: Tecnología	44
Gráfico 7: Lugar de comercialización	45
Gráfico 8: Costo granola	46
Gráfico 9: Abastecimiento al mercado	47
Gráfico 10: Abastecimiento al mercado	48
Gráfico 11: Tabulación financiamiento productores	49
Gráfico 12: Rentabilidad de la Producción	50
Gráfico 13: Consumo de granola	95
Gráfico 14: Quien consume granola en el hogar	96
Gráfico 15: Frecuencia de consumo	97
Gráfico 16: Cantidad consumida.....	98
Gráfico 17: Presentación preferida	99
Gráfico 18: Características buscadas	100
Gráfico 19: Influencia de la variable precio	101
Gráfico 20: Medios publicitarios	102
Gráfico 21: Comercialización del producto.....	104
Gráfico 22: Lugar de procedencia.....	105
Gráfico 23: Características buscadas	106
Gráfico 24: Formato preferido	107
Gráfico 25: Tipo de envase.....	108
Gráfico 26: Mecanismo de formación de precios	109
Gráfico 27: Precio de venta	110
Gráfico 28: Promoción	111

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Localización geográfica de Ibarra	31
Ilustración 2: Imagen institucional	125
Ilustración 3: Macro localización	127
Ilustración 4: Micro localización	128
Ilustración 5: Plano de planta.....	133
Ilustración 6: Flujo grama comercial	134
Ilustración 7: Proceso típico operacional.....	135
Ilustración 8: Organigrama orgánico estructural.....	165

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

Se imagina usted si reemplazamos el producto terminado de la Granola Natural, con galletas, pan, y otros productos que contengan químicos.

La soya de nombre científico Glycine Max, es una leguminosa de alto valor nutritivo, originaria en Asia hace aproximadamente 4000 años, ha jugado desde entonces un papel muy importante en la Alimentación China y Japón, en la actualidad se cultiva mayoritariamente en Estados Unidos, Brasil, Argentina y en menor proporción en Bolivia, Ecuador. Es una planta herbácea anual, cuyo ciclo vegetativo oscila de tres a siete meses, cuya planta alcanza una altura de 80 a 100 cm, la semilla de soya se produce en vainas de 4 a 6 cm de longitud y cada vaina contiene 2 a 3 granos de soya. Producción de la soya en el Ecuador El cultivo de la soya se desarrolla casi en su totalidad en la provincia de Los Ríos en las zonas de Quevedo, Mocache y Babahoyo y un 5% en la Provincia del Guayas. El 95% de la producción nacional proviene de las siembras de verano, para lo que se aprovecha la humedad en el suelo luego de producir maíz o arroz en el invierno, con suelos desde franco arenosos a arcillosos.

La producción de soya abastece a las plantas agroindustriales existentes en el país, de las cuales 6 se encuentran localizadas en Guayaquil, 2 en Manta y 1 en Quito.

La granola es una combinación de algunos alimentos naturales no procesados y suele ser una mezcla de miel de abeja, soya, banano, coco.

Cada uno de estos ingredientes tiene un potencial nutritivo de tal manera que todos reunidos logran un alimento altamente energético y nutritivo. Podemos considerar a la granola como un alimento completo porque

contiene una buena variedad de vitaminas como A, B, C, D, E, minerales como calcio, zinc, magnesio, potasio, fósforo, cobre, hierro.

Banano.- El banano es una de las frutas más populares del trópico gracias a su contenido de potasio y rico sabor es un alimento ideal para niños y adultos.

Es un alimento sencillo y altamente nutritivo. Es muy fácil de consumir y digerir, cualidades que lo hacen atractivo para personas de todas las edades. Es una de las frutas más populares y más consumidas en el mundo, ocupa un lugar importante en la dieta de las personas.

Aunque no se conoce ciertamente el origen del banano, algunos investigadores señalan que proviene del sudeste asiático, una zona húmeda y lluviosa.

Este alimento posee gran cantidad de nutrientes benéficos para la salud y belleza. Vale la pena destacar la presencia de vitaminas A y C y la de minerales como el potasio, magnesio, zinc, hierro. Es rico en carbohidratos. Posee demasiada fibra lo cual lo hace esencial para la dieta de personas que sufren de estreñimiento.

Coco.- El coco es un fruto, obtenido del cocotero, la palmera más cultivada a nivel mundial. Tiene una cáscara exterior gruesa (Exocarpio) y un mesocarpio fibroso y otra interior dura, vellosa y marrón (endocarpio) que tiene adherida la pulpa (endospermo), que es blanca y aromática.

El principal producto exportado desde las distintas zonas de cultivo es la copra sin procesar, seguida del coco desecado. En ciertos países europeos, encuentra su mejor salida el coco fresco; el protagonista indiscutible de ferias y verbenas y de común uso en múltiples preparaciones de repostería artesanal e industrial.

Miel de Abeja.- La miel es el néctar y las de las plantas, una vez recogidas, modificadas y almacenadas en los panales por las abejas.

El néctar se compone con el agua que las plantas extraen del suelo. Cuando asciende por el tallo, esta agua lleva azúcares, minerales, vitaminas y otras muchas sustancias que difieren de una planta a otra.

JUSTIFICACIÓN

Una de las razones principales para realizar este proyecto ha sido el bajo consumo de este producto en nuestro medio.

Al consumir este producto estaríamos generando fuentes de trabajo para las personas de la provincia de Imbabura y brindando un alimento nutritivo para una buena alimentación diaria tanto para niños, adolescentes, adultos y adultos mayores. La granola será elaborada a base de productos naturales y exclusivamente ecuatorianos producidos en la zona.

La granola de Soya tiene una extraordinaria capacidad para nutrir y para prevenir enfermedades favorece al equilibrio hormonal de la mujer, regularización del ciclo menstrual, especialmente en mujeres premenopáusicas. Alivio de los síntomas indeseables de la menopausia.

La soya contiene cerca del 40% de proteínas y 20% de aceite, puede desempeñar una importante función en la disminución de la carencia de proteínas y energía en la nutrición. Se considera tan bueno este cereal como la proteína que se obtiene de los huevos o de las carnes. Proporciona una gama completa de aminoácidos esenciales que el organismo no puede producir y su déficit ocasiona enfermedades; a su vez suministra vitaminas del grupo A, B, D, E y F.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Determinar la Factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de granola con soya, banano, coco, soya y miel de abeja.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar un diagnóstico situacional que permita conocer los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos de la futura empresa.
- Elaborar un marco teórico a través de una investigación documental, misma que será utilizado como base para la elaboración del proyecto a realizarse.
- Realizar el estudio de mercado en la ciudad de Ibarra que permita conocer la oferta y demanda de la producción y comercialización de la Granola de Soya.
- Elaborar un estudio técnico que permita definir las necesidades de talento humano y recursos materiales que permitan la ejecución del proyecto.
- Aplicar los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo la TIR y el VAN y la relación beneficio – costo, para la implantación del proyecto.
- Diseñar la estructura técnica organizacional del proyecto que se la utilizará para la elaboración y comercialización de la Granola con soya, banano, coco y miel de abeja.
- Determinar los impactos principales sociales, económicos, ambientales, que forje la elaboración del proyecto.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

Ibarra es la Capital de Imbabura ciudad que se encuentra edificada a las faldas del volcán que lleva el mismo nombre, cuya belleza escénica de lagunas de su entorno natural producen en el visitante la sensación de la presencia divina, diseñando y dibujando armoniosamente los espectaculares paisajes de la Ciudad Blanca.

La Ciudad Blanca del Ecuador fue fundada por el español Cristóbal de Troya, por mandato de Don Miguel de Ibarra, Presidente de ese entonces, el 28 de septiembre de 1606. Ibarra está ubicada al norte de Quito, cuenta con un clima cálido.

La ciudad de Ibarra fue reconocida por el libertador Simón Bolívar como capital de la provincia de Imbabura el 2 de noviembre del año 1829. El 17 de julio de 1823 se dio la batalla de Ibarra, liderada por Simón Bolívar.

La memoria histórica ibarreña recoge como uno de los hitos fundamentales de su historia el 16 de agosto de 1868, fecha en que acontece un devastador terremoto en el que fallecieron más de 20.000 personas y la ciudad de Ibarra quedó totalmente destruida. Los sobrevivientes se trasladaron y vivieron en los llanos de Santa María de la Esperanza hasta su retorno en el mes de abril de 1872. Desde entonces Ibarra celebra la "fiesta del retorno" el día 28 de abril de cada año y se exalta la figura de Gabriel García Moreno como gestor de la reconstrucción de la ciudad.

a. SITUACIÓN GEOGRÁFICA

El cantón Ibarra se encuentra ubicado políticamente en la provincia de Imbabura, situada en la sierra norte del Ecuador entre las provincias de Pichincha, Carchi y Esmeraldas. Los límites del Cantón son al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha.

La ciudad de Ibarra, cabecera cantonal y capital de la provincia, se encuentra, entre las coordenadas 00° 20' 00" y 78° 06' 00", ubicada a 2.228 metros snm; está estratégicamente ubicada al noreste de Quito, Capital de la República a 126 Km, a 135 Km, de la frontera con Colombia, y a 185 km de San Lorenzo, en el Océano Pacífico. Tiene una superficie de 1.162,22 km², con una densidad de 131,87 hab/km² en el cantón, 2.604 hab/km² en el área urbana y 39,91 hab/km² en el área rural. La zona urbana del cantón cubre la superficie de 41.68 km², la zona rural incluido la periferia de la cabecera cantonal cubre la superficie de 1.120,53 km².

Ilustración 1: Localización geográfica de Ibarra

Apodo: <i>La Ciudad Blanca, A la que siempre se vuelve, la bohemia del Ecuador, Cupido del Ecuador</i>	
Lema: Dios, justicia y valentía	
País	 Ecuador
• Provincia	 Imbabura
• Cantón	 Ibarra
Ubicación	 0°21'45.64"N 78°07'52"O 
• Altitud	2.220 msnm
• Distancias	112 km a Quito 533 km a Guayaquil 575 km a Cuenca 246 km a Ambato
Superficie	1.126 km ²
Fundación	28 de septiembre de 1606
Fundado por:	Cristóbal de Troya
Población	132.977 (ciudad) 180.791(canton) hab. (2010)
• Densidad	118,1 hab/km hab./km ²
Gentilicio	Ibarreño, -ña
Idiomas	Español e inglés
Huso horario	ECT (UTC-5)
Código postal	EC100150
Pref. telefónico	06
Alcalde (2009 - 2014)	Jorge Martínez Vásquez (Ibarra -  Ecuador)
Vicealcalde (2011 - 2014)	Carlos Árias (Ibarra -  Ecuador)
Obispo (2011)	Mons. Valter Maggi (Brignano Gera)

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo 2010 (INEC)

Elaborado por: Autora

b. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Según el censo realizado por el INEC en 2010, La ciudad de Ibarra tiene una población de 131.856 habitantes en su área administrativa urbana, pero en datos reales de aglomeración urbana, la ciudad tiene una población real de 139.721 habitantes, tanto que el cantón del mismo nombre con la población rural cuenta con una población total de 181.175 habitantes, de estos más 35.000 eran extranjeros, o inmigrantes en proceso de legalización, principalmente españoles (inmigración española en Ibarra), griegos, argentinos, alemanes, (inmigración de San Marino en Ibarra), chilenos, uruguayos, colombianos, árabes (inmigración árabe en Ibarra), peruanos, cubanos, brasileños y británicos.

Ibarra sufre el fenómeno de retro gestación femenina, es decir cada vez nacen más mujeres que varones, esto demostrado en que en Ibarra hay 1,06 mujeres por varón, cifra similar a la de Quito en Ecuador, o a la de Buenos Aires en Argentina.

Tabla 1: Población de las parroquias del cantón Ibarra, según sexo

Sexo	Detalle	%
Hombres	67.165	48.07
Mujeres	72.556	51.93
TOTAL	139.721	100.00%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo 2010 (INEC)

Elaborado por: La autora

c. ACTIVIDADES ECONÓMICAS

La estructura económica esencial de la población del cantón Ibarra, la marca la Población Económicamente Activa de acuerdo al censo 2010 su

Tasa de crecimiento de la PEA en el último periodo es del 2,99% lo que representa a 20.587 personas. Las actividades principales son:

Tabla 2: Pea en el cantón Ibarra

ACTIVIDAD	PEA	%
SECTOR AGROPECUARIO	9367	11,61
SECTOR INDUSTRIAS	15630	19,38
SECTOR SERVICIOS	46855	58,02
OTROS	8817	10,93

Fuente: ET-PDOT-CI 2010.
Elaborado por: Autora

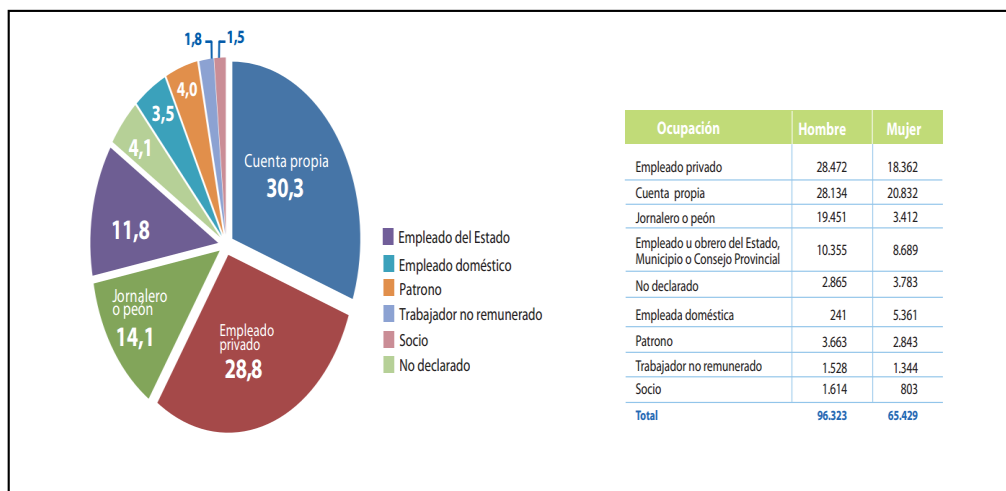
El Sector de Servicios con el 58,02% representa a 46.855 habitantes, que evidencia la tendencia de crecimiento de esta actividad de la última década y su crecimiento es de 15.231 personas que han pasado a conformar el grupo de este sector. Dentro de este sector “el comercio al por mayor y menor” es la actividad económica más preponderante cantón Ibarra.

Dentro de estas actividades existen los siguientes tipos de empleo del cuadro anterior se llega a la siguiente conclusión. 24.975 habitantes son empleados u obreros privados siendo el tipo de empleo más representativo del cantón con un 32,044%. Con un margen de 6 puntos porcentuales se ubican en segundo lugar los 20.610 habitantes que laboran por cuenta propia.

Finalmente las instituciones gubernamentales son la tercera fuente de empleo al emplear a 11.355 habitantes y ser el 14,55% de la fuerza laboral del cantón.

16-

Gráfico 1: Actividad económica de la población de Ibarra.



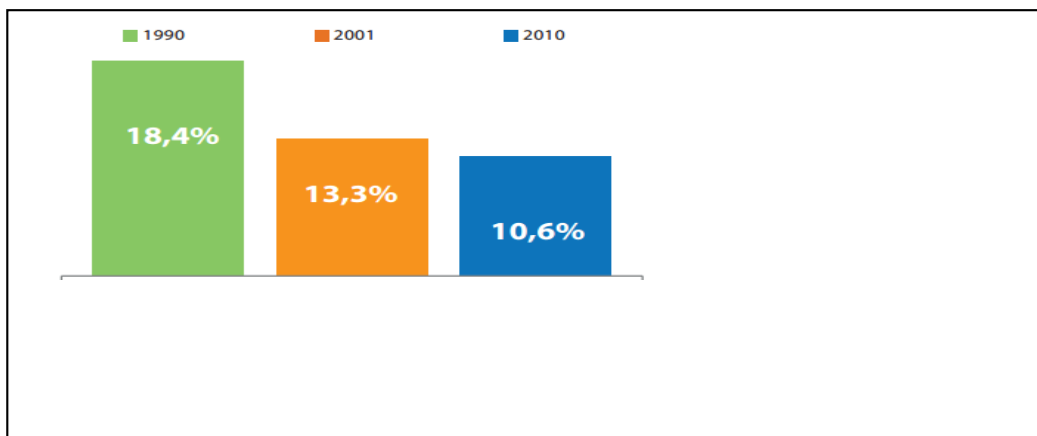
Elaborado por: Autora
Fuente: ET-PDOT-CI 2010.

ANALFABETISMO EN IBARRA

Tomando como referencia el Análisis de vulnerabilidad socio-económica planteada en la Guía de Implementación del Análisis de Vulnerabilidad a nivel municipal se deduce lo siguientes.

El analfabetismo en el cantón genera una vulnerabilidad media a la población al presentar un valor mayor a 10,6 y menor al promedio nacional.

Tabla 3: Analfabetismo en Ibarra



Fuente: INEC 2010
Elaborado por: Autora

1.2 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1 Objetivo General

Realizar un Diagnóstico Situacional que permita identificar las oportunidades, oponentes, aliados y estrategias para determinar la factibilidad de crear una microempresa de granola con banano, coco, soya y miel de abeja.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Conocer los aspectos administrativos existentes,
- Analizar los costos de producción que implica el proceso de la granola,
- Identificar los sistemas de comercialización que utilizan los productores.
- Investigar el aspecto financiero que incide en la producción de granola.

1.2.3 Variables a Diagnosticar

1. Aspectos Administrativos
2. Producción
3. Comercialización
4. Aspectos Financieros

Aspectos Administrativos

- a. Aspectos legales
- b. Experiencia de los trabajadores
- c. Nivel educación
- d. Capacitación

Producción

- a. Elaboración
- b. Calidad del producto
- c. Maquinaria utilizada

Comercialización

- a. Puntos de venta
- b. Demanda del producto
- c. Oferta del producto
- d. Precio del producto

Aspectos financieros

- a. Registro de ingresos y egresos
- b. Formas de financiamiento
- c. Rentabilidad del produce

1.4 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Tabla 4: Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	TÉCNICAS	PÚBLICO META
Conocer los aspectos administrativos existentes	Aspectos Administrativos	-Aspectos Legales - Experiencia de los trabajadores - Nivel de educación - Capacitación	Secundaria Primaria Primaria Primaria	Documental Encuesta Encuesta Encuesta	Libros Expertos Productores Productores
Analizar los costos de producción que implica la elaboración	Elaboración	- proceso de producción - Calidad del producto - Maquinaria utilizada	Primaria Primaria Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta	Expertos Productores Productores
Identificar los sistemas de comercialización que utilizan los productores.	Comercialización	- Puntos de venta - Demanda del producto - Oferta del producto - Precio del producto	Primaria Primaria Primaria Primaria	Encuestas Encuesta Encuesta Encuesta	Productores Productores Productores
Investigar el aspecto financiero que incide en la producción de granola	Aspectos financiero	-Registro de ingresos y egresos -Formas de financiamiento - Rentabilidad del producto	Primaria Primaria Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta	Expertos Propietarios Propietarios

Fuente: Diagnóstico

Elaborado por: Autora

1.5 Desarrollo Operativo del Diagnóstico

El diagnóstico es presentado en base a la información registrada al aplicar las diferentes técnicas de levantamiento de información que son: encuestas y entrevista.

1.5.1 Identificación de la Población

De acuerdo al análisis que se ha venido desarrollando y la investigación de campo efectuada, se determina que la población activa productora de granola en la ciudad Ibarra es de 3 productores, motivo por el cual se realizó la encuesta respectiva para identificar la materia prima y calidad del producto.

1.6 Diseño de instrumentos de la investigación

Con en el objetivo de recopilar la mayor fuente de información se tomó en cuenta las diferentes técnicas de investigación de campo siendo las más utilizadas la información primaria y secundaria. Los mismos que a continuación se explica en el ámbito a utilizarse en cada uno de estos procedimientos de investigación, que guiarán todo el proceso de recopilación de la información como: tabulación de datos, análisis y conclusiones.

1.6.1 Información primaria

1.6.1.1 Encuesta

Para la obtención de la información apropiada se empleó encuestas técnicas, que fueron formuladas en base a las variables expuestas, las mismas que son el resultado de la investigación de campo y fueron dirigidas a los propietarios y productores.

1.6.1.2 Observación Directa

La observación se hizo en los lugares donde se realiza la producción de granola, así como también en la zona donde se comercializa el producto de estudio.

1.6.1.3 Entrevista

Para tener información mucho más clara que nos ayude a complementar con los datos ya encontrados se efectuó una entrevista a la Ing. Giovanna Armas ingeniera industrial y propietario de una microempresa de elaboración de granola.

1.6.2 Información Secundaria

Para ampliar la información obtenida y que sirvió de sustento teórico sobre la producción y comercialización de la granola se recurrió a manuales, libros, periódicos, folletos, internet y bibliografía que sirve de base para el desarrollo del siguiente proyecto.

1.7 Evaluación de las encuestas del diagnóstico situacional dirigidas a los productores de granola.

1. ¿Cuál es el nivel de educación con el que cuenta usted?

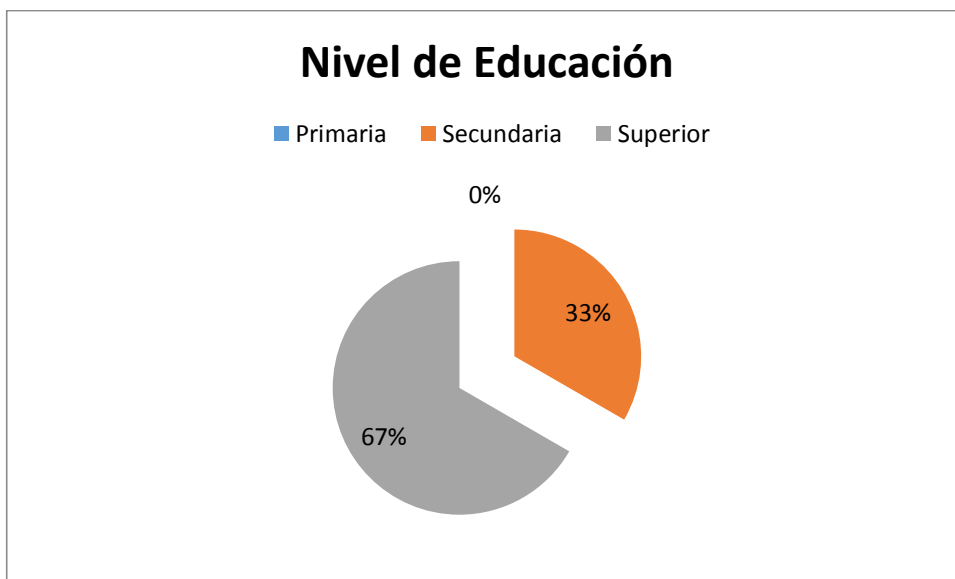
Tabla 5: Tabulación Nivel de Educación

INSTRUCCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Primaria	0	0
Secundaria	1	33,33%
Superior	2	66,67%
TOTAL		

Fuente a propietarios de fabricación de Granola.

Elaborador por: Autora

Gráfico 2: Nivel educacional



ANÁLISIS:

El nivel de educación en esta pregunta nos manifiesta el 66.67 % tienen educación superior y un 33.33% posee educación secundaria, por lo tanto están capacitados para realizar esta labor como es la elaboración de la granola.

2. ¿Cuál es el nivel de experiencia que tiene en la elaboración de granola?

Tabla 6: Experiencia de sus conocimientos.

EXPERIENCIA	NÚMERO	PORCENTAJE
Alto	2	66,67%
Medio	1	33,33%
Bajo	0	0
Total	3	100

Fuente a propietarios de fabricación de Granola.
Elaborador por: Autora

Gráfico 3: Nivel de experiencia



ANALISIS:

El nivel de experiencia en la elaboración de granola es alto, casi todos los fabricantes tienen sus estudios superiores realizados, razón por la cual ha tenido bastante acogida su producto.

3. ¿Recibió capacitación para el control y manipulación de los alimentos?

Tabla 7: Tabulación de Capacitación

VARIABLE	NÚMERO	PORCENTAJE
Si	2	66,67
No	1	33,33
TOTAL	3	100,00

Fuente a propietarios de fabricación de Granola.

Elaborado por: Autora

Gráfico 4: Tabulación de Capacitación



ANÁLISIS

El 66.67% de tabulación a los encuestados poseen un nivel de capacitación avanzada el cual les permite elaborar su producto con mayor estándares de calidad, y el 33% de encuestados posee una capacitación para la elaboración del producto ya que su elaboración es de tipo artesanal.

4. ¿Realiza algún tipo de control de calidad a su proceso de elaboración de granola?

Tabla 8: Tabulación del control de calidad

<i>EXTENSIÓN</i>	<i>NÚMERO</i>	<i>PORCENTAJE</i>
SI	3	100,00
NO	0	0,00
TOTAL	3	100,00

Fuente a propietarios de fabricación de Granola.

Elaborado por: Autora

Gráfico 5: Control de calidad



ANALISIS

Como podemos ver en su totalidad los productores realizan un control de calidad para la elaboración de la granola, para esto aplican un control adecuado en la adquisición de la materia y de la maquinaria a emplearse para la fabricación del mismo.

5. ¿Qué tipo de tecnología utiliza para la elaboración de granola?

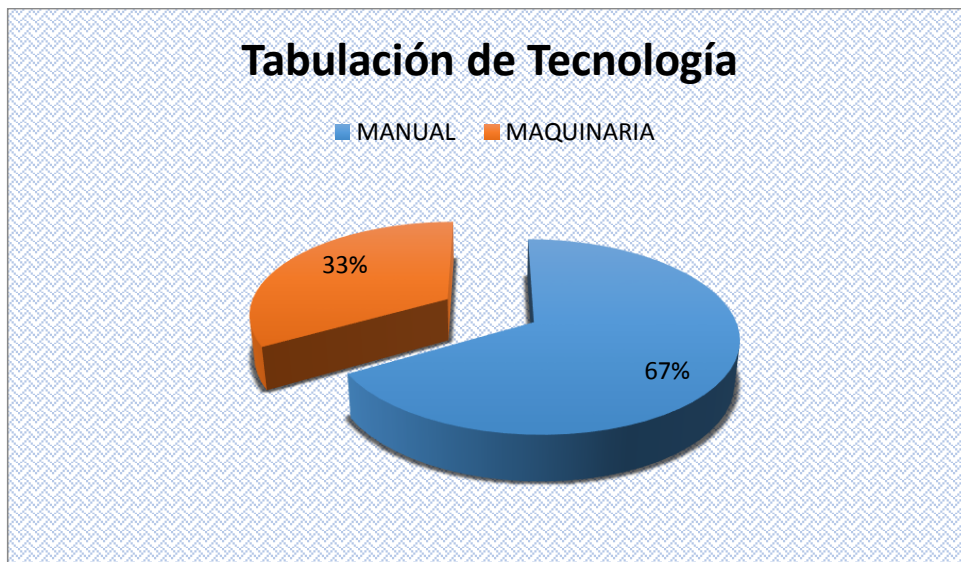
Tabla 9: Tabulación de tipo de tecnología

<i>VARIABLE</i>	<i>NÚMERO</i>	<i>PORCENTAJE</i>
MANUAL	2	66,66
MAQUINARIA	1	33,34
OTROS	0	0,00
TOTAL	3	100,00

Fuente a propietarios de fabricación de Granola.

Elaborado por: Autora

Gráfico 6: Tecnología



ANALISIS

La mayoría de los productores aseguran que no utilizan maquinaria con tecnología avanzada, ya que pierde su sabor natural y por ende sus nutrientes, esto hace a que los propietarios de estas microempresas sigan utilizando su maquinaria manual.

6. ¿Dónde comercializa su producto?

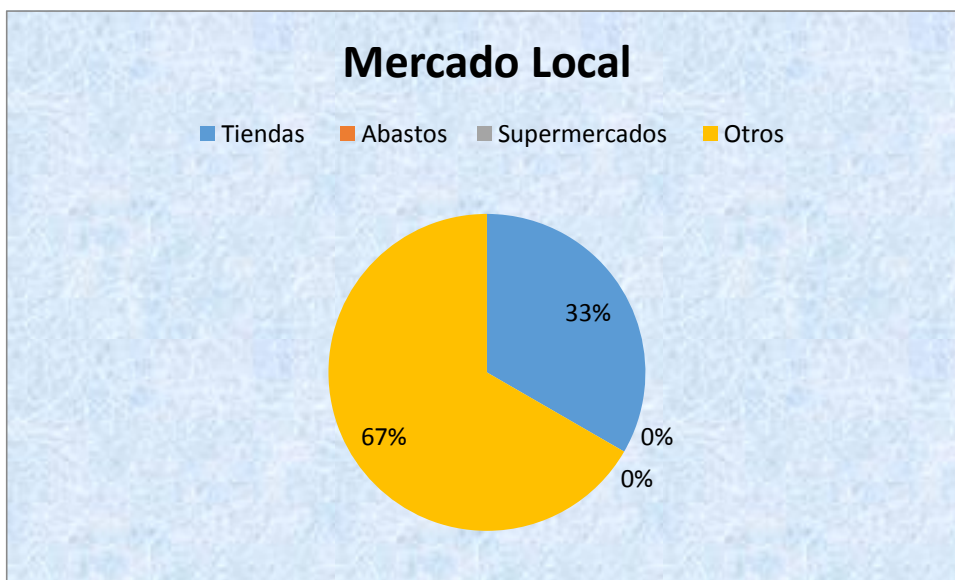
Tabla 10: Lugar de comercialización

MERCADO	NÚMERO	PORCENTAJE
Tiendas	1	33,34
Abastos	0	0,00
Supermercados	0	0,00
Otros	2	66,66
Total	3	100,00

Fuente a propietarios de fabricación de Granola.

Elaborado por: Autora

Gráfico 7: Lugar de comercialización



ANALISIS

El 67% de productores comercializan sus productos en otros lugares, en este caso los propietarios entregan al PAE (Programa de Alimentación Escolar), ya que sus ingresos son mayores y tienen fijo la entrega del producto en cambio el 33% del producto elaborado lo venden en tiendas locales.

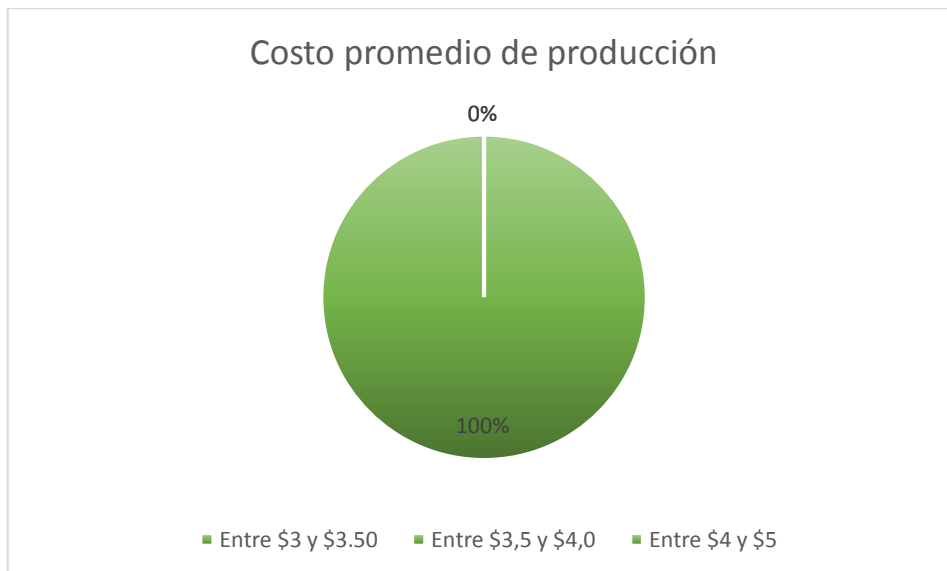
7. ¿Cuál es el costo de la Granola?

Tabla 11: Costo granola

<i>VARIABLE</i>	<i>NÚMERO</i>	<i>PORCENTAJE</i>
Entre \$3 y \$3.50	0	0
Entre \$3,5 y \$4,0	0	0
Entre \$4 y \$5	3	100
TOTAL	3	100,00

Fuente a propietarios de fabricación de Granola.
Elaborado por: Autora

Gráfico 8: Costo granola



ANALISIS

De acuerdo a las encuestas realizadas, todos los productores de este mercado tienen estructura de costos similares lo que los lleva a tener un costo promedio de producción por kilo de entre \$4 a \$5.

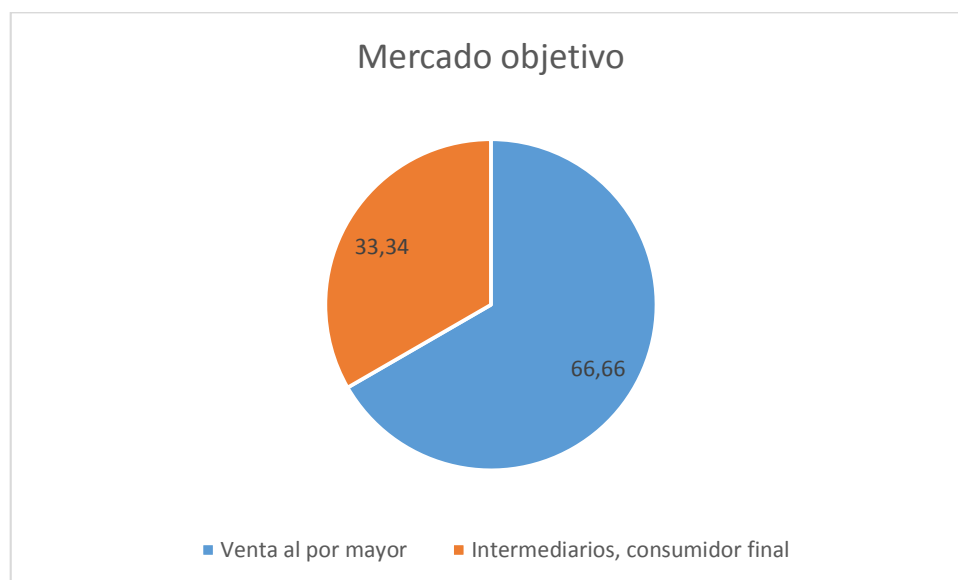
8. ¿El destino de su producción es el consumidor final o intermediarios (estado, mayoristas, minoristas)?

Tabla 12: Abastecimiento al mercado

<i>VARIABLE</i>	<i>NÚMERO</i>	<i>PORCENTAJE</i>
Venta al por mayor	2	66,66
Intermediarios, consumidor final	1	33,34
TOTAL	3	100

Fuente a propietarios de fabricación de Granola.
Elaborado por: Autora

Gráfico 9: Abastecimiento al mercado



ANÁLISIS

En un 67% se abastece el producto a mayorista y minorista, es decir solo vende al por mayor, el 33% restante tiene un canal de distribución directa al consumidor final y además vende a intermediarios.

9. ¿Cómo registra sus gastos e ingresos de la producción de granola?

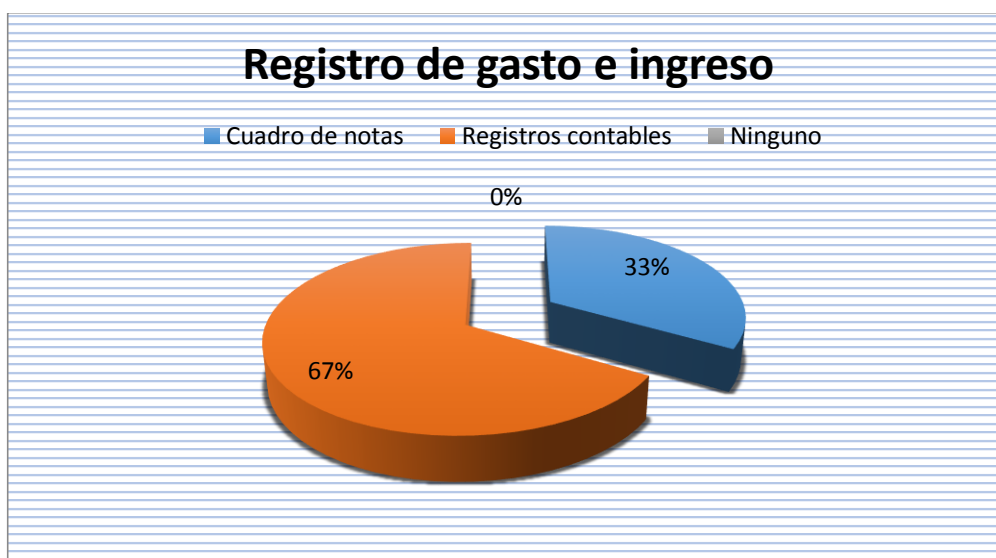
Tabla 13: Tabulación registro de gastos e ingreso

REGISTRO	NÚMERO	PORCENTAJE
Cuadro de notas	1	33,34
Registros contables	2	66,66
Ninguno	0	0,00
TOTAL	3	100,00

Fuente a propietarios de fabricación de Granola.

Elaborado por: Autora

Gráfico 10: Abastecimiento al mercado



ANALISIS

EL 67% de los productores manifiestan que utilizan registros contables, para el registro de sus ingresos y gastos de la elaboración y comercialización de la granola, mientras que el 33% de los productores utilizan cuadro de notas para llevar su contabilidad y poder saber sus ingresos y egresos.

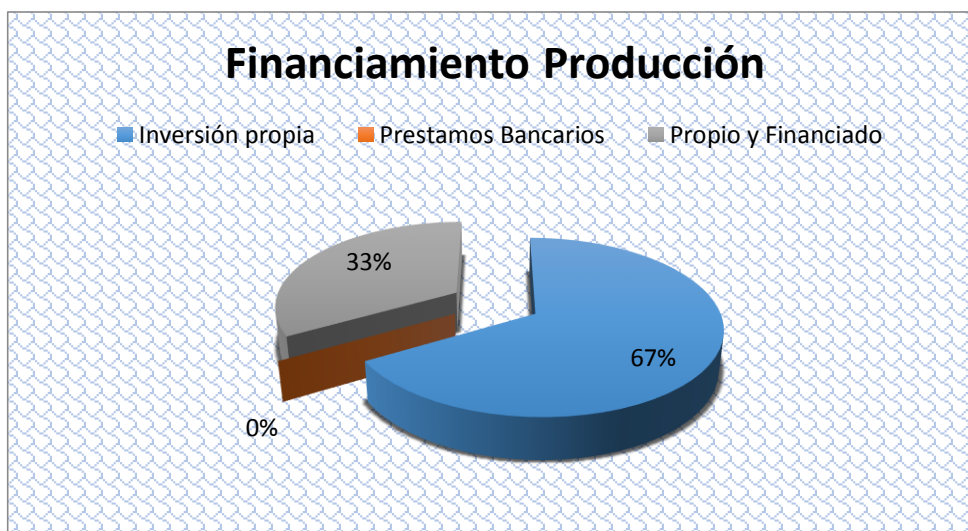
10. ¿Cómo financia su producción?

Tabla 14: Tabulación financiamiento productores

<i>FINANCIAMIENTO</i>	<i>NÚMERO</i>	<i>PORCENTAJE</i>
Inversión propia	2	66,66
Préstamos Bancarios	0	0,00
Propio y Financiado	1	33,34
TOTAL	3	100,00

Fuente a propietarios de fabricación de Granola.
Elaborado por: Autora

Gráfico 11: Tabulación financiamiento productores



ANÁLISIS

El 67% de los propietarios financian su producción con recursos propios para la elaboración de la granola, mientras tanto el 33% financian la elaboración de su producto con Propio y Préstamos Bancarios, es importante destacar que los productores tienen poca facilidad que dan las entidades bancarias y por el trámite tedioso que conlleva a obtener una deuda financiera.

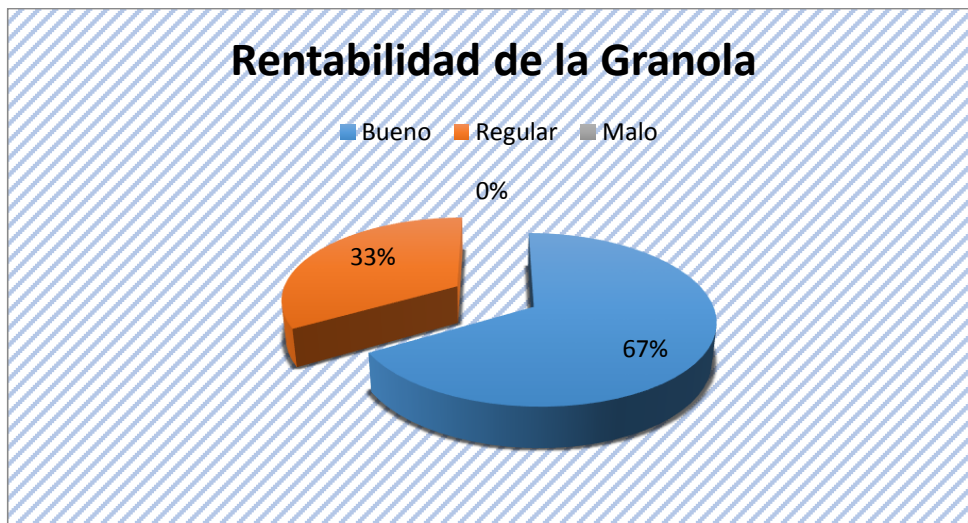
11. ¿Cómo considera la rentabilidad de la producción?

Tabla 15: Rentabilidad de la Producción

<i>RENTABILIDAD</i>	<i>NÚMERO</i>	<i>PORCENTAJE</i>
Bueno	2	66,67
Regular	1	33,33
Malo	0	0,00
TOTAL	3	100,00

Fuente a propietarios de fabricación de Granola.
Elaborado por: Autora

Gráfico 12: Rentabilidad de la Producción



ANÁLISIS

El 33% de los productores consideran que la rentabilidad de la granola es regular, mientras que el 67% de productores consideran que es buena porque trabajan bajo pedido y es fijo, el pago es rentable lo que favorece para seguir elaborando y aumentando la entrega del producto.

1.8 Entrevista dirigida a la Ingeniera Industrial, Giovanna Armas. Experta en la elaboración de Granola.

1. ¿Qué productos utiliza para la elaboración de la Granola?

El principal producto que se utiliza para la elaboración de la granola en la Avena es un 85% más que todos los productos ya que la avena es la base para la elaboración del mismo, el 15% de los demás ingredientes proporcionalmente se dividen entre nueces, Pepa de zambo, pasas, almendras, coco rallado y panela, la avena se obtiene bajo pedido porque no es un producto ecuatoriano se trae del extranjero, el resto de los productos son provenientes de nuestro País que de igual manera se los adquiere con los productores directamente.

2. ¿Qué tiempo se demora en elaborar el producto listo para consumir?

Por lo general el tiempo que se demora en realizar la granola es de acuerdo a la cantidad que se vaya hacer, en este caso en mi producto normalmente se demora 3 horas, pero antes de esto cada producto tiene que pasar por un proceso de lavado, secado, tostado y reposar para que se enfríe, obviamente todo este proceso se lo hace con un control de calidad adecuado para evitar cualquier tipo de anomalías y sea de agrado del consumidor, terminado todo este proceso se procede a enfundar y pesar de acuerdo a los gramos que se vaya a entregar de acuerdo a los pedidos.

3. ¿Qué tipo de maquinaria utiliza para la elaboración de la granola?

El tipo de maquinaria que utilizo es maquinas industriales como los hornos, selladores, licuadora, molinos, pero también para no dejar a un lado las maquinas caseras se utiliza las pailas, las batidoras, moldes. Con toda esta maquinaria anteriormente mencionada me facilita la elaboración del producto y ser distribuido a los proveedores.

ANALISIS:

Dentro de la Investigación que se hizo a los expertos de este producto podemos decir que la granola es un derivado natural que contiene variedad de cereales, se lo puede consumir frío, no necesita un proceso de calentamiento para poder consumirlo, tiene un sinnúmero de vitaminas y nutrientes, para su mejor consumo se puede utilizar acompañado de leche, yogurt o fruta picada, el tiempo de caducidad es de tres meses desde la fecha de elaboración y no necesitan conservantes.

La Granola no es un producto muy conocido ya que existe poca información sobre el mismo, razón por la cual las amas de casa no adquieren con frecuencia la granola.

1.9 DETERMINACIÓN DE ALIADOS, OPORTUNIDADES, Oponentes Y RIESGOS

Como parte del diagnóstico externo y luego de haber determinado varias características del entorno donde funcionará el proyecto, a continuación se expone la información recogida sobre los indicadores: Aliados, oponentes, oportunidades, y riesgos, que constituyen el área de influencia que tendrá el nuevo proyecto.

a. ALIADOS

- Producto nuevo en el mercado, con un valor agregado y beneficios nutricionales.
- Microempresa con posibilidad de crecimiento en el mercado hasta alcanzar su etapa de madurez en un plazo de 5 años.
- Visión para ampliar su gama de productos.
- Aceptación por el mercado a ser ofertado.
- Maquinaria de última tecnología.

b. OPORTUNIDADES

- La oferta en el Cantón y la provincia no está saturada debido a que es un producto nuevo.
- Aplicación del plan del gobierno denominado Buen Vivir.
- Productos que tienen demanda potencial significativa por ser nutritivos.
- Apertura de los programas de emprendedores impulsados por el gobierno nacional.
- Apertura de nuevos mercados.
- Productores con experiencia en el cultivo de granola
- Materia prima suficiente y de fácil accesibilidad al mismo.

c. Oponentes

- Mano de obra costosa.
- Desconocimiento de procesos empresariales.
- Competencia desleal
- Entrada al mercado de producto sustitutos elaborados industrialmente.
- Incremento de precios de materia prima e insumos.
- Afectaciones climáticas para la producción de materia prima e insumos.

d. Riesgos

- Inestabilidad económica del país.
- Fenómenos naturales.
- Falencias en el control de calidad.
- Ausencia de capacitación.
- Poca gestión empresarial.
- Políticas gubernamentales desfavorables para el apoyo al micro emprendimiento.

1.10 Determinación de la oportunidad

Después de haber realizado el diagnóstico situacional, se concluye que en el Cantón Ibarra existen las condiciones suficientes para la creación de un proyecto económico productivo en base a la granola, ya que este producto es poco conocido y la poca producción de granola que se elabora en las microempresas de la ciudad, son distribuidas a Quito bajo pedido, cumpliendo estándares muy altos de calidad.

Considerando lo anterior, es que se considera una buena oportunidad de negocio el proyecto, ya que el enfoque del proyecto es abastecer el mercado local puesto que la producción de la zona se orienta a mercados más amplios como la ciudad de Quito o para abastecer el programa gubernamental “Aliméntate Ecuador” por lo que para el mercado escogido queda poco producto o este debe ser traído de otras provincias del país o del exterior.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 CONCEPTO DE LA GRANOLA

EMPRESA NUTRISA, Afirma: “La granola es uno de los cereales más completos que existen ya que proporciona energía, fibra, carbohidratos, proteínas y grasas de origen vegetal”. La Granola es un tipo de cereal frío, natural, integral y balanceado hecho de copos de avena y una variedad de otros ingredientes naturales. Es muy conocida por sus beneficios en la salud y la nutrición, pues no solo llevan avena sino que también fruta seca, semillas, miel, melaza, azúcar.

Todos estos componentes anteriormente nombrados se tuestan y le dan a la granola una textura crujiente y muy sabrosa. De manera que estará consumiendo un alimento nutritivo y sabroso. La granola es excelente aliada y alternativa para una alimentación sana y rica en fibra, porque mezcla diversos cereales como la avena y otros granos.

2.1.1 COMPONENTES DE LA GRANOLA

Existen infinidad de maneras de preparar este alimento, dependiendo de la región del mundo donde se encuentre, sin embargo, los ingredientes más comunes son los cereales, frutos secos y frutas deshidratadas mezcladas sin una receta rígida, dependiendo del fabricante. Si se hace una preparación casera, normalmente se emplean los productos de temporada que se encuentran frescos en el mercado.

Entre los cereales que lo compone puede haber avena, trigo, centeno, cebada, maíz o arroz, bien en copos o inflados, integrales o refinados. En la selección de frutas se pueden encontrar manzana, pera, plátano, pasas, ciruela, mango, higo, piña coco entre los frutos secos y semillas, nueces, avellanas, almendras, maní, girasol.

De forma similar a alguna de las preparaciones de la granola canario, se puede consumir previamente rehidratado con agua, leche (no aconsejable fresca si hay bastante proporción de frutas ácidas que puedan cuajarla), leche fermentada, de soja, kéfir, yogur, chocolate, zumos y, según el gusto del consumidor, endulzado con canela, anís, miel o azúcar.

2.1.2 BENEFICIOS DE LA GRANOLA

De acuerdo a la empresa “Alimentación Sana” la que tiene presencia en casi toda Sud América (Pág. Web www.alimentación-sana.org), la Granola es altamente recomendada por médicos para toda la familia, debido a que es una fuente de energía para quienes desarrollan intensas actividades físicas e intelectuales. Es científicamente comprobado que el alto contenido de Complejo B, Vitamina E, Fibra, Hierro y Proteínas, es importante para el buen funcionamiento del Sistema Nervioso, Función Cerebral y Metabolismo. La fibra facilita el paso de la alimentación por el tracto digestivo, elimina el colesterol perjudicial y es ventajosa para el Sistema Cardiovascular. Haciéndola deliciosa y nutritiva para la salud.

Además es altamente recomendada por expertos de la salud, ya que siendo una verdadera fuente de energía, ayuda a mejorar la digestión y controlar tu apetito, previniendo enfermedades cardiovasculares.

La granola como posee un rico contenido calórico y aporta energía, favorece a la persona que la consume en el desempeño de sus labores

diarias o actividades deportivas. Es un producto, recomendado para el desayuno o a la hora que mejor le agrade, que se puede consumir sin remordimientos y evitar la ingesta de golosinas no nutritivas. Otro beneficio de la granola es que no aporta colesterol al organismo y sus azúcares son totalmente naturales. También, es una fuente de ácidos grasos omega que reportan beneficios en la prevención del cáncer y enfermedades cardiovasculares.

2.1.3 EL BANANO

El centro de origen del plátano es la parte sudeste del Asia. El plátano comestible se originó a partir de las especies Musa Acuminata y Musa Balbisiana, de frutos pequeños con semita y no comestibles.

El cultivo posteriormente pasó del Asia a la India y África. En 1516 los europeos lo introdujeron en América y las Antillas. En la actualidad es un cultivo de amplia distribución por su adaptación tanto en los trópicos como en los subtrópicos. Sin embargo, las mayores plantaciones comerciales de plátano se encuentran en los trópicos húmedos.

Diversos estudios han demostrado que la pulpa escondida dentro de su resbalosa cascara hace maravillas para la salud. Es posible que el plátano amarillo prevenga afecciones que abarcan desde el infarto y el derrame cerebral hasta la hipertensión y las infecciones. Incluso ayuda a curar las úlceras.

El plátano amarillo es una de las mejores fuentes de potasio que la naturaleza ofrece. Cada uno proporciona aproximadamente 396 miligramos de este mineral esencial, el 11 por ciento de la cantidad diaria recomendada (o DV por sus siglas en inglés). Un estudio tras otro ha demostrado que las personas que consumen alimentos ricos en potasio

enfrentan un riesgo mucho menor de sufrir hipertensión y las enfermedades ligadas a esta afección, como el infarto o el derrame cerebral.

Aunque ya se padezca hipertensión, es posible que el consumo de muchos plátanos amarillos reduzca o incluso elimine la necesidad de tomar medicamentos para controlar la situación, según un grupo de científicos de la Universidad de Nápoles en Italia. Estos investigadores están convencidos de que una de las formas en que el plátano amarillo baja la presión sanguínea es al impedir que la placa ateromatosa se adhiera a las paredes de las arterías. Lo que hace es evitar que el colesterol tipo proteínico de baja densidad "malo" se oxide, lo cual es bueno porque el proceso químico de la oxidación aumenta la probabilidad de que el colesterol se acumule. Por eso es posible que el plátano amarillo sea una buena defensa contra la arteriosclerosis o endurecimiento de las arterias, otro factor que contribuye a crear condiciones propicias para la hipertensión, el infarto y el derrame cerebral.

Y lo mejor es que no hace falta de devorar cantidades industriales de plátano amarillo para recibir estos beneficios, según afirma David B. Young, Ph.D., profesor de Fisiología del Centro Médico de la Universidad de Misisipi en Jackson. Basta con entre tres y seis raciones.

"Los estudios demuestran que se obtiene un impacto significativo con cambios relativamente pequeños —Índica el Dr. Young—. Mí consejo sería pensar en los alimentos ricos en potasio igual que en el amor y el dinero: no es posible tener demasiado".(Yeager, 2008)

Aminoácidos esenciales del plátano:

Cuadro 1: Aminoácidos esenciales del plátano

Aminoácidos (<i>mg Nlg</i>)	Plátano
Lisina	193
Treonina	141
Tirosina	89
Fenilalanina	134
Valina	167
Triptófano	89
Isoleucina	116
Metionina	48
Cisteína	65
Total azufrados	113
Total esenciales	1 042

Fuente: FAO 2007

2.1.4 EL COCO

Probablemente el cocotero sea originario de las islas de la región Indo-Malaya, y llegó a la costa Atlántica de América, acarreado desde África por los navegantes portugueses, en el siglo XV.

Aunque el origen de los cocoteros en la costa Pacífica de América no está claro, posiblemente fueron introducidos por los españoles desde las Filipinas a partir de la segunda mitad del siglo XV.

La amplia dispersión de este fruto puede explicarse también por la facultad que tiene el coco de flotar en el agua y de ser transportado por corrientes marinas a lugares muy alejados.

El cocotero es la palmera más importante del mundo y los principales países productores son: Filipinas, Indonesia, India, Siria, Lanka, Malasia y Tailandia en el mundo, y México y Brasil en América.

Posee un tronco único, usualmente recto con un solo punto de crecimiento vertical, que alcanza frecuentemente alturas de 20 a 25 m.

Las hojas crecen en forma de un penacho, constituido generalmente por 30 de ellas, con longitudes de 5 a 6 m. A diferencia de las hojas de palma de aceite, no presentan espinas en el pecíolo. Aunque el coco fresco y seco (copra) es buen alimento por su contenido proteico y de lípidos, es escaso en vitaminas y sales minerales. En la copra hay entre un 7 y un 8% de proteínas, entre un 17 y 18% de carbohidratos y rinde un 60 a 68% de aceite.

El cocotero es una planta de múltiples usos; prácticamente toda la planta puede ser aprovechada para la elaboración de algún producto (se citan casi 400 productos y subproductos), empezando por la "pipa" o coco en desarrollo, tan apreciada en las zonas calientes del país por su bebida refrescante, que puede sustituir el suero en casos de deshidratación. El coco fresco es consumido en confitería y pastelería; la copra (albúmeno pulpa seca) tiene una alta demanda mundial como materia prima para la elaboración de manteca, margarina, jabones, bronceadores, etc., y el subproducto de esta industria (torta) es utilizado en la alimentación de ganado y aves. De la cascara y la fibra del fruto se elaboran fibras textiles, alfombras, escobas y objetos de adorno. También es utilizada en la industria de los plásticos. De la concha que rodea la pulpa se obtiene carbón activado y productos caseros. Las hojas se utilizan para hacer alfombras, sombreros y techos de ranchos o casas. El tronco se usa en construcciones y en la fabricación de muebles. (Barahona, 2009)

2.1.5 LA SOYA

La soya tuvo su origen en el oriente asiático (China) y su domesticación se inició durante la Dinastía Chou (del siglo XI al VII a.c). Sin embargo, es probable que la verdadera domesticación se diera durante la Dinastía

Shang (1700-1100 a.c. de donde se expandió a otros países de Asia, a algunos países de Europa y posteriormente al continente americano.

*El género *Glycine* Willd es un miembro de la familia leguminosac, subfamilia Papilionoidcac y tribu Phascolcac. La tribu Phascoleac contiene géneros y especies de considerable importancia en la alimentación humana y animal. Entre ellas: *Glycine max*(L) Merr-soya; *Cajamis cojan* (L) Millsp- Guandul; *Phaseolusspp.* - fríjol común; *Vignaspp.* - caupí, etc. El nombre *Glycine* fue originalmente introducido por Linnaeus. *Glycine* se deriva del griego *glykys* que significa dulce. El género *Glycine*, actualmente está dividido en los subgéneros *Glycine* y *Soja* (Moench). El subgénero *Soja* incluye a *Glycine max* (L) Mcrril, *Glycine soja* Sieb.-Zucc. y *Glycine gracilis*.*

Con las colecciones de semilla de soya realizada por botánicos en la China y Manchuria, en las últimas décadas del siglo XIX, se distribuyeron semillas a los jardines botánicos y estaciones agrícolas del oeste de Europa y Estado Unidos. Por la característica trepadora de la mayoría de materiales disponibles, esta planta fue considerada principalmente como forrajera. Su aceptación en EE.UU. fue lenta y por iniciativa del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, se generaron las primeras variedades en Norteamérica. El área sembrada creció con lentitud en los estados del valle del río Mississippi, siendo Illinois el principal. En 1938 alcanzó 4 millones de hectáreas sembradas, con un simultáneo desarrollo de infraestructura para el procesamiento y comercialización. Sin embargo, gran parte de esta área se cultivaba como planta forrajera (ensilaje, heno y pastoreo). En 1941 el cultivo de la soya para semilla superó al de forraje, por razones principalmente económicas. Desde entonces, la soya se convirtió en uno de los cultivos de mayor importancia económica para los Estados Unidos. Actualmente, se cultivan aproximadamente 30 millones de hectáreas (2004).

En Brasil, hasta mediados de los 60 la soya no tenía importancia económica. Entre 1965 y 1975 la superficie sembrada con soya se aumentó de 432 a 5.747 ha con un incremento en rendimiento hasta del 28% por hectárea. En el 2004 en Brasil se sembraron cerca de 2.1 millones de hectáreas. Los principales factores para su expansión fueron los subsidios gubernamentales, el desarrollo simultáneo de la infraestructura de procesamiento y comercialización, y un mercado mundial favorable para negociar la semilla, el aceite y la harina.

En 1929 la soya fue introducida a Colombia a nivel experimental y su producción comercial se inició en el siglo XX, década de los 50, con variedades introducidas de Estados Unidos como Missoy, Mammoth Yellow, Biloxi, Aksarben, Acadian, Hale 3, Hill y Davis y se cultivó por muchos años exclusivamente en el Valle del Cauca. En la década de los 80 se expandió su cultivo a zonas del Huila, Tolima, Costa Atlántica y Llanos Orientales.

La soya es un cultivo de tipo transitorio cuya evolución ha estado marcada por los requerimientos de la agroindustria. El grano de soya por su alto contenido de aceite (20-22%) y de proteína (30-46%), es materia prima fundamental en la producción de aceites comestibles y alimentos concentrados. El aceite se utiliza para consumo directo o para incorporarlo en el proceso de producción de margarinas y otros productos y por medio de una segunda transformación se obtiene la torta de soya para consumo animal. Adicionalmente, es materia prima importante para elaboración de diversos productos para consumo humano. Las hojas contienen adicionalmente de 15-18% de proteína y buen contenido de minerales (P, K, Ca y Mg), las cuales pueden ser utilizadas como alimento directo o mezclado con gramíneas (maíz, sorgo y millo, o como suplemento con caña forrajera), con la finalidad de enriquecer el forraje y abaratar costos de proteína. (Villavicencio, 2009)

Cuadro 2: Contenido de proteína, aminoácido, energía y fibra del grano de Soya frente a otras fuentes de origen vegetal

Alimento	Proteína (%)	E.D. KCal/kg	Usina (%)	Melionma t Cistma (%)	Fibra (%)
Frijol soya	37.5	4.140	2.42	1.08	5.5
Torta de soya	46.0	3.565	2.90	1.41	3.4
Maíz	10.0	3.695	0.26	0.36	- **
Torta de algodón	40.0	3.054	1.52	1.24	13.5
Sorgo	9.5	3.695	0.23	0.34	2.0
Harina de arroz	12.0	3.391	0.60	0.52	5.0

Fuente: FAO 2008

2.1.6 MIEL DE ABEJA

Entre todos los insectos, las abejas y las hormigas son las que han despertado mayor atracción en el hombre, pues el interés sobre su forma de vida ha sido permanente a través de la Historia. Admirados por su valor, su forma de organización, que produce en el ser humano una especie de veneración pero también de turbación ante estas criaturas minúsculas. Las abejas ejercen una fascinación, a pesar del temor por su picadura.

Durante millares de años, la miel era el único material de dulcificación utilizado absolutamente natural, producido por esta pequeña criatura dedicada a crearlo. Esta es una de las causas de que fuera mirada con reverencial fascinación más que cualquier otro ser.

Las abejas pertenecen al grupo de las Hymenópteras, miembros del chulo Anthoptiltique evolucionaron a partir de la súper familia Apoidea, posiblemente de la familia Cabronidae (chulo se interpreta como un conjunto de especies emparentadas con un antepasado común). Este escenario también se da en una subfamilia de la familia avispa, las Masuriime(Heavis, 1988).

Ello significa que en su origen eran insectos predadores de otros insectos, a los que, en una época en el pasado, cazaban cuando visitaban flores y

se alimentaban en parte del polen que cubría a sus presas, pero sustituyeron esta dieta y se adaptaron a otro tipo de alimento: polen y néctar, usando el primero fundamentalmente para alimento de las larvas y el segundo como material energético.

Algunas de las abejas fósiles más antiguas se encuentran en el ámbar de la costa báltica, consideradas por los científicos como sus antepasadas, como la abeja fósil encontrada en Oehningen en Haden, catalogada por su descubridor con el término “pre adamita”, pues esta abeja vivió y recolectó la miel antes de que hubiera cualquier hombre en la tierra. Carece de patas y antenas, pero su cabeza, tórax, y abdomen las distinguen fácilmente y también sus grandes ojos.

La miel de abeja

La miel es un producto complejo, rico en azúcares, vitaminas, sales minerales y enzimas, elaborados por las abejas a partir del néctar o mielatos.

Desde tiempos remotos siempre ha sido considerada como un producto noble ypreciado. Es mencionada favorablemente en libros sagrados de diferentes culturas: egipcios, judíos, cristianos, musulmanes, etc.

Actualmente es revalorizada por ser un producto energético, sabroso, sano, natural, listo para consumir y sin conservantes, la miel se produce cuando las abejas pecoreadoras recolectan néctar y/o mielada, mientras la transportan en su buche, le agregan su saliva. Al llegar a la colmena, la depositan en pequeñas dosis en la boca de las distintas obreras receptoras.

Éstas lo tragan, le agregan su saliva en su buche también y lo regurgitan en la boca de otra obrera.

Esto ocurre varias veces hasta que el néctar se convierte en miel no madura: posee características de miel, pero todavía tiene un alto porcentaje de agua y no es comercializable. Finalmente las abejas depositan esa sustancia en celdas, donde se efectuará el proceso de concentración (evaporación de agua) al final del cual quedará transformada en miel. (Mendizabal, 2007)

La composición de la miel

Tanto el azúcar común (usado por el hombre en comidas y bebidas) como la miel, están conformados fundamentalmente por azúcares (hidratos de carbono).

- El primero presenta de un 90 a un 100 % de sacarosa.
- La miel contiene enzimas: complejos proteicos que transforman la sacarosa en azúcares. Además, en su composición pueden encontrarse más de 150 sustancias.

Hay muchos factores que influyen en composición de la miel: la flora, la naturaleza del suelo, la raza de las abejas y su estado fisiológico. A fin de dar una idea orientativa de las composiciones que se dan generalmente, se presentan en el siguiente cuadro

Cuadro 3: Composición de la miel de abeja

Elemento	Producto					
	Mieles Sobre 490 muestras			Mielatos Sobre 14 muestras		
	Promedio	VALORES EXTREMOS		Promedio	VALORES EXTREMOS	
Inferior		Superior	Inferior		Superior	
Color	Blanco tendiendo a oscuro	Blanco	Oscuro	Ámbar claro	Ámbar muy claro	Ámbar oscuro
Tendencia a granulación	Pocos grupos cristalinos. Capa de 32 a 64 mm	Líquido	Totalmente sólido	Capa cristalina de 1,6 a 3,2 mm	Líquido	Pastoso
Humedad %	17,2	13,40	22,40	16,3	12,2	18,2
Fructuosa (Levulosa) %	38,19	27,25	44,26	31,8	23,9	38,12
Glucosa (Dextrosa) %	31,28	22,03	40,75	26,08	19,23	31,86
Sacarosa %	1,31	0,25	7,57	0,8	0,44	1,14
Maltosa %	7,31	2,74	15,98	8,8	5,11	12,48
Azúcares superiores %	1,50	0,13	8,49	4,7	1,28	11,5
Cenizas %	0,17	0,02	1,028	0,736	0,212	1,185
Nitrógeno	0,041	0,00	0,133	0,1	0,047	0,223
No determi- nados %	3,0	0,00	13,20	10,684	2,7	22,4
TOTAL	100 %	----	----	100 %	----	---
Ph	3,91	3,42	6,10	4,45	3,9	4,88
Acidez libre (meq/kg)	22,03	6,75	47,19	49,07	30,29	66,02
Lactona (meq/kg)	7,11	0,00	18,76	5,8	0,36	14,09
Acidez total (meq/kg)	29,12	6,66	59,49	54,86	34,62	76,49
Lactona/ acidez libre	0,335	0,00	0,95	0,127	0,007	0,385
Diastasa	20,8	2,1	61,2	31,9	6,7	48,4

Fuente: Boletín Técnico n° 1262 2 Composition of American Honeys, Depto. Agricultura EE.UU 1962. Este cuadro, que aparece en muchas bibliografías, fue realizado sobre muestras de mieles americanas de diferentes regiones. (RB.8.p403)

2.2 LA EMPRESA

El concepto de empresa sobre el que se construye la teoría de producción y la teoría de costo constituyen, sin duda, una interpretación de la empresa desde su dimensión organizativa al reflejar el proceso de combinación de factores. Esta combinación de factores precisa, por un lado, de la definición

y disposición de los mismos y, por otro lado, de la capacidad para definir qué selección se hace de esos factores, y cuál es la combinación que mejor da respuesta a:

- *Las exigencias del entorno, es decir, su capacidad competitiva para poder realizar adecuadamente la disposición de recursos y la colocación de sus productos y/o servicios*
- *La capacidad del administrador, o capacidad directiva de la institución para realizar tanto el proceso de combinación de factores como el proceso de adaptación y de integración en los entornos en los cuales se desarrolla la empresa.*

(García, 2008)

La empresa privada es la base del desarrollo económico de un país, normalmente se considera como factores de productividad sus recursos materiales, capacidad financiera pero sobre todo la calidad de su talento humano, esto es, el nivel de capacitación máxima que ha obtenido ya que este conocimiento es puesto a disposición de la organización y le permite establecer alguna diferencia con sus consumidores.

2.2.1 LA FUNCIÓN SOCIAL DE LA EMPRESA

En el origen de la teoría sobre la responsabilidad social de la empresa se sitúa la discusión sobre cuál es la función de la empresa en la sociedad y si dicha función es meramente económica o tiene un alcance mayor. Tradicionalmente, se ha considerado que la empresa como unidad de producción cumple la función económica de producción de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades humanas.

La consideración tradicional de esta función entiende que la empresa, en el desarrollo de su actividad económico-productiva, cumple implícitamente una función social centrada en su contribución a los objetivos generales de

la política económica, como metas expresivas del grado de bienestar económico y social deseable por la comunidad (Diez de Castro. 2007, p.38-39)

2.2.2 ÁREAS FUNCIONALES DE LA EMPRESA

Una empresa en acción es un complejo mundo en marcha, tiempo, recursos, energía, operan para la obtención de los objetivos de la empresa.

La empresa es parte de un tejido en el cual participan también los clientes, los proveedores, los empleados, los accionistas y el resto de la comunidad.

Como parte de ese tejido, la empresa debe responder a las necesidades de sus clientes, plantear sus necesidades a sus proveedores y empleados, resolver asuntos internos relacionados con sus empleados, con sus socios y con la comunidad.

Las actividades que se desarrollan en una empresa son ilimitadas. No obstante, si no somos capaces de reducir a unas cuantas categorías manejables la multitud de actividades, no se estará en capacidad de acercarse a un pensar metódico sobre la empresa.

En primer lugar, las actividades que tienen relación con la adquisición, manejo y procesamiento de insumos de materiales, los cuales son transformados en los productos o servicios de la empresa. A veces esos productos se almacenan a la espera de ser puestos a disposición del cliente. Diremos que esas actividades pertenecen al área de producción. Otras actividades tienen relación con la detección, y la persuasión de un cliente. El acto de la venta; el despacho ulterior de las mercancías. A esas actividades se las denomina actividades del área de mercadeo.

Otras actividades tienen relación con los flujos de dinero de la empresa; con los cobros; con el uso del dinero; con la obtención de dinero proveniente de préstamos o de nuevos socios; con la utilización de ese dinero para pagar compromisos o para mantenerlo como recurso líquido. Esas actividades pertenecen al área de finanzas.

Existen otras actividades que se relacionan con la elección de rumbos de la empresa. Con la búsqueda, capacitación, motivación y aprovechamiento de personal clave. Con la búsqueda, obtención y aprovechamiento de otros recursos productivos. Con la toma de decisiones sobre qué hacer, cómo hacerlo cuándo hacerlo. Esas actividades son propias de la dirección general o superior.

Finalmente algunas actividades tienen por objeto la búsqueda de nuevos productos, nuevos mercados, nuevas maneras de hacer las cosas. Se dice que esas actividades pertenecen al área de innovación. (Cedeño, 2007).

2.2.3 LA MICROEMPRESA.

Según USAID (2007). Afirma : Una microempresa es un negocio personal o familiar que emplean hasta 10 personas, el cual es poseído y operado por una persona individual, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados, precios, además constituye una importante fuente de ingresos para el hogar". Pág. 73.

La microempresa está conformada por personas emprendedoras, que en la mayoría de los casos se forman por decisión familiar, con el propósito de obtener mejores ingresos para mejorar su calidad de vida, esta microempresa funciona con la mínima inversión.

El sector micro empresarial ocupa actualmente un lugar muy importante en la conformación de la estructura económica y social del país, habiéndose constituido en motor de la riqueza nacional, proporcionando fuentes de trabajo y contribuyendo en gran medida al producto interno bruto.

2.3 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

El propósito de todo proyecto de inversión o desarrollo es el de resolver un problema o necesidad, aprovechar una oportunidad cuyos efectos beneficiarán a un grupo de ciudadanos o a la comunidad.

El reconocimiento del problema o necesidad u oportunidad es el punto de partida para la identificación del proyecto. Es preciso conocer las características específicas del mismo, sus causas y los aspectos que lo rodean que pueden ser importantes en el momento de entregar una solución a través de un proyecto. Es importante buscar la mayor concreción posible en la identificación del problema o necesidad, determinando los aspectos específicos y las características más importantes, las posibles causas y repercusiones del problema o necesidad y las condiciones en que se está presentando dicha situación.

La identificación del problema constituye, tal vez, el ejercicio más complejo en la preparación de un estudio de factibilidad, dada la cantidad de variables interrelacionadas que afectan el contexto del mismo. Su definición clara y precisa es un requisito esencial para lograr el análisis deseado. (Miranda, 2007)

El diagnóstico hace parte del proceso de identificación del problema o necesidad, carencia u oportunidad. El diagnóstico tiene dos propósitos claramente delimitados:

a. La descripción: caracterización del problema, su incidencia y afectación sobre la población objetivo.

b. La explicación: o sea la estructura casual de las variables o situaciones que determinan el problema. Esto permite establecer cuál es su magnitud y la dimensión de su solución, para alcanzar una situación deseable.

Un proyecto en respuesta a un problema o una necesidad entrega productos o servicios que deben generar un impacto deliberadamente buscado. Si no está claro cuáles son los productos o servicios y la cantidad de los mismos que permitan modificar la situación problema, resulta imposible formular adecuadamente el proyecto.

Los propósitos anteriormente expuestos se complementan con la identificación de los "grupos relevantes" o "de interés" para el proyecto, y el rol que ellos desempeñan en el mismo. Corresponde identificar a todos aquellos agentes de interés, personas o entidades, que puedan influir positiva o negativamente en el problema y desde luego, en las posibles soluciones, que apoyen las acciones de cambio o que se manifiesten en contra de las mismas. Así, si el proyecto es "adelantar una campaña de vacunación para combatir la malaria en una zona, se encuentran grupos relevantes o de interés en: el Ministerio de Salud, en la Secretaría de Salud Departamental y Secretaría de Salud Municipal, las Facultades (Universidades) de Salud Pública y Medicina de la región, las juntas de acción comunal, la seccional de la Cruz Roja, etc.(Cedeño, 2007)

La descripción de la situación actual debe conducir, posteriormente, a un análisis en el cual se establezcan las principales acciones que se deben realizar para solucionar el problema o necesidad (alternativas). Para facilitar el estudio se sugiere ubicar la causa del problema o necesidad en algunas de las siguientes categorías:

- *Carencia absoluta de bienes o servicios, ejemplo, una comunidad indígena que no tiene un servicio de agua potable.*
- *Baja disponibilidad de bienes o servicios, algunas comunidades reciben servicio de agua potable durante 4 horas al día.*
- *Baja calidad de los bienes o servicios producidos, se precisa de un tratamiento adicional en el hogar (hervido) para mejorar la calidad del agua.*
- *Ineficiencia en la prestación del servicio actualmente suministrado, tal como interrupciones permanentes en el fluido eléctrico.*
- *Necesidad de reposición de infraestructura básica (vías, maquinaria, equipo, etc.) para continuar con la producción de los bienes o servicios actualmente producidos, como en el caso de mantenimiento de puentes en la ciudad.*
- *Necesidad de aprovechar una oportunidad so pena de disminuir la participación en el mercado por carencia de competitividad, es el caso de la incorporación de valor agregado a ciertos productos para colocarlos en los mercados externos.*

Una vez clarificado el problema y/o la necesidad, se debe describir la situación existente. En esta descripción se deben establecer qué consecuencias se derivan del problema o la necesidad y si el problema tiende a empeorar en el futuro y en qué medida.

Mediante al análisis de la situación inicial, "sin el proyecto", se pueden observar una serie de factores positivos y otros que conspiran contra el planteamiento de una solución adecuada. Resulta muy útil, no solamente para efectos de seleccionar la alternativa más conveniente, sino como guía permanente durante el proceso de ejecución y operación del proyecto, develar las condiciones favorables (posibilidades reales, ventajas y fortalezas) y las desfavorables (conflictos, limitantes, carencias, soluciones inconclusas, debilidades, amenazas, ingobernabilidad, carencia de imagen y legitimidad, etc.), que se expresan y se perciben en el medio donde se insertará. Dado que el proyecto busca modificar situaciones o transformar

realidades hacia estadios deseables, debe en algunos casos eliminar barreras y adversidades propias de la región o localidad, pero también aprovechar, deliberadamente, las ventajas y situaciones favorables.(Miranda, 2007)

2.4 COMERCIALIZACIÓN

La comercialización puede ser definida como el principal mecanismo para lograr la coordinación de la producción, distribución y consumo de productos bienes y servicios, es entonces un proceso de intercambio de los derechos de propiedad en el que incluye el manejo físico y la transformación cuando se habla de productos primarios o simplemente del derecho a consumir cuando el proceso se orienta hacia el consumidor final, lo anterior se puede resumir en el desempeño de una actividad comercial dirigida hacia y relacionada al flujo de servicios del productor hasta el consumidor o usuario; para que este proceso tendrá éxito, se deben cumplir una serie de etapas y la primera de estas es realizar un estudio de mercado serio que alerte al productor o comerciante sobre los gustos y preferencias del consumidor.

2.4.1 ESTUDIO DE MERCADO

Es muy difícil clasificar los estudios de mercado debido a su diversidad. No en vano se ha definido a estas técnicas como los instrumentos para obtener información adecuada ante un problema concreto de toma de decisiones.

En consecuencia, como la toma de decisiones es muy compleja y heterogénea, en principio, debería ser casi indispensable pretender llegar a una definición aceptable.(Ferre, 2007)

Pero en la práctica en la profesión, en la empresa, en el día a día, las cosas son algo distintas: si bien es cierto lo que hemos señalado más arriba, no

lo es menos que la mayoría de situaciones o decisionales con que se encuentra el director comercial son bastante comunes y, en definitiva, conducen a una tipología de decisiones y, por tanto, de necesidades de información bastante homogéneas.

Cuadro 4: Tipos de estudio de mercado

1. CUANTITATIVOS		
A) Destinado a examinar las anomalías de venta	1. 2. 3. 4.	Barómetro de marcas Panel de detallistas Estudios distribución Panel de consumidores
B) Destinados a determinar la demanda potencial de producto	5. 6. 7.	Estudios de base-hábitos Test de concepto Mercado de prueba
C) Destinados a conocer la aceptación del producto	8. 9.	Test de producto Test de embalaje
D) Destinado a programar las actividades promocionales	10.	Estudios promocionales
E) Destinados a programar estrategias marketing	11.	Market survey
F) Destinados a programar las actividades publicitaria	12. 13. 14	Estudios audiencia medios Pre-test publicitario Post-test publicitario
II. CUALITATIVOS		
	13. 16.	Estudios de imagen Estudios motivacionales

Fuente: Ferre 2007

Desde el punto de vista de (Mcdaniel, 2009), La investigación de mercados es la función que enlaza al consumidor, al cliente y al público con el vendedor a través de la información, una información que se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas

de marketing: para venerar, refinar y evaluar las acciones de marketing para observar el comportamiento del mercado; y para mejorar la comprensión del marketing como un proceso. La investigación de mercados especifica la información requerida para abordar estos aspectos; diseña el método de recopilar información; administra e implementar el proceso de recopilación de datos; analiza los resultados; y comunica los descubrimientos y sus implicaciones

En resumen, la investigación de mercados es la planeación, recopilación y el análisis de datos pertinentes para la toma de decisiones de marketing y la comunicación de los resultados de este análisis a la gerencia.

2.4.2 IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Se puede considerar que la investigación de mercados desempeña tres papeles funcionales: descriptiva, diagnóstica y predictiva. La función descriptiva incluye la recopilación y presentación de declaraciones de hechos. Por ejemplo, ¿cuál es la tendencia histórica de las ventas en la industria?, ¿cuáles son las actitudes de los consumidores hacia un producto y su publicidad?

El segundo papel de la investigación es la función diagnóstica, mediante la cual se explican los datos y/o acciones: ¿cuál fue el impacto sobre las ventas cuando se cambió el diseño del empaque?, ¿en qué forma se pueden alterar las ofertas de producto/servicio para servir mejor a los clientes y a los clientes potenciales? El último papel de la investigación es la Función predictiva. ¿Cómo puede aprovechar mejor la empresa las oportunidades a medida que surgen en el mercado siempre cambiante?(Mcdaniel, 2009)

2.5 PROYECTO

Se puede definir proyecto como el conjunto de documentos que definen una obra de tal manera que una persona distinta del autor del mismo pueda dirigir las obras o trabajos correspondientes, la definición anterior implica que la estructura base del proyecto debe realizar funciones definidas y con la máxima economía y eficiencia para lo cual es necesario realizar un estudio técnico que permita definir los recursos a utilizar y la cantidad de estos.

2.5.1 ESTUDIO TÉCNICO

Uno de los aspectos que mayor atención requiere por parte de los analistas, es el estudio técnico que supone: la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y, obviamente, la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero.

De acuerdo a (Miranda, Gestión de proyectos, 2005), todo el andamiaje financiero del proyecto, que corresponde a la estimación de las inversiones, los costos e ingresos además de la identificación de las fuentes está condicionado en gran parte en el resultado de los estudios técnicos. Por un lado, la selección del tamaño óptimo es básica para la determinación de las inversiones y los costos de operación, teniendo en cuenta las estimaciones futuras del mercado. Algunos procesos técnicos permiten el crecimiento modular de la producción tomando como referencia el comportamiento de la demanda, de modo que el tamaño se va acondicionando al crecimiento de ésta; sin embargo, otros procesos no admiten esta modalidad y es preciso, entonces, hacer grandes inversiones a pesar de que, en principio, su utilización no sea plena. Por otro lado, la

ubicación final del proyecto es un factor que tiene notables repercusiones principalmente sobre los costos de operación, y es preciso elegir entre varias alternativas, teniendo en cuenta los costos de transporte de insumos y productos, la disponibilidad de insumos materiales y humanos, vías y medios de comunicación adecuados, normas legales favorables, etc. En consecuencia, salvo algunos proyectos para los cuales su ubicación está predeterminada, el estudio de emplazamiento final debe ser objeto de amplias reflexiones en las cuales se deben comparar entre sí diferentes alternativas a la luz de los costos de instalación y operación.

El estudio técnico además, se encamina a la definición de una función adecuada de producción que garantice la utilización óptima de los recursos disponibles. De aquí se desprende la identificación de procesos y del equipo, de los insumos materiales y la mano de obra necesarios durante la vida útil del proyecto. Vale la pena insistir que los estudios de pre inversión no son solamente un instrumento idóneo para la toma de la decisión de asignar recursos hacia un propósito determinado, sino que también especialmente en los niveles de pre y factibilidad, se constituye en un referente válido e insustituible para la gerencia durante la ejecución del proyecto, de ahí la importancia de adelantar con singular rigor esta parte del estudio, que como lo habíamos afirmado tiene especial importancia en la definición de términos de referencia para la contratación y organización de los servicios de ingeniería, la asignación de responsabilidades a los grupos involucrados en las diferentes etapas, desde luego, el diseño y valoración de los contratos y el control de sus costos y tiempos, durante el periodo de ejecución. (Miranda, Gestión de proyectos, 2005)

También es importante en este punto identificar, en principio, los modelos administrativos que se implantarán tanto en el momento de instalación como durante la operación del proyecto.

Así mismo, es útil, la definición de un cronograma de actividades en donde se determinen las principales fechas del proyecto, tales como: contratación de estudios, compra de terrenos y equipos, creación del ente jurídico representativo de la empresa (sociedad anónima o limitada o de economía mixta, fundación, corporación, etc.). Construcciones, instalación y montaje, hasta el momento de la puesta en marcha.

Este capítulo hace referencia a las siguientes consideraciones de orden técnico:

- El tamaño adecuado del proyecto
- Su localización
- La ingeniería y obras complementarias
- Cronograma de realización.

Tamaño

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

Capacidad del Proyecto

Desde un principio es importante definir la unidad de medida del tamaño del proyecto que permita dimensionarlo y compararlo con otros similares. La forma más utilizada es establecer la cantidad de producción o de prestación del servicio por unidad de tiempo; si se trata, por ejemplo, de una fábrica de telas serla, entonces, el número de metros producidos en un mes o un año; si de un hospital, el número de camas disponibles; de un matadero, el número de sacrificios al día; de un banco, la magnitud de las transacciones diarias; de un supermercado, el nivel de ventas al día, etc. Existen, además, algunas medidas que permiten complementar la apreciación del tamaño del

proyecto, pueden ser entre otras: el monto de la inversión asignada al proyecto, el número de puestos de trabajo creados, el área física ocupada, la participación en el mercado o los niveles de ventas alcanzados, entre otras.

Por otro lado es útil aclarar ciertos términos con respecto a la capacidad del proyecto, podemos distinguir tres situaciones:

Capacidad diseñada: corresponde al máximo nivel posible de producción o de prestación del servicio.

Capacidad instalada: corresponde a la capacidad máxima disponible permanentemente.

Capacidad utilizada: es la fracción de capacidad instalada que se está empleando. (Miranda, Gestión de proyectos, 2005)

En la medida en que se pueda penetrar al mercado y se mejore la eficiencia empresarial, se irá incrementando la capacidad utilizada hasta llegar al tope dado por la capacidad instalada. Por otra parte, el diseño técnico podrá permitir, si las circunstancias lo ameritan, una utilización temporal de las instalaciones o equipos por encima de la capacidad instalada, o por el contrario un empleo fraccionado del mismo.

Factores condicionantes del tamaño del proyecto

Al definir la magnitud del proyecto es preciso adelantar algunas consideraciones en torno a: la dimensión del mercado, a la capacidad financiera de los promotores del proyecto, a la disponibilidad de insumos, a la existencia y eficiente suministro de servicios, a la situación del transporte, a aspectos de tipo institucional (legislación, política económica, a planes de desarrollo, programas sectoriales, regionales o locales), a la capacidad de gestión, a la localización del proyecto, etc.

Siempre que se trate de establecer el tamaño más adecuado de un proyecto se deberá apelar a la información disponible en tomo al mercado, al proceso productivo, a la localización, a la disponibilidad de insumos y otros factores que serán considerados más o menos relevantes dependiendo del proyecto de que se trate; de todos modos, a la dimensión definitiva se llegará mediante un proceso de aproximaciones sucesivas.(Cedeño, 2007)

A. Tamaño del mercado: La magnitud del mercado es uno de los aspectos que es preciso considerar al estudiar el tamaño del proyecto; por lo tanto nuestra reflexión en tomo a la estimación del tamaño más apropiado debe descansar en el estudio del comportamiento de la demanda en su relación con el ingreso, con los precios, con los cambios en la distribución geográfica del mercado, con la movilidad, distribución geográfica y la estratificación de la población y, obviamente, con respecto a los costos unitarios propios del proyecto.

La consideración de este criterio nos permitirá estimar inicialmente algunas alternativas de tamaño, calificadas en grueso como grande, mediano o pequeño, que posteriormente se estudiarán con más detalle a la luz del comportamiento de los costos unitarios, y de otros factores limitantes como la capacidad técnica y la disponibilidad de recursos financieros principalmente.(Cedeño, 2007).

2.6 ESTUDIO FINANCIERO

El análisis financiero se ocupa básicamente de la rentabilidad del capital de la empresa. Procura alcanzar los siguientes objetivos básicos:

- *Evaluar las repercusiones financieras del proyecto sobre los productores y los otros participantes. La evaluación se sustenta, por una parte, en el análisis de la situación financiera de cada participante*

(productores, instituciones públicas, ONGS) que participan en el proyecto y, por otra, en una proyección de su rendimiento futuro en los años de vida útil del proyecto.

- *Cordinar aportes financieros. Se determina si están adecuadamente identificadas las contribuciones financieras a nivel de las unidades de producción (agricultor); a nivel de la institución prestataria y a nivel del proyecto. Todo ello, se realiza sobre la base de una proyección financiera global del proyecto.*
- *Preparar un plan financiero sólido. Dicho plan debe mostrar las fuentes de fondos de cada uno de los participantes en el proyecto. Proporciona la base para determinar el monto, el momento de la inversión y el financiamiento, así como también los plazos en que deben reembolsarse los recursos del préstamo y el efecto estimado de la inflación.*
- *Evaluar la efectividad de la administración financiera. De manera especial debe atenderse a la efectividad de las empresas que estén relacionadas con el proyecto, a fin de formarse un juicio sobre la complejidad de la organización financiera que el proyecto va a necesitar y de la capacidad de quienes van a ejecutarlo. Los resultados de esa evaluación permitirán decidir sobre los cambios que pueden resultar necesarios en la organización y dirección del proyecto y las necesidades de capacitación.*
- *Evaluar incentivos locales. Con el cumplimiento de este objetivo se pretende dar respuesta al productor sobre la conveniencia de asumir el proyecto en relación con el ingreso incremental que le deja, es decir, definir si vale la pena arriesgarse o esforzarse por el proyecto.*
- *Comparar distintos proyectos alternativos entre si. Generalmente, los recursos de los pequeños y medianos productores son limitados, de allí que deben analizar los beneficios de distintos proyectos con el propósito de decidir la realización de uno de ellos. (Perez, 2008)*

Para realizar el análisis financiero de un proyecto, se debe partir de una situación "sin proyecto" (situación actual) hasta llegar a otra "con proyecto" (consecuencias o efectos del proyecto a ejecutarse) (Miranda, Gestión de proyectos, 2005)

La complejidad del análisis financiero de un proyecto dependerá de su organización y de sus características. En su mayoría, los proyectos agropecuarios requerirán una proyección financiera basada, por lo menos, en un plan modelo del desarrollo de la finca. (Miranda, Gestión de proyectos, 2005)

En muchas ocasiones es necesario realizar un análisis complementario que permitan determinar el impacto del proyecto en ciertas variables macroeconómicas. Tales como ingreso nacional, empleo, rentabilidad social de la inversión, etc.; en otras palabras, se debe determinar el rendimiento global para la economía. Ese tipo de análisis es el económico que no es objeto de este trabajo. (Perez, 2008)

En conclusión, por análisis financiero se entiende el estudio de los ingresos, costos y rentabilidad de empresas individuales, considerando todos los factores de producción como pagados a precios corrientes de mercado.

Es el instrumento fundamental que permite determinar la capacidad financiera de la empresa para llevar adelante un proyecto. La proyección financiera, también llamada flujo de caja o cash-flow. Permitirá verificar si la empresa es capaz de generar los fondos requeridos para llevar a cabo el proyecto.

2.7 CONTABILIDAD

De acuerdo a (SINISTERRA, 2007), la contabilidad de costos se define como “Cualquier técnica o mecánica contable que permita calcular lo que cuesta fabricar un producto o prestar un servicio” pág. 83

Una definición más elaborada del mismo autor indica que se trata de un subsistema de contabilidad general al que le corresponde la manipulación de todos los detalles referentes a los costos totales de fabricación para determinar el costo unitario del producto.

Por manipulación de los datos de costos debe entenderse su clasificación, acumulación, asignación y control. La contabilidad general cubre todas las transacciones financieras tendientes a la preparación de los estados financieros y la contabilidad de costos contribuye con el estado de resultados determinando el costo de los productos vendidos; colabora con el balance general, determinando el costo del inventario de productos en proceso y del inventario de productos terminados.

2.7.1 OBJETIVOS DE LA CONTABILIDAD DE COSTOS

La contabilidad de costos cumple con los siguientes objetivos de acuerdo a (GARCÍA, 2008)

- *Acumular los datos de costos para determinar el costo unitario del producto fabricado.*
- *Proporcionar a la administración de la empresa datos de costos necesarios para la planeación de las operaciones de manufactura y el control de los costos de producción.*
- *Contribuir al control de las operaciones de manufactura.*

- *Proporcionar a los diferentes niveles de la administración toda la información de costos necesaria para la presupuestación los estudios económicos y otras decisiones especiales, relacionadas con inversiones a largo y mediano plazo.*
- *Brindar racionalidad en la toma de decisiones. Pág. 65*

2.7.2 ACTIVIDADES DE LA CONTABILIDAD DE COSTOS

Para (SOLDEVILA, 2010), la contabilidad de costos debe desarrollar cuatro actividades básicas para satisfacer sus objetivos.

- *La primera actividad hace referencia a la medición del costo, es decir, a la acumulación de los datos necesarios para determinar el costo de un producto,*
- *La segunda actividad se refiere al registro del costo en los libros de contabilidad, diario, mayor o auxiliares, con base en la información producida por los empleados y los trabajadores. El departamento de contabilidad de costos convierte los datos sobre materia prima consumida y horas trabajadas en cifras monetarias que van a representar el costo de la materia prima consumida y el costo de la mano de obra devengada. Estas cifras monetarias se registran en los libros contables.*
- *La tercera actividad que desarrolla la contabilidad de costos consiste en el análisis del costo para diferentes propósitos, planeación de operaciones, solución de problemas, selección entre diferentes cursos de acción, identificación de tendencias, identificación de relaciones por cambios en los costos.*
- *La última actividad hace mención a la presentación de información del costo, en forma detallada para efectos internos y en forma agregada para propósitos externos. Por presentación de información se entiende el proceso de comunicación de los encargados de la toma de decisiones. La contabilidad de costos se debe ocupar de generar*

información relevante que se pueda comunicar periódicamente a los que la requieren. Pág. 65-66

2.7.3 ELEMENTOS DEL COSTO DE PRODUCCIÓN

La fabricación implica la conversión de materiales en productos terminados gracias al esfuerzo de los trabajadores y al uso de la planta de producción. Para manufacturar un producto se hace uso de tres componentes conocidos como los elementos del costo de producción, a saber: la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos.

Materia prima

En la elaboración de un producto puede intervenir una amplia gama de materias primas. La materia prima se suele clasificar en materia prima directa e indirecta. La materia prima directa hace referencia a todos los materiales que integran físicamente el producto terminado o que se pueden asociar fácilmente con él.

La materia prima indirecta se refiere a aquellos materiales que integran físicamente el producto perdiendo su identidad o que por efectos de materialidad se toman como indirectos. El pegante que se usa en la fabricación de la mesa hace parte del producto, pero su costo puede no ser tan fácilmente medido como un costo de una unidad procesada, o su costo por unidad puede ser bastante insignificante para ser medido como un costo de material directo.

Mano de obra

La mano de obra representa el esfuerzo del trabajo humano que se aplica en la elaboración del producto. La mano de obra, así como la materia prima se clasifica en mano de obra directa e indirecta. La mano de obra directa

constituye el esfuerzo laboral que aplican los trabajadores que están físicamente relacionados con el proceso productivo, sea por acción manual o por operación de una máquina o equipo. El costo del esfuerzo laboral que desarrollan los trabajadores sobre la materia prima para convertirla en producto terminado constituye el costo de la mano de obra directa. El salario y las prestaciones sociales que devenga, por ejemplo, el trabajador que corta la madera o arma la mesa se maneja como costo de mano de obra directa.

El costo de aquella mano de obra que no se puede razonablemente asociar con el producto terminado o que no participa estrechamente en la conversión de los materiales en producto terminado se clasifica como mano de obra indirecta. Los salarios y prestaciones sociales que devengan los trabajadores que desarrollan actividades de aseo y vigilancia constituyen costo de mano de obra indirecta.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRESENTACIÓN

En este capítulo se define el producto que oferta el proyecto al cantón de Ibarra, se trata de granola elaborada en base a banano, coco, soya y miel de abeja, para alcanzar los objetivos de este capítulo se analizan el comportamiento de la demanda y la oferta en la ciudad y de esta forma se obtiene la demanda insatisfecha a la cual puede acceder el proyecto, el capítulo también analiza el perfil del consumidor del producto y se realiza una segmentación de mercado para definir el mercado objetivo al cual se pretende llegar, por otra parte, se elabora un mix de marketing para definir la mezcla más adecuada de las variables comerciales (plaza, precio, producto y promoción) con las cuales el negocio enfrentará el mercado.

3.2 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

La Granola es un alimento tradicional muy conocido sobre todo en los deportistas, es formado por nueces, copos de avena mezclados con miel y otros ingredientes naturales. La mezcla se hornea hasta que sea crujiente. Durante el proceso de cocción la mezcla es agitada para mantener la consistencia suelta típica de los cereales que se comen en el desayuno, la idea del proyecto es comercializar el producto pero mayoritariamente preparado con alimentos típicos de nuestro país tales como el banano, coco, soya y miel de abeja lo que lo haría más accesible a la mayor parte de la población.

3.2.1 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Como se mencionó en el numeral anterior, la granola es una combinación de algunos alimentos naturales no procesados, cada uno de estos ingredientes tiene un potencial nutritivo de tal manera que todos reunidos logran un alimento altamente energético y nutritivo. Se puede considerar a la granola como un alimento completo porque contiene una buena variedad de vitaminas como A, B, C, D, E, minerales como calcio, zinc, magnesio, potasio, fósforo, cobre, hierro.

En cuanto a las proteínas, son todas de origen vegetal y a pesar de saber que las de origen animal son de mayor valor biológico, estas al proceder de diversas fuentes vegetales pueden formar una proteína de alto valor biológico.

Es también una excelente fuente de carbohidratos de fácil absorción proveniente de los azúcares de la miel y carbohidratos complejos de la avena, que gradualmente administran energía al cuerpo. También aporta grasas buenas: omega 3 de la linaza y omega 6 de los frutos secos, estos son ácidos grasos esenciales necesarios para la formación de las estructuras de las células del cuerpo, especialmente del sistema nervioso y forman parte de la retina. Ambos nutrientes, carbohidrato y grasa brindan también energía.

Por otro lado son fuente importante de fibra gracias a la linaza, avena y fruta seca haciendo de la granola una rica alternativa para regular el movimiento del tracto gastrointestinal y evitar el estreñimiento.

Todas estas cualidades alimenticias hacen de la granola un producto apto para todas las edades pero especialmente ideal para los niños, gestantes, adultos mayores y deportistas.

3.3 OBJETIVOS

3.3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de mercado para determinar el nivel de aceptación del nuevo producto en los potenciales compradores.

3.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el perfil, comportamiento, hábitos y preferencias de los consumidores actuales y potenciales del producto.
- Conocer la demanda histórica y actual
- Conocer la oferta histórica y actual
- Determinar el mix comercial más apropiado para realizar los esfuerzos comerciales.

3.3.3 VARIABLES COMERCIALES

1. Perfil del consumidor
2. Demanda
3. Oferta
4. Mix comercial

3.3.4 INDICADORES COMERCIALES

1. Perfil del consumidor
 - Comportamientos
 - Hábitos
 - Preferencias
 - Frecuencia

2. Demanda

- Tasa de consumo
- Tipo de presentación
- Características buscadas

3. Oferta

- Cantidad ofertada
- Presentación
- Calidad
- Principales oferentes

4. Mix comercial

- Plaza
- Precio
- Producto
- Promoción

3.3.5 MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO

Tabla 16: MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO

Objetivos	Variable	Indicador	Fuente	Técnica	Informante
Analizar el perfil, comportamiento, hábitos y preferencias de los consumidores actuales y potenciales del producto.	Perfil del consumidor	<ul style="list-style-type: none"> • Comportamientos • Hábitos • Preferencias • Frecuencia 	Primaria Primaria Primaria Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Familias de la ciudad de Ibarra Familias de la ciudad de Ibarra
Conocer la demanda histórica y actual	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de consumo • Tipo de presentación • Características buscadas 	Primaria	Encuesta	Familias de la ciudad de Ibarra Productores y comercializadores del producto
Conocer la oferta histórica y actual	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad ofertada • Presentación • Calidad • Principales oferentes 	Primaria Primaria Primaria Primaria	Encuesta	Productores y comercializadores del producto
Determinar el mix comercial más apropiado para realizar los esfuerzos comerciales.	Mix comercial	<ul style="list-style-type: none"> • Plaza • Precio • Producto • Promoción 	Primaria	Encuesta	Familias de la ciudad de Ibarra Productores y comercializadores del producto

Elaborado por la autora

3.4 MECÁNICA OPERATIVA

3.4.1 POBLACIÓN

Para determinar la población a investigar, se dividió en quintiles, es decir de 20 en 20 por ciento, a modo de ejemplo, el bono de desarrollo humano, está destinado a los dos primeros quintiles que son la población más pobre del país, la información para definir estos quintiles se tomó datos sobre:

- Nivel de educación
- Desnutrición crónica
- Etnia
- Discapacidad
- La información es recopilada por la encuesta **Selven** que se actualiza anualmente.

Para la investigación, se utilizó el 46% de la población (quintiles 4^{to} y 5^{to}) el cantón de Ibarra, puesto que de acuerdo al libro publicado por el INEC, “La nueva cara socio demográfica del Ecuador” aproximadamente el 54% de la población es pobre por necesidades básicas insatisfechas, (pág. 29); de acuerdo al último censo de población y vivienda (2010) son 139.721 personas, por lo que la población en intervención será de 64.272, es decir, 16.068 familias ya que en promedio, cada hogar cuenta con 4 habitantes, de esta forma.

Además se consideró la población de comerciantes del producto, que según el último Censo Económico (año 2010) y bajo la denominación “Venta al por menor de puestos de venta y mercados” son 100 empresas.

3.4.2 CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para el cálculo de la muestra de hogares se utilizó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n = tamaño de la muestra

N = Población

ε = Error Maestral, que en este caso por tratarse de población finita, se trabajará con el 5% de margen aceptable.

δ^2 = Desviación de la población al cuadrado o varianza: 0.25 porque se trabaja en el centro, es decir: 0.5 de éxito y 0.5 de fracaso.

Z Valor tipificado que corresponde a 1.96 doble cola

Nivel de confianza 95%

(N-1) = Corrección geométrica, para muestras grandes > 50

Desarrollando la fórmula se obtiene:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.25)(16.068)}{(0.05)^2 (16.068 - 1) + (1.96)^2 (0.25)}$$

$$n = \frac{(3.84)(4.017)}{(0.0025)(16.068) + (3.84)(0.25)}$$

$$n = \frac{15.425,28}{40,17 + 0.96}$$

$$n = \frac{15.425,28}{41,13}$$

n= 375.03

n= 375

Por lo tanto se encuestaron 375 hogares del cantón de Ibarra

Para el cálculo de comerciantes del producto, se utilizó la misma fórmula anterior, desarrollándola se obtuvo el siguiente resultado:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.25)(100)}{(0.05)^2 (100 - 1) + (1.96)^2 (0.25)}$$

$$n = \frac{(3.84)(25)}{(0.0025)(99) + (3.84)(0.25)}$$

$$n = \frac{96}{0,2475 + 0.96}$$

$$n = \frac{96}{1,2075}$$

$$n = 79,5$$

Se efectuaron 80 encuestas a comerciantes del rubro

3.4.3 TABULACIÓN Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Encuesta realizada a consumidores de granola del cantón de Ibarra:

Variables a investigar:

- Comportamientos
- Hábitos
- Preferencias
- Frecuencia
- Tasa de consumo
- Tipo de presentación
- Características buscadas

1. ¿Se consume granola en su grupo familiar?

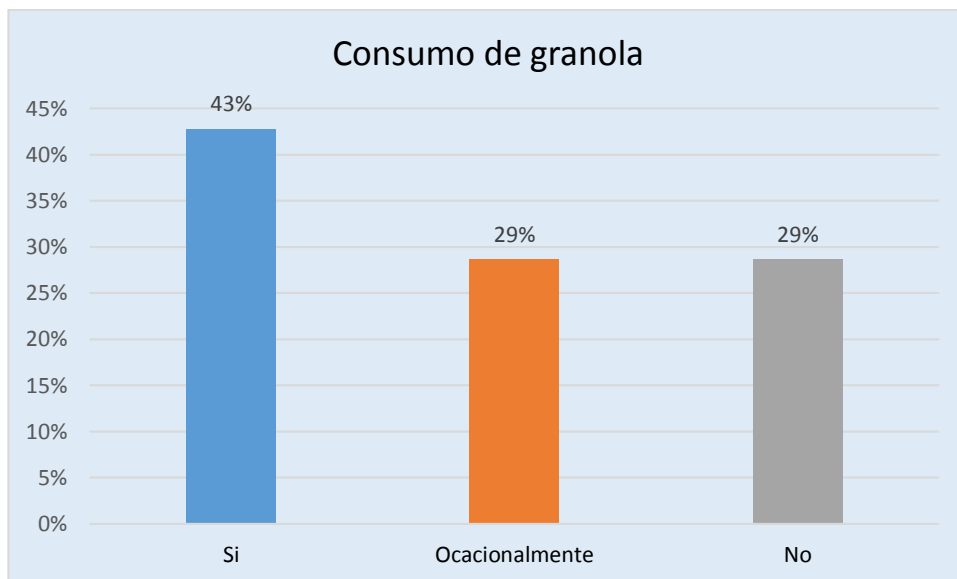
Tabla 17: Consumo de granola

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	161	43%
Ocasionalmente	108	29%
No	109	29%
Total	375	100%

Fuente: investigación de campo

Elaborado por la autora

Gráfico 13: Consumo de granola



Análisis

Cerca de un 75% de los encuestados dicen consumir ocasional o permanentemente el producto, el resto de los hogares no consumen granola por lo tanto no forman parte del mercado objetivo del proyecto.

2. ¿Quién consume granola en su hogar?

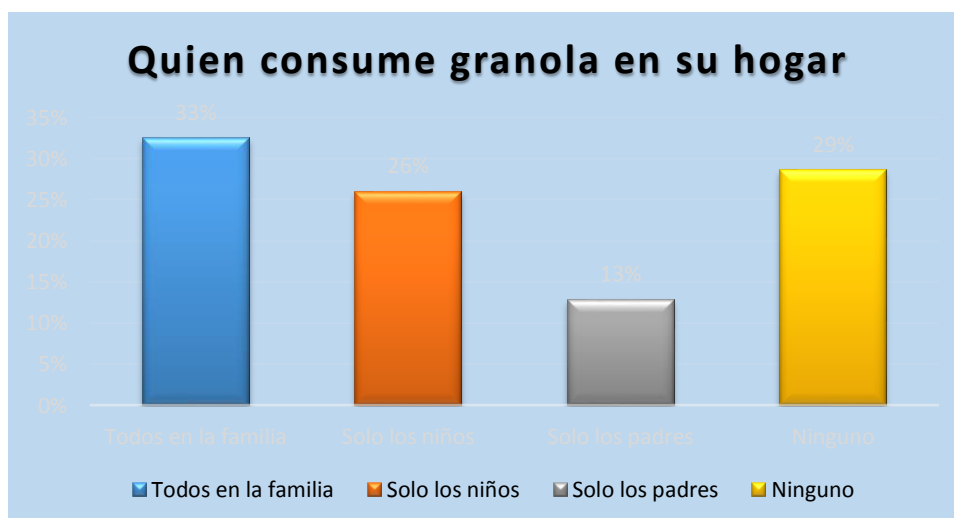
Tabla 18: Quien consume granola en el hogar

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Todos en la familia	124	33%
Solo los niños	97	26%
Solo los padres	48	13%
Ninguno	106	29%
Total	375	100%

Fuente: investigación de campo

Elaborado por la autora

Gráfico 14: Quien consume granola en el hogar



Análisis

Los niños son los principales consumidores del producto en estudio, sin embargo la opción “todos en la familia” también es bastante recurrida, esto obedece a que muchos padres piensan en su alimentación o son deportistas, la opción “ninguno” concuerda con las respuestas de la pregunta anterior en relación al consumo en el grupo familiar.

3. ¿Con que frecuencia consume granola?

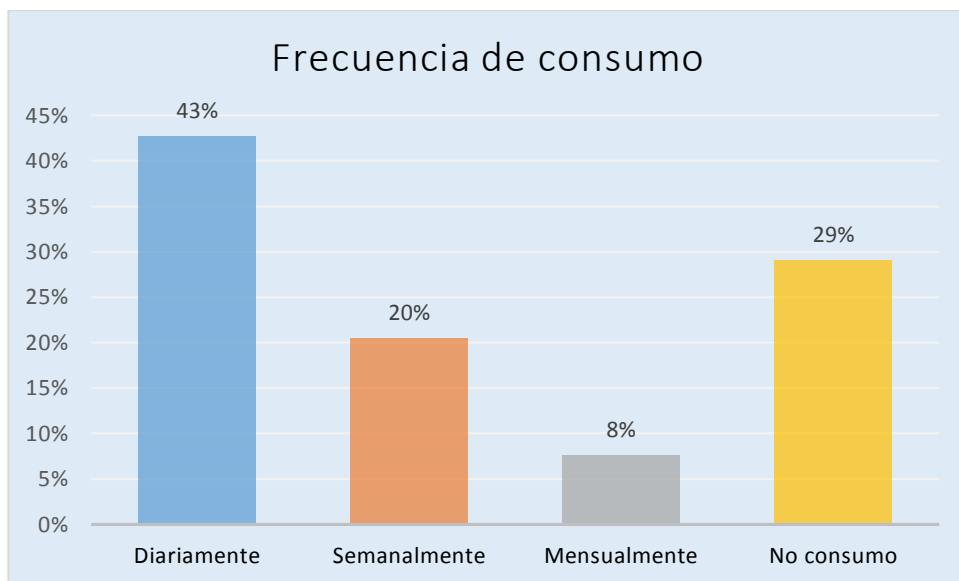
Tabla 19: Frecuencia de consumo

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	161	43%
Semanalmente	75	20%
Mensualmente	30	8%
No consumo	108	29%
Total	375	100%

Fuente: investigación de campo

Elaborado por la autora

Gráfico 15: Frecuencia de consumo



Análisis

En relación a la frecuencia del grupo que si consume el producto, casi un 50% dice consumirlo diariamente, un porcentaje importante dice consumirlo semanalmente (se puede deducir que los fines de semana).

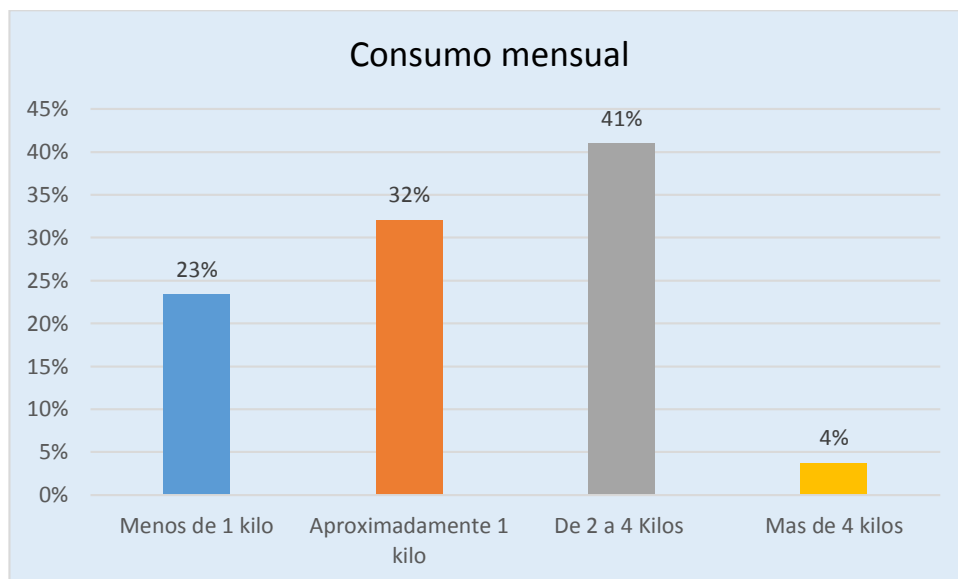
4. ¿Qué cantidad de granola se consume en su hogar mensualmente?

Tabla 20: Cantidad consumida

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 kilo	86	23%
Aproximadamente 1 kilo	120	32%
De 2 a 4 Kilos	153	41%
Más de 4 kilos	15	4%
Total	375	100%

Fuente: investigación de campo
Elaborado por la autora

Gráfico 16: Cantidad consumida



Análisis

Algo más del 50% de los hogares encuestados consume 1 kilo de granola mensualmente, resalta un pequeño porcentaje que adquiere más de cuatro kilos mensualmente, este es un importante mercado para el proyecto.

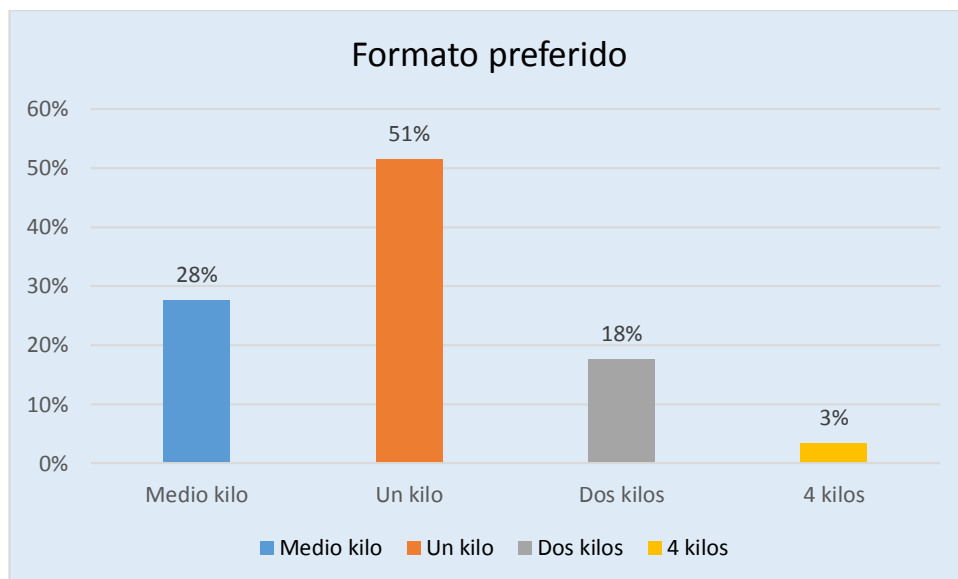
5. ¿Cuál es la presentación preferida a la hora de adquirir el producto?

Tabla 21: Presentación preferida

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Medio kilo	105	28%
Un kilo	191	51%
Dos kilos	66	18%
4 kilos	13	3%
Total	375	100%

Fuente: investigación de campo
Elaborado por la autora

Gráfico 17: Presentación preferida



Análisis

El formato preferido por los hogares encuestados es el de 1 kilo, también tiene buena aceptación el de ½ kilo.

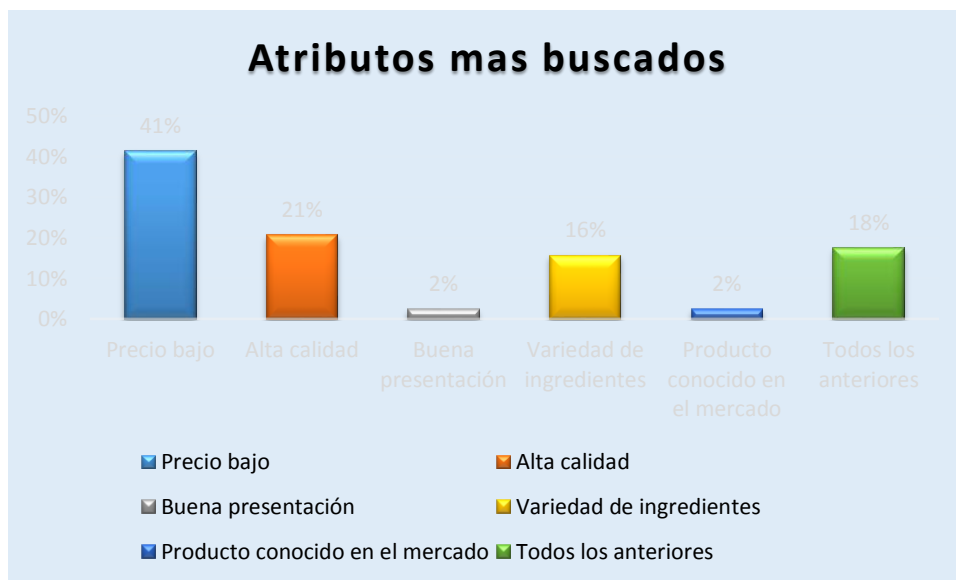
6. ¿Cuáles son las características que busca en el producto?

Tabla 22: Características buscadas

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Precio bajo	153	41%
Alta calidad	82	22%
Buena presentación	7	2%
Variedad de ingredientes	59	15%
Producto conocido en el mercado	9	2%
Todos los anteriores	66	17%
Total	375	100%

Fuente: investigación de campo
Elaborado por la autora

Gráfico 18: Características buscadas



Análisis

En relación a los atributos más buscados en el producto se encuentran el precio bajo, la calidad y la variedad de ingredientes, curiosamente, la publicidad, es decir, el posicionamiento que tienen algunas marcas en el mercado no es importante.

7. En relación al precio, ¿Influye mucho en su decisión de compra?

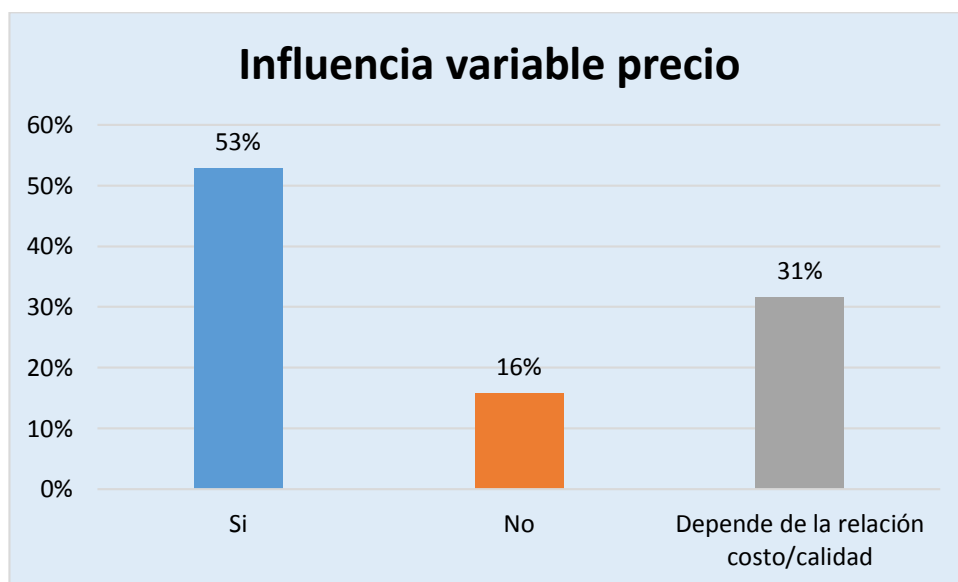
Tabla 23: Influencia de la variable precio

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	199	53%
No	60	16%
Depende de la relación costo/calidad	116	31%
Total	375	100%

Fuente: investigación de campo

Elaborado por la autora

Gráfico 19: Influencia de la variable precio



Análisis

El precio, de acuerdo a las respuestas para esta pregunta tiene la mayor importancia a la hora de tomar la decisión de compra, también es importante la relación costo/calidad del producto.

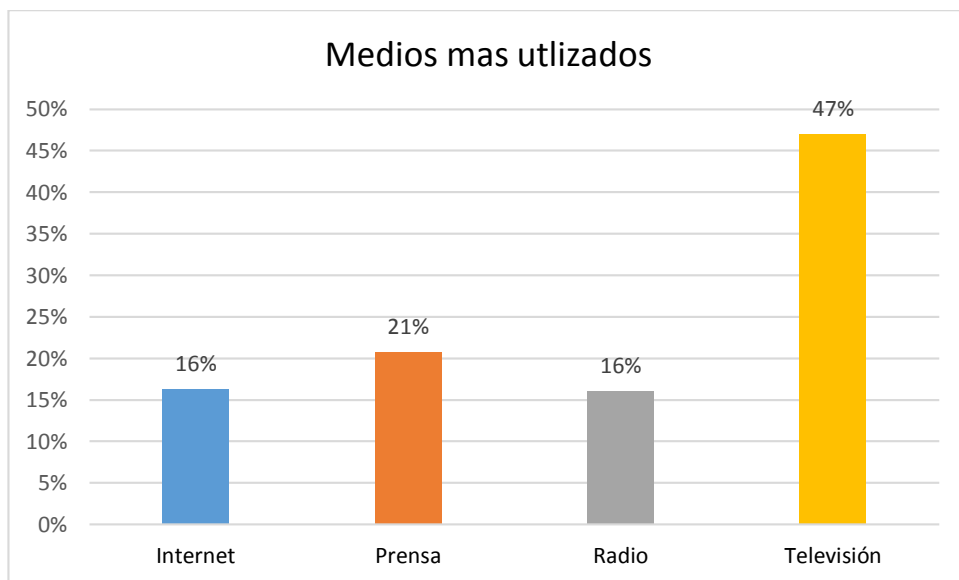
8. ¿Cuál es medio de publicidad que utiliza más para mantenerse informado?

Tabla 24: Medios publicitarios

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Internet	60	16%
Prensa	79	21%
Radio	60	16%
Televisión	176	47%
Total	375	100%

Fuente: investigación de campo
Elaborado por la autora

Gráfico 20: Medios publicitarios



Análisis

El medio más utilizado para informarse, de acuerdo a las personas encuestadas es la televisión, sin embargo, aparece como una alternativa interesante el internet o medios electrónicos, esta es una opción válida dado el costo por mil de cada anuncio.

Encuesta realizada a comerciantes y productores de granola del cantón Ibarra

- Tasa de consumo
- Tipo de presentación
- Características buscadas
- Cantidad ofertada
- Presentación
- Calidad
- Principales oferentes

1. ¿Comercializa granola?

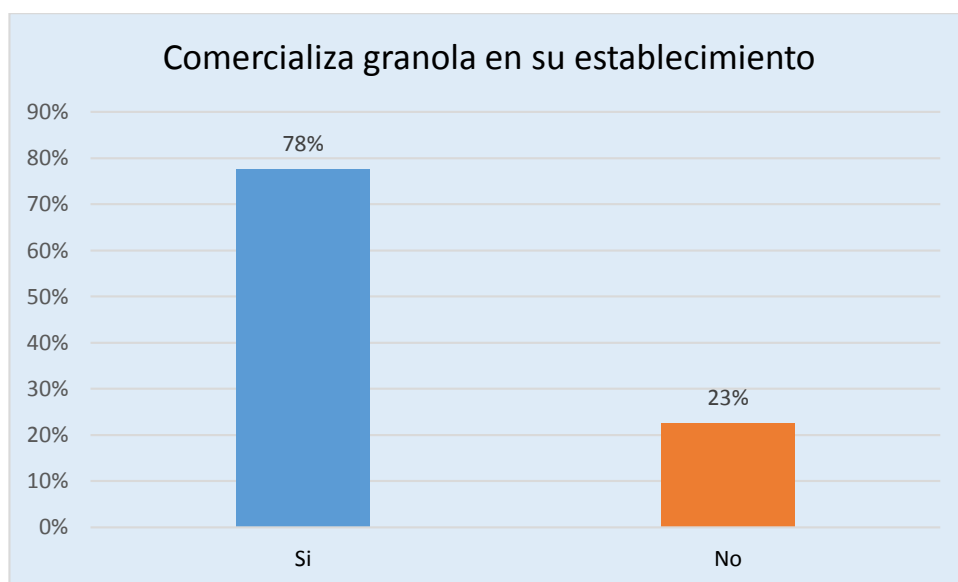
Tabla 25: Comercialización del producto

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	62	78%
No	18	23%
Total	80	100%

Fuente: investigación de campo

Elaborado por la autora

Gráfico 21: Comercialización del producto



Análisis

La mayor parte de los encuestados comercializa el producto en sus establecimientos, lo que implica que existe oferta para cubrir la demanda.

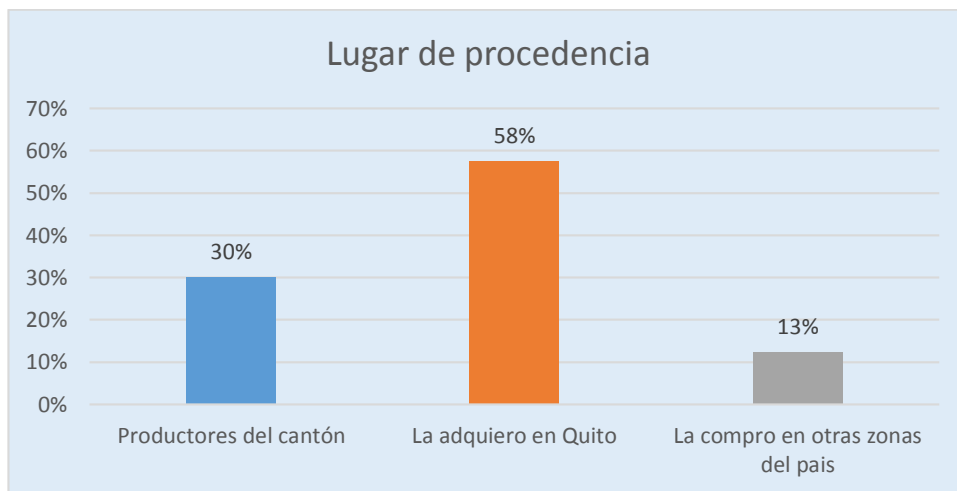
2. ¿Dónde adquiere el producto?

Tabla 26: Lugar de procedencia

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Productores del cantón	24	30%
La adquiero en Quito	46	58%
La compro en otras zonas del país	10	13%
Total	80	100%

Fuente: investigación de campo
Elaborado por la autora

Gráfico 22: Lugar de procedencia



Análisis

La principal procedencia de la granola comercializada en el cantón de Ibarra es la ciudad de Quito la que puede ser importada de otros países o de producción nacional, otra alternativa para los comerciantes es adquirirla directamente en el cantón, este caso, es solo de producción nacional lo que abre la posibilidad de desarrollar la industria local y se acerca a los objetivos del proyecto, solo un pequeño porcentaje adquiere el producto en otras zonas del país.

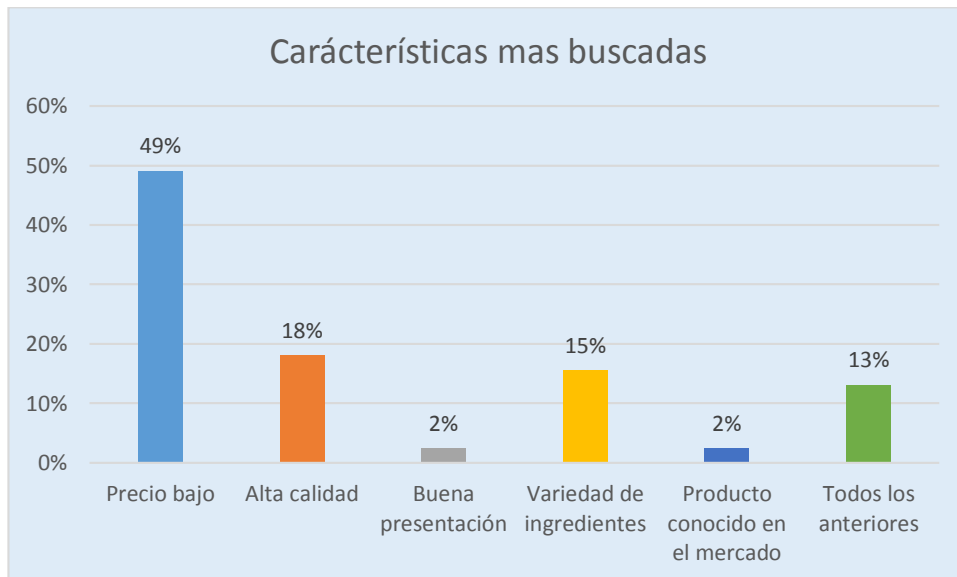
3. ¿Cuáles son las características más buscadas por el consumidor?

Tabla 27: Características buscadas

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Precio bajo	39	49%
Alta calidad	14	18%
Buena presentación	2	2%
Variedad de ingredientes	12	15%
Producto conocido en el mercado	2	2%
Todos los anteriores	11	13%
Total	80	100%

Fuente: investigación de campo
Elaborado por la autora

Gráfico 23: Características buscadas



Análisis

Al igual que con las respuestas de los consumidores, los comerciantes son mayoritariamente de la opinión de que la variable precio es la más importante para el consumidor seguido de la calidad pero a gran distancia.

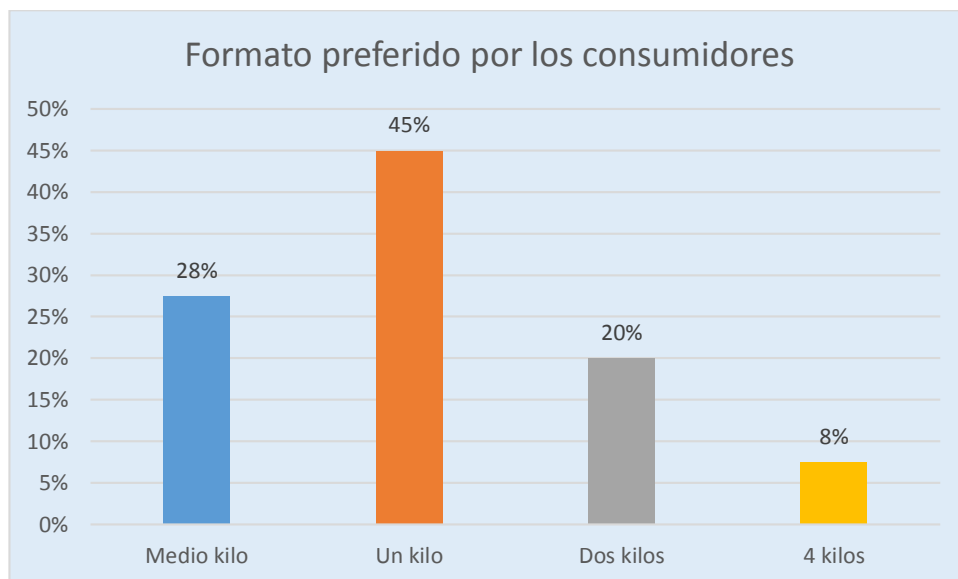
4. ¿Cuál es el formato preferido por sus clientes?

Tabla 28: Formato preferido

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Medio kilo	12	28%
Un kilo	56	45%
Dos kilos	9	20%
4 kilos	3	8%
Total	80	100%

Fuente: investigación de campo
Elaborado por la autora

Gráfico 24: Formato preferido



Análisis

De acuerdo a las respuestas de los comerciantes encuestados, el formato preferido por sus clientes es de 1 kilo, la opción “medio kilo” también es aceptada pero en mucho menor porcentaje.

5. ¿Cuál es el tipo de envase preferido por sus clientes?

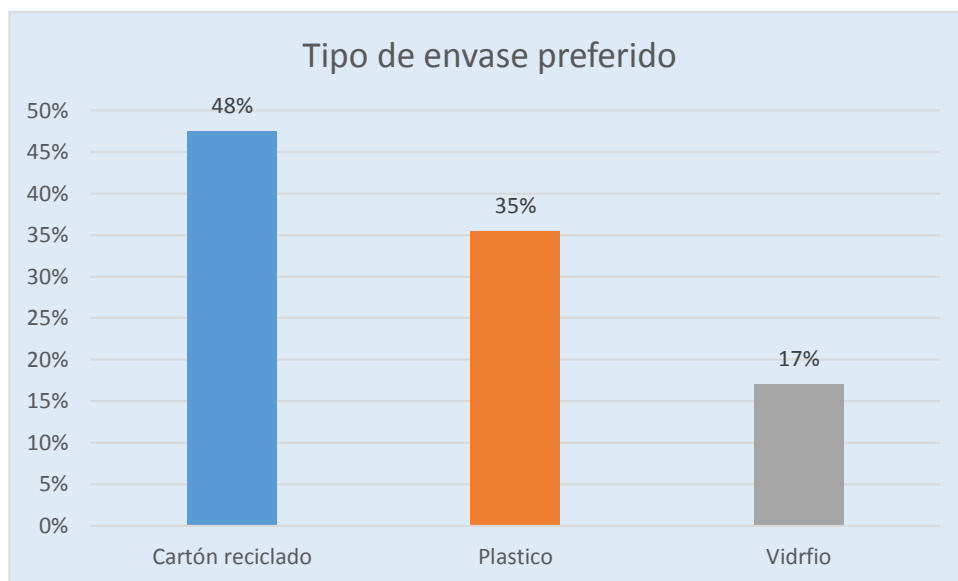
Tabla 29: Tipo de envase

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Cartón reciclado	38	48%
Plástico	28	35%
Vidrio	14	17%
Total	80	100%

Fuente: investigación de campo

Elaborado por la autora

Gráfico 25: Tipo de envase



Análisis

El material preferido por los consumidores del alimento es el cartón reciclado lo que de alguna manera muestra una conciencia ecológica de estas personas, el plástico ocupa el segundo lugar en las preferencias y es escogido por su comodidad, en último término se encuentra el envase de vidrio ya que aumenta el peso y costo del producto.

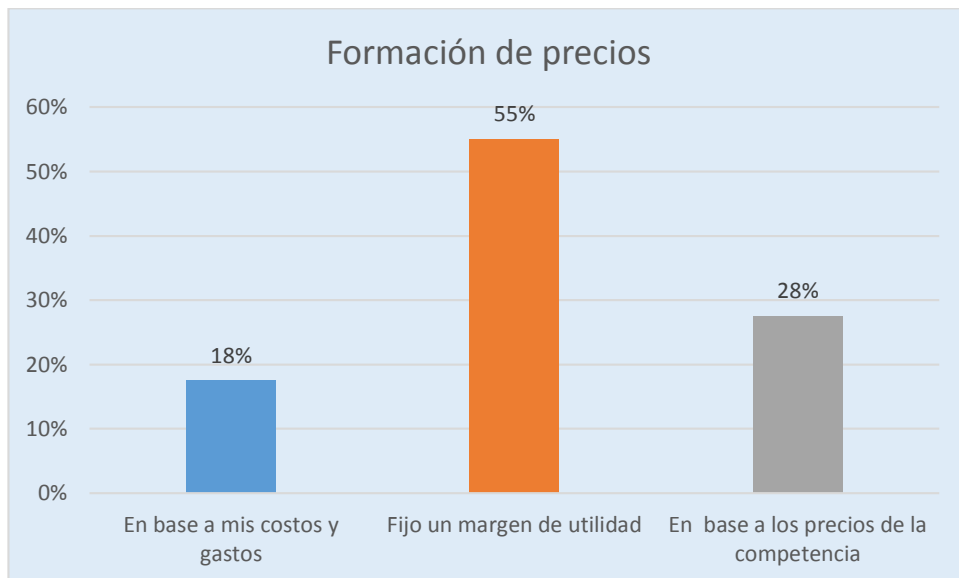
6. ¿Cómo fija el precio de venta al público?

Tabla 30: Mecanismo de formación de precios

Opción	Frecuencia	Porcentaje
En base a mis costos y gastos	14	18%
Fijo un margen de utilidad	44	55%
En base a los precios de la competencia	22	28%
Total	80	100%

Fuente: investigación de campo
Elaborado por la autora

Gráfico 26: Mecanismo de formación de precios



Análisis

De acuerdo a estas respuestas, existe gran diversidad de precios en el cantón por el producto y esto obedece a que la mayoría de los encuestados fijan su precio de venta en base un margen de utilidad definido personalmente.

7. ¿En cuánto vende el producto (por kilo)?

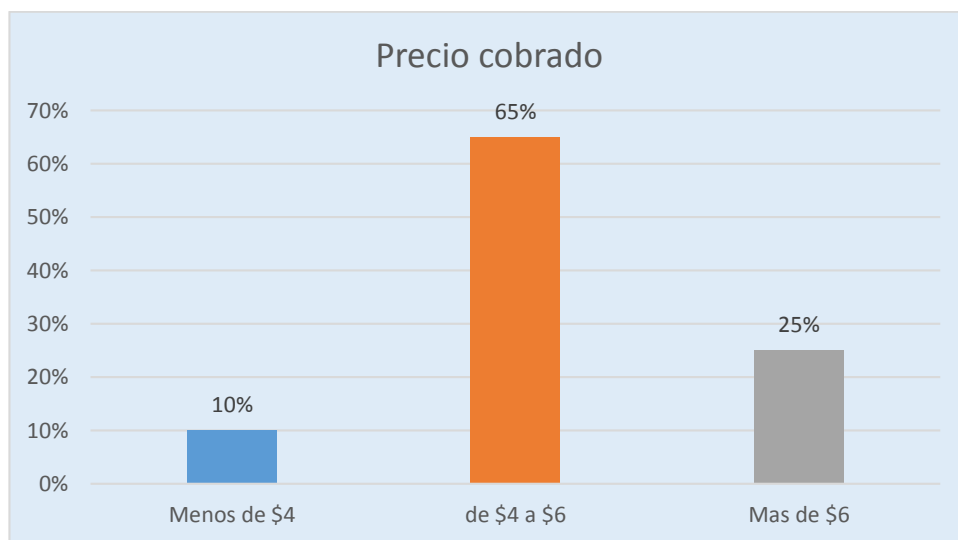
Tabla 31: Precio de venta

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$4	8	10%
de \$4 a \$6	52	65%
Más de \$6	20	25%
Total	80	100%

Fuente: investigación de campo

Elaborado por la autora

Gráfico 27: Precio de venta



Análisis

La mayor parte de los comerciantes cobran entre \$4 y \$6 dólares el kilo de producto, sin embargo, esto depende de la procedencia del producto ya que influyen variables tales como costo del flete, tratados comerciales con algunos países.

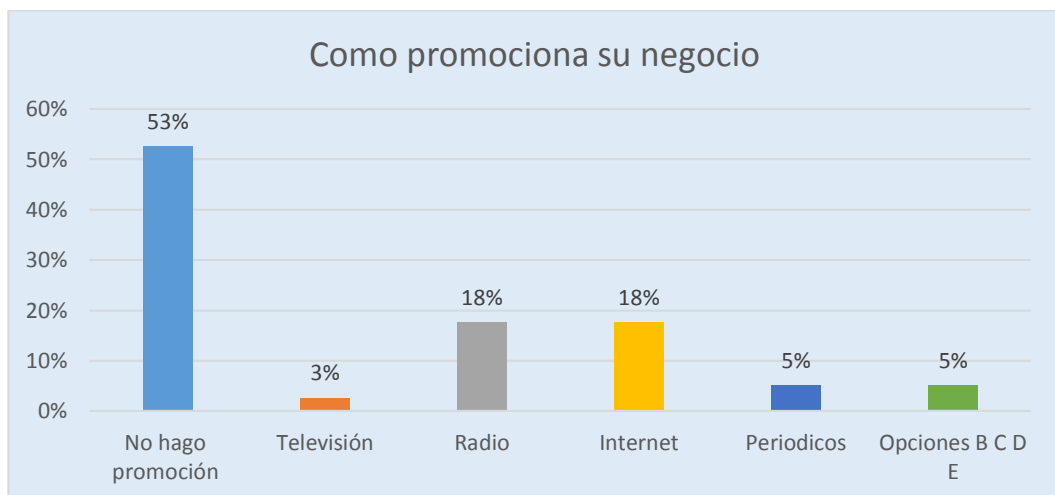
8. ¿Cómo promociona su negocio?

Tabla 32: Promoción

Opción	Frecuencia	Porcentaje
No hago promoción	42	53%
Televisión	2	3%
Radio	14	18%
Internet	14	18%
Periódicos	4	5%
Opciones B C D E	4	5%
Total	80	100%

Fuente: investigación de campo
Elaborado por la autora

Gráfico 28: Promoción



Análisis

Son pocos los comerciantes encuestados que realizan publicidad para dar a conocer su negocio en el mercado, solo las empresas más grandes lo hacen, esto representa una oportunidad al proyecto puesto que se puede aprovechar esta debilidad de la competencia y captar una cuota de mercado importante absorbiendo la de la competencia.

3.5 MERCADO META

El mercado meta del proyecto se hizo relación con aquellas familias residentes en el área urbana de la ciudad de Ibarra y cuyos integrantes tienen edades comprendidas entre los 2 y 70 años de edad, es decir que están en condiciones físicas de consumir el alimento y desean hacerlo.

3.6 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Se segmentó el mercado considerando cuatro variables básicas:

a. Geográficas, dentro de éstas se consideran los siguientes puntos:

- Región o país
- Provincia o región del país
- Tamaño de la ciudad
- Densidad

b. Demográficas:

- Edad
- Sexo

c. Psicográficas

- Clase social
- Estilo de vida
- Personalidad

d. Conductuales

- Ocasionales
- Beneficios
- Tasa de uso
- Factor de mercadotecnia

Basándose en la clasificación anterior, la segmentación de mercado del presente proyecto será la siguiente:

a. Geográfica:

- País: Ecuador
- Provincia: Imbabura
- Cantón Ibarra
- Sector urbano

b. Demográfica

- Edad: Entre los 2 y 75 años de edad
- Sexo: Hombre/Mujer

c. Variable Psicográficas

El producto se orienta a personas que cuidan su alimentación ingiriendo productos sanos y naturales y a padres que desean dar una buena alimentación a sus hijos, desde ese punto de vista son personas que están sobre la línea de pobreza ya que el producto es básicamente un complemento alimenticio.

d. Variable conductual

Es quizás la variable más importante para segmentar el mercado, la persona que toma la decisión de compra en su hogar adquiere el o los productos pensando en el bienestar de su familia, lo hace periódicamente, esto es, varias veces en un periodo determinado, el proceso de compra se inicia cuando existe la necesidad latente, para la compra el consumidor no realiza una investigación exhaustiva, el factor publicidad y la variable precio son fundamentales a la hora de tomar la decisión de compra.

3.7 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

3.7.1 FACTORES QUE LA AFECTAN

Los factores que afectan la demanda de granola son los siguientes:

a. Ingresos de los consumidores

Factor determinante puesto que de esto depende la cantidad, calidad y frecuencia de compra.

b. Preferencias de los consumidores

La demanda se verá afectada por los gustos y preferencias de los consumidores del producto, en relación a variables tales como la marca, ingredientes, presentación, publicidad, lugar de compra.

c. Productos sustitutos

En este caso, otros alimentos que cumplen con el mismo fin.

3.7.2 COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

De acuerdo a la investigación de campo, del total hogares que puede acceder al producto en el cantón de Ibarra, un 43% consume permanentemente el producto y un 29% ocasionalmente (semanalmente), además, se obtuvo datos relativos a la cantidad y frecuencia de consumo, con esa información se puede efectuar el siguiente análisis:

Tabla 33: Comportamiento de la demanda

Concepto/periodo	2013	2014	2015	2016	2017
Población urbana (fuera de la línea de pobreza)	64.272	65.570	66.895	68.246	69.625
Total hogares	16.068	16.393	16.724	17.062	17.406
Porcentaje de hogares que consumen	71%	71%	71%	71%	71%
Total hogares que consumen	11.408	11.639	11.874	12.114	12.358
Consumo promedio por hogar	1,85	1,85	1,85	1,85	1,85
Total consumo en kilos anual	253.138	258.251	263.468	268.790	274.220

Elaborado por la autora

La tabla anterior muestra la demanda anual de granola expresada en kilos en el cantón de Ibarra, del total de hogares de la ciudad, un 71% consume granola con un consumo promedio de 1,85 kilos mensualmente, el número de hogares del cantón se obtiene de la división de la población total por 4 que es el número promedio de residentes.

El cálculo de consumo mensual de los hogares se efectuó mediante un promedio ponderado tomado de la pregunta n°4 de la investigación de campo:

Tabla 34: Consumo en kilos

Promedio de consumo en Kg.	Frecuencia	Consumo Kg.
Menos de 1 kilo	89	45
Aproximadamente 1 kilo	116	122
De 2 a 4 Kilos	156	468
Más de 4 kilos	14	70
Total	275	7000
Promedio ponderado en Kg.		1,85

Elaborado por la autora

3.7.3 PROYECCIÓN DE DEMANDA

Para proyectar la demanda, se utilizó la tasa de crecimiento de la población de la zona en intervención, de acuerdo al INEC, esta es de un 2,02% para el periodo 2010- 2020 y utilizando la siguiente fórmula:

$$D_n = D_0 * (1 + i)^n$$

Donde:

D_n = Demanda buscada para el año n (Variable independiente)

D_0 = Demanda año base (2012)

I = Tasa de proyección (2,02%, tasa de crecimiento poblacional para el cantón de Ibarra)

N = Año buscado

Tabla 35: Proyección de consumo

Concepto/periodo	2013	2014	2015	2016	2017
Demanda año base (2012)	253.138	258.251	263.468	268.790	274.220
Tasa de crecimiento	2,02%	2,02%	2,02%	2,02%	2,02%
Factor de proyección	1,0202	1,0404	1,0606	1,0808	1,105
Proyección demanda	258.251	268.790	279.759	291.175	303.058

Elaborado por la autora

La tabla muestra la proyección de consumo de granola anual del cantón **expresada en kilos**, se utilizó el mismo método de cálculo del número de hogares y consumo promedio del alimento por familia que en el análisis histórico de la demanda.

3.8 ANÁLISIS DE LA OFERTA

3.8.1 FACTORES QUE LA AFECTAN

Los factores que afectan la oferta de este tipo de alimentos son:

- Precio Insumos: Si los insumos que utiliza la empresa para la elaboración de los productos es bajo se podrá ofertar más y viceversa.
- Bienes Alternativos: Otros bienes que puede producir una empresa utilizando los mismos insumos que usa para la producción de sus bienes.
- Tecnología: A mayor tecnología, mayor ahorro de costos, y por ende, mayor oferta.
- Precio Esperado: La expectativa de un alza futura en el precio del producto bien desplaza la curva de la oferta hacia la izquierda y sucede lo contrario con la expectativa de una baja futura.

3.8.2 COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA

De acuerdo a la investigación de campo efectuada, en el cantón de Ibarra existen tres productores de granola, de estas, dos venden toda su producción al programa gubernamental “ALIMÉNTATE ECUADOR” en la ciudad de Quito por lo que ese producto no llega al comercio local, el tercer productor vende su producción localmente de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 36: Comportamiento histórico de la oferta

Producción/periodo	2008	2009	2010	2011	2012
Producción (kilos)	51.951	62.082	74.188	88.654	105.942

Fuente: investigación de campo

Elaborado por la autora

Se aprecia un alza constante en la oferta del alimento en la zona en evaluación.

3.8.3 PROYECCIÓN DE OFERTA

Para proyectar la oferta se utilizó la siguiente fórmula:

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

Dònde:

O_n = Oferta proyectada.

O_o = Oferta determinada en la investigación, 2012 año base, 105.942kilos

i = Tasa de Crecimiento.

n = Año Proyectado.

Se utilizó la tasa de crecimiento poblacional del cantón (2,02%) como factor de proyección.

De esta forma se obtiene:

Tabla 37: Proyección de oferta

Producción/periodo	2013	2014	2015	2016	2017
Tasa de crecimiento	2,02%	2,02%	2,02%	2,02%	2,02%
Factor de crecimiento	1,0202	1,0404	1,0606	1,0808	1,105
Oferta base	105.942,09	105.942,09	105.942,09	105.942,09	105.942,09
Proyección oferta	108.082	110.265	112.493	114.765	117.083

Elaborado por la autora

3.9 DEMANDA INSATISFECHA

Definida como la diferencia entre demanda y oferta, se estimó la siguiente situación:

Tabla 38: Demanda insatisfecha

Concepto/periodo	2013	2014	2015	2016	2017
Proyección demanda	258.251	268.790	279.759	291.175	303.058
Proyección oferta	108.082	110.265	112.493	114.765	117.083
Demanda insatisfecha	150.169	158.525	167.266	176.410	185.974
Mercado objetivo	30.034	31.705	33.453	35.282	37.195

Elaborado por la autora

Se aprecia un lento pero sostenido incremento en la demanda insatisfecha producto básicamente de por el crecimiento poblacional del cantón

3.10 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Para analizar la competencia se evaluó a las empresas que comercializan el producto “Granola” en el cantón de Ibarra, de acuerdo a la investigación de campo, son unos 100 negocios que venden este y otros productos todos insertos en el mercado de la alimentación, de los negocios investigados, un 95% corresponde a micro empresas y el resto a grandes supermercados tales como:

- Supermaxi
- Gran Aki
- Aki
- Tía
- Ofertón

Todas las empresas investigadas se encuentran en el casco urbano de la ciudad, es decir están bastante concentradas en una pequeña superficie geográfica, sus clientes son todos los residentes del cantón de Ibarra que adquieren alimentos para sí o sus familias.

De la investigación de campo realizada se pudo comprobar que no existen empresas que solo vendan granola, es decir, totalmente especializados en el producto.

En relación a su forma de distribución, solo existe en el cantón una empresa productora del producto, la que distribuye sus productos a través de pequeñas micro empresas, es decir, la cadena comercial es corta, en relación a los supermercados, estos compran fuera de la provincia.

Normalmente, la competencia no invierte esfuerzos en publicidad.

En resumen, se trata de un mercado de competencia imperfecta, ya que no existe plena información de los consumidores sobre la situación de todos los oferentes, en relación a la fijación del precio, al ser este un bien normal, esto es, a mayor precio menor demanda y viceversa (Elasticidad precio demanda mayor a 0) esta variable es fijada considerando los costos y gastos de las empresas oferentes sumándole un margen adecuado de utilidad el cual no es muy grande por lo explicado anteriormente.

3.11 PROYECCIONES DE PRECIOS

El análisis de precios se basó en la investigación de campo efectuada, esta demostró la existencia de las siguientes variables que influyen en el mecanismo de formación de los mismos:

- Calidad
- Procedencia
- Mecanismos de formación
- Gustos y preferencias del consumidor

En relación a la calidad, el precio se ve afectado por la variedad de ingredientes y calidad que contiene el producto, la procedencia es otro factor importante dado algunos costos directos involucrados tales como distancia al cantón lo que influye en el precio del flete, si el producto es importante, la existencia o no de tratados comerciales es importante por el nivel de aranceles cobrados, el mecanismo de formación influye directamente ya que el comerciante decide en que basa su precio de venta: competencia, costos y gastos o decide poner un margen fijo independiente de las dos variables anteriores, los gustos y preferencias del consumidor influyen en la demanda que pueda tener la granola de determinadas características.

Sin embargo para establecer un precio competitivo de venta, se recomienda usar la siguiente ecuación:

$$PV = Cu * (1+mg)$$

En donde:

PV = Precio de venta o valor del producto.

CU = Costos Unitarios.

Mg = Margen de ganancias sobre los costos.

En relación al precio cobrado por los comerciantes del rubro, estos oscilan actualmente entre los \$4 y \$6 el kilo y esta variación obedece a los factores analizados anteriormente, por lo tanto, el producto deberá ser ofertado en ese rango de precios para ser competitivo en el mercado considerando que de acuerdo a la investigación de campo es una variable decidora a la hora de tomar la decisión de compra.

El proyecto considerará un precio intermedio entre los ofertados en el cantón para el producto, además, este se incrementará de acuerdo al promedio de la inflación del país de los últimos 5 años de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 39: Promedio de inflación

Año	Inflación
2008	8,83%
2009	4,31%
2010	3,33%
2011	5,41%
2012	4,16%
Suma	26,04%
Promedio	5,21%
1,0521	

Fuente: Banco Central de Ecuador

De acuerdo a lo anterior, la proyección estimada del precio de venta será la siguiente:

Tabla 40: Proyección de precios

Concepto/periodo	2013	2014	2015	2016	2017
Precio	5,00	5,26	5,53	5,82	6,13

Elaborado por la autora

Los precios de la tabla anterior son precios al consumidor final, para venta a minoristas se debe considerar un descuento de entre el 8 a 10%, las ventas son al contado, pero se otorga crédito en base a tarjeta de crédito,

es decir, la empresa no corre riesgos, estos los asume la institución financiera emisora.

3.12 MIX DE MARKETING

3.12.1 ESTRATEGIAS DE PLAZA

La infraestructura de la empresa se ubicará en el sector de Yuyucocha, cantón Ibarra, provincia de Imbabura, el cual será el mercado objetivo del proyecto, este está compuesto por aproximadamente 16.068,00 hogares que según la investigación de campo son consumidores del producto.

No existirán canales de distribución, es decir, se implementará la distribución directa al consumidor la que no incluye intermediarios o canales ajenos, en otras palabras se utilizará una estrategia de distribución exclusiva la que supone reservar toda la zona del cantón de Ibarra para un punto de venta.

3.12.2 ESTRATEGIAS DE PRODUCTO

El producto dice relación con granola elaborada básicamente a base de banano, coco, soya y miel de abeja sin desconocer ingredientes básicos como la avena, las nueces, almendras y otros.

En principio se optará por un envase elaborado en cartón reciclado de 1 kilo para satisfacer las preferencias de los consumidores analizadas en la investigación de campo (preguntas n°5 y 6).

Las estrategias que se utilizarán en esta variable de la mezcla comercial serán:

- Incluir nuevos atributos al producto, variedad de presentaciones, sobre todo formatos pequeños para niños o para satisfacer las necesidades por el alimento de un solo día por persona.
- Incluir productos suplementarios al principal, leche, yogurt, etc. Dentro del envase.
- Lanzar una nueva marca (sin necesidad de sacar del mercado la que ya tenemos), diferenciando por calidad y por lo tanto por precio, esta nueva marca estará a otro tipo de mercado, (colegios, empresas)..
- Incluir nuevos servicios adicionales que les brinden al cliente un mayor disfrute del producto, preparaciones considerando necesidades individuales.

3.12.3 ESTRATEGIA DE PRECIO

Definiendo esta variable como el valor monetario que le asigna a nuestros productos al momento de ofrecerlos a los consumidores, se implementarán las siguientes estrategias:

- Lanzar al mercado nuestro producto con un precio bajo, para que, de ese modo, se pueda lograr una rápida penetración y una rápida acogida.
- La empresa no otorga crédito, este se puede obtener mediante el uso de tarjetas de crédito.
- Posicionada la marca, se lanzará al mercado un nuevo producto (variedad del producto original) con un precio más alto, para que, de ese modo, se puedan aprovechar las compras hechas como producto de la novedad.
- Lanzar al mercado una nueva variedad del producto original con un precio más alto, para que, de ese modo, crear una sensación de calidad.

3.12.4 ESTRATEGIAS DE PROMOCION

Para dar a conocer la existencia de la empresa en el mercado y persuadir, estimular, motivar e inducir a la compra y consumo permanente, se aplicarán las siguientes estrategias:

- Crear nuevas ofertas tales que permitan adquirir un segundo producto a mitad de precio por la compra del primero.
- Ofrecer descuentos por cantidad o descuentos por temporadas.
- Crear boletines tradicionales o electrónicos.
- Participar en ferias orientadas al fomento de alimentos sanos
- Poner puestos de degustación en lugares de gran afluencia de público
- Colocar anuncios publicitarios en vehículos de la empresa, o en vehículos de transporte público.

En todo caso, en un principio, y para dar a conocer el producto al mercado, se optará por utilizar los canales publicitarios más vistos en el cantón, en principio, la televisión es el medio más visto (de acuerdo a la investigación de campo, pregunta n°8 de la encuesta a consumidores), sin embargo, los medios electrónicos comienzan a estar presentes en la mente del consumidor permitiendo llegar en forma mucho más directa y a un costo menor, la alternativa se considera entonces válida y a la hora de realizar estudios de estrategias publicitarias deberá ser considerado el internet como la alternativa más rentable.

La imagen institucional que se utilizará a fin de logra un posicionamiento simbólico de la empresa (lograr una imagen propia) es el siguiente:

Ilustración 2: Imagen institucional



Elaborado por la autora

3.13 CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO

- Un 43% de la muestra de la población encuestada consume regularmente el producto.
- El producto es consumido por todos los habitantes del núcleo familiar
- El 43% de las personas que consumen el alimento lo hacen diariamente
- En promedio, los hogares que consumen el producto compran entre 2 a 4 kilos mensualmente
- El formato preferido por el 51% de las familias es el de 1 kilogramo.
- Las características más buscadas por los consumidores del alimento es la relación precio/calidad.
- La televisión sigue siendo el medio de comunicación masivo más utilizado por los consumidores para conocer de la existencia de nuevas iniciativas,

la publicidad electrónica sin embargo se está abriendo paso rápidamente alcanzando ya un 16% de las preferencias

- El 78% de las empresas del ramo encuestadas comercializan el alimento
- La principal zona proveedora a los comerciantes del ramo del cantón de Ibarra es Quito, con un 58% de las preferencias
- Los comerciantes del alimento coinciden con la opinión de los consumidores en el sentido que la característica más buscada es la relación precio/calidad.
- Mayoritariamente, el precio de venta del producto fijado por los comerciantes del ramo es en base a sus costos y gastos.
- Se aprecia una alta conciencia ecológica en los consumidores del producto al preferir envases de cartón reciclado para contener el alimento.
- El 53% de los comerciantes del ramo no realizan ningún tipo de esfuerzo publicitario para promocionar su negocio.

CAPÍTULO IV

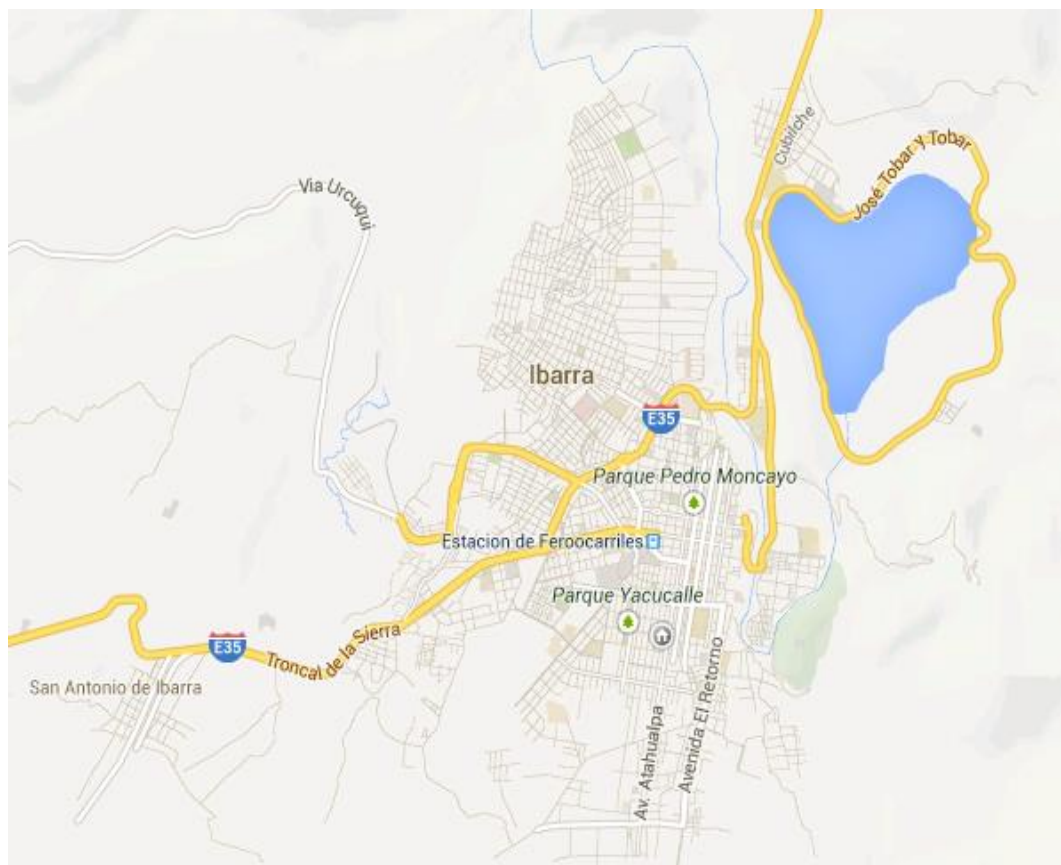
ESTUDIO TÉCNICO

4.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.1.1 MACRO LOCALIZACIÓN

El proyecto se ubicará en la región Sierra Norte, provincia de Imbabura, cantón Ibarra, la ciudad está ubicada a 115 Km. al noroeste de Quito a 125 Km, al sur de la ciudad de Tulcán, con una altitud de 2.225 m.s.n.m. Posee un clima seco templado y agradable, y una temperatura promedio de 18°C. (<http://www.ibarra.gob.ec/>)

Ilustración 3: Macro localización



Fuente: Google Maps, 2013

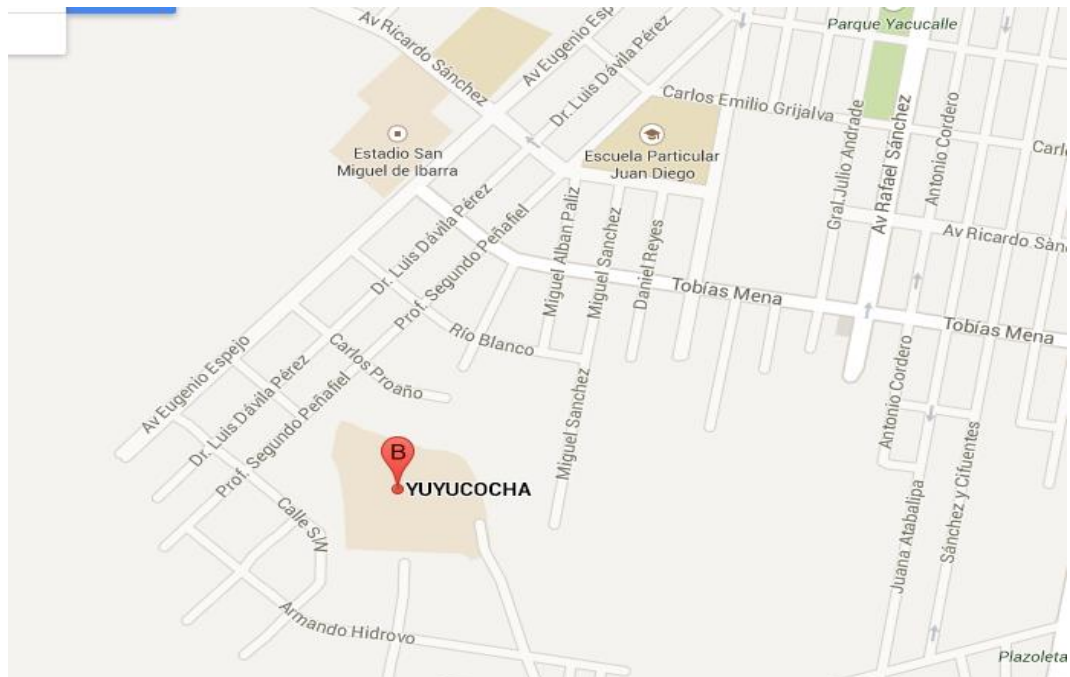
4.1.2 VIAS DE ACCESO

Al ser la ciudad de Ibarra capital provincial de Imbabura, se cuenta con excelentes vías de acceso, desde el sur de la ciudad, lugar donde se ubica el proyecto se puede acceder por la carretera de primer orden E35, que al ingresar a la ciudad se transforma en la Avenida Mariano Acosta, antes de ingresar al centro de la ciudad se puede tomar la Avenida Heliodoro Ayala hasta la Avenida Eugenio Espejo que es la ruta de acceso al sector de Yuyucocha, como se aprecia, son todos caminos de primer orden lo que asegura facilidad de acceso tanto a clientes como proveedores.

4.1.3 MICRO LOCALIZACIÓN

El proyecto se ubicará en calles Av. Eugenio Espejo y Carlos Proaño de acuerdo a la siguiente ilustración:

Ilustración 4: Micro localización



Fuente: Google Maps, 2013

4.1.4 FACTORES DETERMINANTES DE LA MICRO LOCALIZACIÓN

Para determinar la micro localización se analizaron las siguientes variables:

a. Talento humano.

La micro localización, en un sector densamente poblado del cantón, asegura contar con el talento humano operativo necesario y desde el punto de vista de personal con preparación profesional en materias tales como administrativa, contable, técnicos en alimentación, la zona cuenta con distintas universidades que pueden proveer de las personas adecuadas.

b. Cercanía al mercado

La ciudad de Ibarra es pequeña en superficie, lo que implica un mercado altamente concentrado facilitando el acceso a los consumidores, desde otro punto de vista, las labores de distribución del alimento se ven facilitadas por el factor explicado anteriormente.

c. Acceso a servicios básicos, vías de acceso, comunicaciones

La ciudad de Ibarra es un lugar moderno, capital provincial, eje de desarrollo de la región norte del país, debido a esto cuenta con todos los servicios básicos y de comunicación necesarias para la ejecución del proyecto, en relación al estado de las rutas de acceso, son vías de primer nivel.

4.2 UBICACIÓN DE LA PLANTA

4.2.1 ETAPA DE PREOPERACIÓN

La adecuada ubicación de la micro localización, es un aspecto fundamental que puede definir el éxito o fracaso de la iniciativa, es tan importante para su éxito posterior. Los factores considerados en este aspecto fueron:

Factores primarios:

- Disponibilidad de materias primas
- Disponibilidad de servicios generales (agua, energía, combustible, etc.)
- Disponibilidad de transportes
- Disponibilidad de mercados
- Disponibilidad de mano de obra

Factores específicos:

- Legislación y normas públicas vigentes

En relación a los factores primarios se evaluó:

Disponibilidad de Materia Prima.

- Principales fuentes de abastecimiento - Distancia.

Zonas de consumo o Mercados.

- Distancia - Disponibilidad y costo de diversos medios de transporte.
- Potencialidad relativa del transporte
- Crecimiento o disminución del Mercado.
- Competencia - Presente y futura.

Disponibilidad zonal de Mano de Obra.

- Influencia en la elección de la localización de la Planta.

En relación a los factores secundarios, no existe legislación que impida la ejecución del proyecto,

La siguiente tabla muestra la ponderación de cada variable para la elección de la ubicación:

Tabla 41: Matriz de ponderación de micro localización

Factores	Variable
Disponibilidad de materias prima	Fortaleza
Disponibilidad de servicios generales	Fortaleza
Disponibilidad de transporte	Fortaleza
Disponibilidad de mercados	Oportunidad
Disponibilidad de mano de obra	Fortaleza
Existencia de infraestructura	Fortaleza

Elaborado por la autora

De acuerdo a la matriz, no existen amenazas ni riesgos en la ubicación elegida.

4.2.2 DISEÑO DE INSTALACIONES

Representan las instalaciones físicas, que son los espacios necesarios en donde funcionará el área de producción y las oficinas administrativas.

Es importante indicar que va contener las diferentes áreas con que va estar formada la microempresa para lo cual a continuación se indica las instalaciones que contemplará el proyecto.

Área de producción

- Selección de la materia prima
- Pesado
- Tostado
- Pre cocción del plátano

Área administrativa

- Gerencia
- Contabilidad

Atención al cliente

Bodegas

Baños

Áreas verdes y parqueadero.

Edificios

En este punto se cuenta con el asesoría de un Ingeniero Civil, el mismo que nos brinda una sugerencia para la elaboración de los respectivos planos y distribución adecuada de las instalaciones, de acuerdo a los requerimientos; facilitando el plano y costos estimados de la obra.

Estructura

La estructura que tendrá la construcción civil del proyecto es de bloque basado en columnas localizadas de forma que permitan un soporte estructural adecuado, de acuerdo a las normas técnicas. Los materiales utilizados son: hierro y hormigón para columnas, vigas superiores, cadenas inferiores y superiores de acuerdo al diseño de la estructura.

Pisos

El piso será hormigón simple, con revestimiento de cerámica azulejada para su fácil limpieza y seguridad del personal con un declive del 1% para facilitar la eliminación de líquidos.

Paredes

Las paredes serán de bloque visto, revestidos con esmalte que de brillo.

Cubierta

La cubierta será de eternit doble, con vigas de acero con la finalidad de homogenizar la ventilación en los ambientes físicos.

Tabla 42: Distribución de la planta

Área	Cantidad m ²
Área de producción	140
Área de bodega	70
Área administrativa	50
Área de venta y atención al cliente	90
TOTAL	350

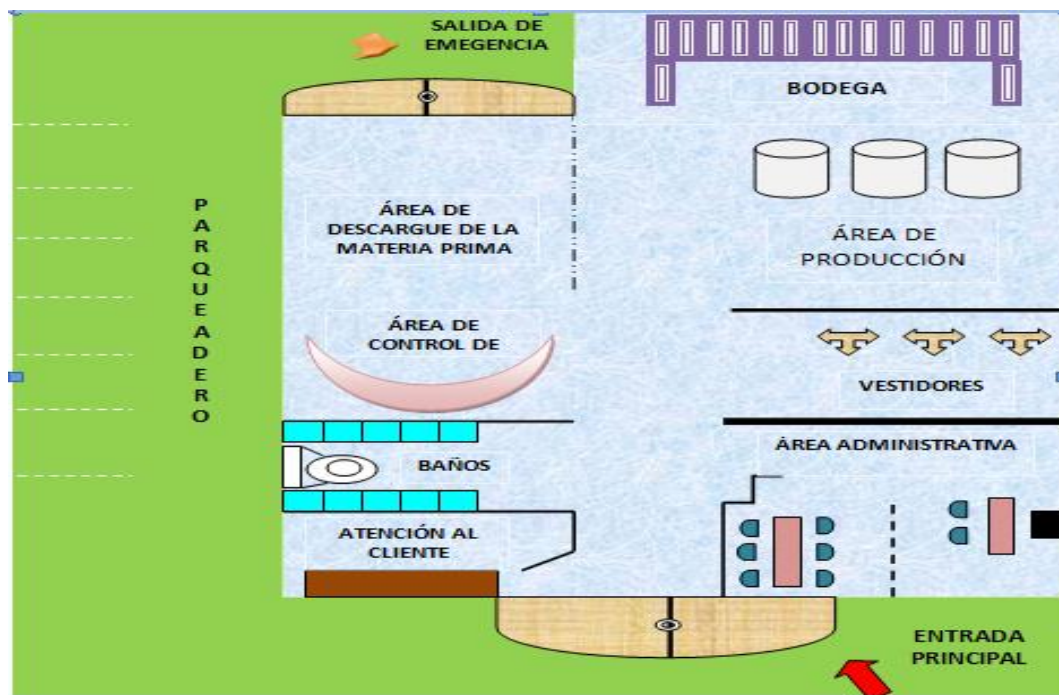
Elaborado por: Autora

4.2.3 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Para el perfecto funcionamiento de la microempresa que cuente con un producto de calidad se requiere contar con las siguientes áreas.

Para producir y comercializar el alimento está compuesta por un espacio de aproximadamente 350 Mts².

Ilustración 5: Plano de planta



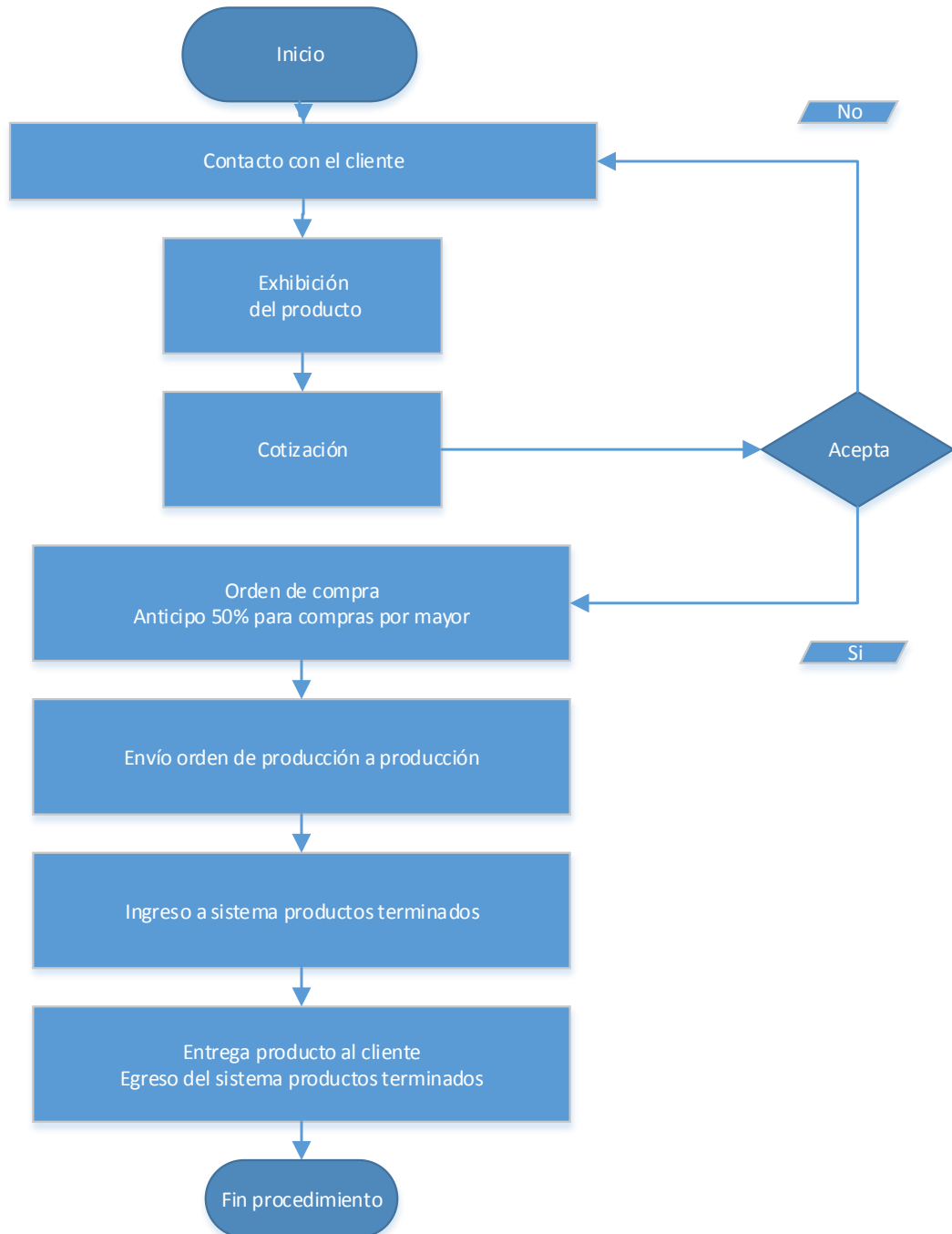
Elaborado por la autora

4.3 FLUJO GRAMA DE PROCESOS

Se definieron dos procesos primarios, comercial y de producción:

Proceso típico comercial:

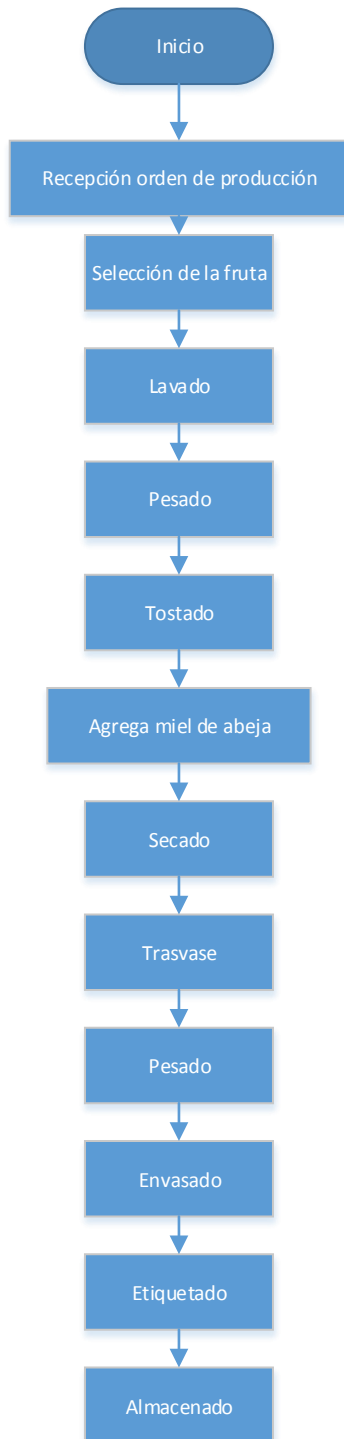
Ilustración 6: Flujo grama comercial



Elaborado por la autora

Proceso típico operaciones:

Ilustración 7: Proceso típico operacional



Elaborado por la autora

4.3.1 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

- Contacto con el cliente, realizado a través de medios publicitarios o directamente por la visita de este a las instalaciones de la empresa.
- Exhibición del producto, a cargo del vendedor, informándole de sus características tales como ingredientes y formatos de presentación,
- Cotización de acuerdo a los requerimientos del consumidor, en esta se incluye el precio de venta y las condiciones de pago,
- Orden de compra firmada por el cliente cuando acepta las condiciones, se le pide un 50% anticipo sobre la venta total aspecto financieramente necesaria para disminuir la necesidad de capital de trabajo.
- Orden de producción, la que se envía al departamento respectivo para su ejecución
- Ingreso al sistema contable el pedido y el anticipo dado por el cliente, una vez elaborado el producto se le entrega el cliente terminando esta forma el proceso de comercialización.

4.3.2 PROCESO DE PRODUCCIÓN

- Recepción de la orden de producción la que especifica las cantidades y plazos a producir.
- Selección de los ingredientes, de acuerdo a la orden de producción.
- Lavado de la fruta para asegurar la calidad de esta y su estado sanitario, en este proceso se realiza un control de calidad de los ingredientes.
- Pesado de los ingredientes, paso fundamental el que ayuda a determinar el costo de producción pues determina la merma una vez elaborado totalmente el alimento.
- Tostado, con este proceso se da la característica intrínseca a la granola, el proceso es llevado a cabo en el tostador en acero electro pulido adquirido para este efecto.
- Secado, lo que permite a los ingredientes unirse y facilitar su trasvase, el proceso se realiza en el horno industrial de turbo conversión.

- Trasvase, a la máquina pesadora que realiza los procesos de pesado final y envasado.
- Etiquetado de cada paquete lo que ayuda a identificar el lote, fecha de vencimiento, identificación de la empresa, propiedades alimenticias, composición y otros, exigidos por ley.
- Almacenamiento en las bodegas de la empresa antes de despachar a su destino.

4.4 PRESUPUESTO TÉCNICO

4.4.1 VALORIZACIÓN DE INVERSIONES

El siguiente es el detalle de las inversiones necesarias para poner en operación el proyecto:

Tabla 43: Detalle de inversiones operativas

Concepto	Cantidad	Precio	Total
Adecuación instalaciones			10,000.00
Horno industrial turbo conversión	1.00	6,900.00	6,900.00
Tostador en acero electro pulido	1.00	1,400.00	1,400.00
Sellador de fundas manual	1.00	69.00	69.00
Extractor de olores	1.00	800.00	800.00
Muebles de operación	3.00	200.00	600.00
Menaje de trabajo			100.00
Basureros industriales	2.00	50.00	100.00
Sub total			19,969.00
Otros			998.45
Total			20,967.45

Elaborado por: La Autora

Detalle de inventarios administrativos.

4.4.2 RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA Y A DIFERIRSE, EXISTE Y A REALIZARSE

El siguiente cuadro es el resumen de la inversión fija:

Tabla 44: Resumen inversión fija

Concepto	Cantidad	Precio	Total
Activo Fijo			
Adecuación instalaciones			10.000,00
Horno industrial turbo conversión	1,00	6.900,00	6.900,00
Tostador en acero electro pulido	1,00	1.400,00	1.400,00
Sellador de fundas manual	1,00	69,00	69,00
Extractor de olores	1,00	800,00	800,00
Muebles de operación	3,00	200,00	600,00
Menaje de trabajo			100,00
Basureros industriales	2,00	50,00	100,00
Escritorio Ejecutivo	3,00	150,00	450,00
Sillas ejecutivas	3,00	100,00	300,00
Equipos de oficina	3,00	900,00	2.700,00
Otros			1.170,95
Total activo fijo			24.589,95
Capital de trabajo			
Sueldos			11.332,05
Servicios básicos			585,00
Materia prima			18.771,16
Total capital de trabajo			30.688,21
Otras inversiones			
Gastos de constitución y puesta en marcha			2.000,00
Total inversiones			57.278,16

Elaborado por la autora

Todas estas inversiones deberán realizarse ya que no existen actualmente.

4.5 FINANCIAMIENTO

Para su operación, el proyecto requiere de \$ 57278.16, los cuales serán aportados de la siguiente manera:

Tabla 45: Financiamiento

Concepto	Monto	Porcentaje	Costo	Costo ponderado
Total inversión				
Aporte socios	28.639,08	50%	7%	3,50%
Deuda	28.639,08	50%	11,30%	5,65%
Inflación				5,21%
Total	57.278,16			14,36%

Elaborado por la autora

El financiamiento externo provendrá de instituciones financieras privadas a una tasa del 11,30% (de acuerdo a la publicación del Banco Central de Junio 2013, para proyectos de esta naturaleza), el aporte propio corresponde al 50% del total de la inversión, luego los dueños asumen la mitad del riesgo por lo tanto no debieran existir problemas para acceder al crédito.

4.6 TALENTO HUMANO

En relación al talento humano, el proyecto considera una reducida planta de colaboradores de acuerdo a las siguientes tablas:

Tabla 46: Necesidades de talento de humano

Cargo	Cantidad	Sueldo base
Administrador	1	\$800.00
Secretaria	1	\$400.00
Contador	Out sourcing	\$360.00
Vendedor	1	\$500.00
Jefe producción	1	\$600.00
Personal operativo	2	\$400.00

Elaborado por: La autora

4.7 TAMAÑO DEL PROYECTO

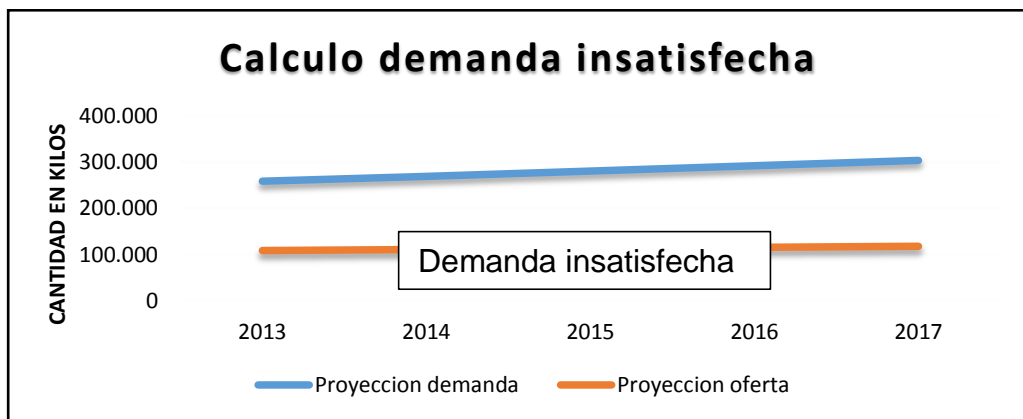
El tamaño del proyecto se emplea para medir la capacidad operacional y productiva de la empresa, se consideraron los siguientes aspectos:

El mercado

Se identificó como el factor más importante para determinar el tamaño del proyecto, esta variable permite definir la capacidad operativa que deberá tener la empresa para cubrir la demanda insatisfecha estimada.

Para evaluar la capacidad necesaria se recurrió a información recopilada del estudio de mercado en el cual se determinó la demanda insatisfecha existente en el mercado:

Tabla 47: Demanda insatisfecha



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Como puede apreciarse en el gráfico anterior, se proyecta una demanda insatisfecha constante en el tiempo, lo que implica que a medida que aumenta la población por su natural tasa de crecimiento (2,02% anualmente para el cantón de Ibarra), aumenta la demanda insatisfecha ya que la oferta crece, pero no lo suficiente como para cubrirla, esto implica que en el periodo estudiado, el negocio siempre tendrá consumidores para su producto. El proyecto solo contempla captar un 20% de la demanda insatisfecha de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 48: participación de mercado

Concepto/periodo	2013	2014	2015	2016	2017
Proyección demanda	258.251	268.790	279.759	291.175	303.058
Proyección oferta	108.082	110.265	112.493	114.765	117.083
Demanda insatisfecha	150.169	158.525	167.266	176.410	185.974
Participación mercado (20%)	30.034	31.705	33.453	35.282	37.195

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

4.7.1 RENDIMIENTOS APROXIMADOS

La capacidad del producto se mide por el número de unidades (fundas) que la maquinaria producirá, esto ayuda a tener en cuenta un promedio disponible de recursos económicos para comprar insumos y materia prima para la elaboración de granola.

La planta trabajará 8 horas diarias, los cinco días laborables a la semana durante todo el año, procesando 42.000,00kilos anuales, cantidad suficiente como para satisfacer la cuota de mercado a la cual aspira el proyecto.

Tabla 49: Capacidad de producción

Producto	Producción por día	Producción mensual	Producción anual
Granola	117,00	3.500,00	42.000,00

Elaborado por la autora

4.7.2 SEGUIMIENTO Y MONITOREO

Para el seguimiento y monitoreo del proceso productivo o control de este se han incluido las siguientes variables:

- Calidad de la fruta utilizada en el proceso
- Calidad del agua

- Calidad de la miel de abeja
- Identificación de residuos
- Cuantificación de la energía consumida en el proceso productivo
- Nivel promedio de producción mensual

Todas estas variables deberán ser controladas trimestralmente por el jefe de operaciones y administrador de la empresa para corregir desviaciones respecto de lo proyectado.

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

5.1.1 INVERSIÓN REQUERIDA

Para su ejecución el proyecto requerirá de la siguiente inversión:

Tabla 50: Inversión requerida

Concepto	Cantidad	Precio	Total
Activo Fijo			
Adecuación instalaciones			10.000,00
Horno industrial turbo conversión	1,00	6.900,00	6.900,00
Tostador en acero electro pulido	1,00	1.400,00	1.400,00
Sellador de fundas manual	1,00	69,00	69,00
Extractor de olores	1,00	800,00	800,00
Muebles de operación	3,00	200,00	600,00
Menaje de trabajo			100,00
Basureros industriales	2,00	50,00	100,00
Escritorio Ejecutivo	3,00	150,00	450,00
Sillas ejecutivas	3,00	100,00	300,00
Equipos de oficina	3,00	900,00	2.700,00
Otros			1.170,95
Total activo fijo			24.589,95
Capital de trabajo			
Sueldos			11.332,05
Servicios básicos			585,00
Materia prima			18.771,16
Total capital de trabajo			30.688,21
Otras inversiones			
Gastos de constitución y puesta en marcha			2.000,00
Total inversiones			57.278,16

Elaborado por la autora

Detalle de inversiones en activos administrativos

Tabla 51: Detalle de inversiones en activos administrativos

Concepto	Cantidad	Precio	Total
Escritorio Ejecutivo	3,00	150,00	450,00
Sillas ejecutivas	3,00	100,00	300,00
Equipos de oficina	3,00	900,00	2.700,00
Otros			172,50
Total			3.622,50

Elaborado por: La autora

Detalle en inversión activos de operativos

Tabla 52: Detalle en inversiones de operativos

Concepto	Cantidad	Precio	Total
Adecuación instalaciones			10.000,00
Horno industrial turbo conversión	1,00	6.900,00	6.900,00
Tostador en acero electro pulido	1,00	1.400,00	1.400,00
Sellador de fundas manual	1,00	69,00	69,00
Extractor de olores	1,00	800,00	800,00
Muebles de operación	3,00	200,00	600,00
Menaje de trabajo			100,00
Basureros industriales	2,00	50,00	100,00
Sub total			19.969,00
Otros			998,45
Total			20.967,45

Elaborado por: La autora

Resumen de inversiones:

Tabla 53: Resumen de inversiones

Descripción	%	VALOR
Activo fijo	43%	24.589,95
Activo diferido	3%	2.000,00
Capital de trabajo	54%	30.688,21
Total	100%	57.278,16

Elaborado por: La autora

5.1.2 CALCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

El costo de oportunidad es el costo que tienen los inversionistas de invertir en otro proyecto, en este caso el costo de oportunidad de los socios fue la tasa pasiva de las instituciones financieras

Tabla 54: Costo de oportunidad

Concepto	Monto	Porcentaje	Costo	Costo ponderado
Total inversión				
Aporte socios	28.639,08	50%	7%	3,50%
Deuda	28.639,08	50%	11,30%	5,65%
Total				9,15%

Elaborado por: La autora

5.3 DETERMINACIÓN DE INGRESOS Y PROYECCIÓN DE VENTAS

Los ingresos proyectados son los siguientes:

La proyección de ingresos de la empresa fue planteado en un horizonte de tiempo de 5 años, en el cual los primeros años probablemente los ingresos no sean tan altos ya que la empresa es nueva en la industria de producir granola y el producto se encuentra en la primera etapa de su ciclo de vida.

Tabla 55: Detalle de ingresos

Concepto/Periodo	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Ingresos					
Precio	5,00	5,26	5,53	5,82	6,13
Cantidad	30.034	31.599	33.245	34.977	36.799
Total ingresos	150.169	166.225	183.996	203.668	225.443

Elaborado por la autora

Se consideró captar el 20% de la demanda insatisfecha como se explica en el capítulo IV, lo que en el primer año de operación representa 30.034 kilos

del alimento a un precio base de \$5, el cual se incrementa anualmente en base a la tasa promedio de inflación de los últimos años en el país (5,21%).

5.4 DETERMINACIÓN DE EGRESOS

5.4.1 COSTO DE PRODUCCIÓN

Los costos de operación

Tabla 56: Detalle de costos

Periodo/Concepto	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Sueldo operación	20.007	22.101	23.231	24.419	25.667
Materia prima	77.788	86.104	95.310	105.500	116.780
CIF	3.873	4.222	4.605	5.025	5.486
Dep equipos operación	19.969	19.969	19.969	19.969	19.969
Total costos	121.637	132.396	143.115	154.913	167.902

Elaborado por la autora

Detalle de sueldos de operación:

Tabla 57: Sueldo jefe operación

Jefe producción	\$ 600,00					
Concepto	Año base	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	7.200	7.575,12	7.962,21	8.369,08	8.796,74	9.246,25
Aporte Patronal	673,2	708,27	744,47	782,51	822,49	864,52
Fondos de Reserva		630,66	662,89	696,76	732,36	769,79
Décimo Tercero	600	630,66	662,89	696,76	732,36	769,79
Décimo Cuarto	318	335,39	352,86	371,25	390,59	410,94
Vacaciones	300,00	315,63	331,76	348,71	366,53	385,26
Total	8.791,2	9.880,10	10.385,31	10.916,35	11.474,55	12.061,29

Elaborado por: La autora

Tabla 58: Sueldo personal operaciones

Personal operativo (2)	\$					
Concepto	Año base	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	9600	10100,16	10616,28	11158,77	11728,98	12328,33
Aporte Patronal	897,6	944,36	992,62	1043,34	1096,66	1152,70
Fondos de Reserva		420,44	441,92	464,51	488,24	513,19
Décimo Tercero	400	420,44	441,92	464,51	488,24	513,19
Décimo Cuarto	318	335,39	352,86	371,25	390,59	410,94
Vacaciones	400,00	420,84	442,34	464,95	488,71	513,68
Total	11.215,6	12220,79	12845,61	13502,38	14192,72	14918,36

Elaborado por la autora

La materia prima representa el 50% de la venta a la que adicionalmente se le suma el costo del envase de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 59: Materia prima

Concepto/Periodo	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
banano	9.385,58	10.389,04	11.499,77	12.729,26	14.090,21
Soya	9.385,58	10.389,04	11.499,77	12.729,26	14.090,21
Avena	37.542,33	41.556,14	45.999,09	50.917,06	56.360,82
Panela	3.754,23	4.155,61	4.599,91	5.091,71	5.636,08
Miel de abeja	7.508,47	8.311,23	9.199,82	10.183,41	11.272,16
Coco	7.508,47	8.311,23	9.199,82	10.183,41	11.272,16
Total	75.084,65	83.112,28	91.998,18	101.834,11	112.721,65

Tabla 60: Costo del envase

Periodo/Concepto	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Precio del envase	0,090	0,095	0,100	0,105	0,110
Cantidad envases	30.034	31.599	33.245	34.977	36.799
Costo total	2.703	2.992	3.312	3.666	4.058

Elaborado por la autora

Los costos indirectos de operación, CIF, corresponde al 50% de los gastos en servicios básicos en que incurrirá el proyecto.

Tabla 61: CIF

Concepto/Periodo	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Agua	90,00	94,60	99,43	104,51	109,85
Energía eléctrica	600,00	630,66	662,89	696,76	732,36
Comunicaciones	300,00	315,33	331,44	348,38	366,18
Papelería	180,00	189,20	198,87	209,03	219,71
Total serv. Básicos	1.170,00	1.229,79	1.292,63	1.358,68	1.428,11

5.5 GASTOS

5.5.2 GASTO ADMINISTRATIVO

El gasto administrativo está representado por los sueldos del personal administrativo de acuerdo a la siguiente tabla resumen:

Tabla 62: Resumen sueldos administrativos

Concepto	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Personal administración	25.321,40	28.428,28	29.882,35	31.410,80	33.017,42

Elaborado por la autora

El siguiente es el desglose del cuadro de pagos al personal administrativo proyectado a 5 años:

Tabla 63: Sueldo administrador

Administrador Sueldo base	\$ 800,00					
Concepto	Año base	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	96.00,00	1000,16	10616,28	11158,77	11728,98	12328,33
Aporte Patronal	897,60	944,36	992,62	1043,34	1096,66	1152,70
Fondos de Reserva		840,88	883,85	929,01	976,49	1026,38
Décimo Tercero	800,00	840,88	883,85	929,01	976,49	1026,38
Décimo Cuarto	318,00	335,39	352,86	371,25	390,59	410,94
Vacaciones	400,00	420,84	442,34	464,95	488,71	513,68
Total	11.615,60	13.061,67	13.729,46	14.431,39	15.169,21	15.944,74

Elaborado por: La autora

Tabla 64: Sueldo secretaria

Secretaria	\$ 400,00					
Concepto	Año base	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	4800	5050,08	5308,14	5579,38	5864,49	6164,17
Aporte Patronal	448,8	472,18	496,31	521,67	548,33	576,35
Fondos de Reserva		420,44	441,92	464,51	488,24	513,19
Décimo Tercero	400	420,44	441,92	464,51	488,24	513,19
Décimo Cuarto	318	335,39	352,86	371,25	390,59	410,94
Vacaciones	200	210,42	221,17	232,47	244,35	256,84
Total	5966,8	6698,53	7041,16	7401,32	7779,90	8177,84

Elaborado por: La autora

Tabla 65: Servicio contabilidad

Contador						
Concepto	Año base	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Honorarios	360	378,76	398,49	419,25	441,09	464,07

Elaborado por: La autora

Tabla 66: Vendedor

Vendedor	\$ 500,00					
Concepto	Año base	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	6.000	6.312,60	6.635,17	6.974,23	7.330,61	7.705,21
Aporte Patronal	561	590,23	620,39	652,09	685,41	720,44
Fondos de Reserva		525,55	552,41	580,63	610,30	641,49
Décimo Tercero	500	525,55	552,41	580,63	610,30	641,49
Décimo Cuarto	318	335,39	352,86	371,25	390,59	410,94
Vacaciones	250,00	263,03	276,47	290,59	305,44	321,05
Total	7.379	8.289,32	8.713,24	9.158,84	9.627,22	10.119,57

Elaborado por la autora

5.4.3 GASTOS DE SUMINISTROS DE OFICINA

Este gasto corresponde a la papelería necesaria para la operación del proyecto de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 67: Gastos de suministros de oficina

Periodo/Concepto	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Suministros oficina	360	378,40	397,73	418,06	439,42

Elaborado por la autora

Se estimó un gasto mensual de \$50 reajustado anualmente en base a la inflación promedio de los últimos 5 años.

5.4.4 GASTOS DE VENTAS

El gasto de ventas corresponde al esfuerzo que la empresa realizará en publicidad y promociones, los que en el primer año de operación corresponde a \$1.000 y se reajustará anualmente en base al promedio de inflación de los últimos 5 años en el país.

5.4.5 GASTOS FINANCIEROS

Corresponde a la amortización de la deuda contraída con el Banco de fomento a una tasa del 11,30%, a un plazo de 10 años y por un capital de \$2863.91 de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 68: Tabla de amortización

Periodo	Capital	Interés	Monto	Saldo
0				28639,08
1	2863,91	3236,22	6100,12	25775,17
2	2863,91	2912,59	5776,50	22911,27
3	2863,91	2588,97	5452,88	20047,36
4	2863,91	2265,35	5129,26	17183,45
5	2863,91	1941,73	4805,64	14319,54
6	2863,91	1618,11	4482,02	11455,63
7	2863,91	1294,49	4158,39	8591,72
8	2863,91	970,86	3834,77	5727,82
9	2863,91	647,24	3511,15	2863,91
10	2863,91	323,62	3187,53	0,00
Total	28639,08	17799,19	46438,27	
			4643,83	

Elaborado por la autora

5.5 DEPRECIACIONES

Se ha separado el concepto en depreciación de equipos de operación y equipos de administración de acuerdo a las siguientes tablas:

Tabla 69: Depreciación total

Concepto	Monto	% Dep	Valor dep.
Adecuación instalaciones	10.000,00	10%	1.000,00
Horno industrial turbo conversión	6.900,00	20%	1.380,00
Tostador en acero electro pulido	1.400,00	20%	280,00
Sellador de fundas manual	69,00	20%	13,80
Extractor de olores	800,00	20%	160,00
Muebles de operación	600,00	20%	120,00
Menaje de trabajo	100,00	20%	20,00
Basureros industriales	100,00	20%	20,00
Escritorio Ejecutivo	450,00	20%	90,00
Sillas ejecutivas	300,00	20%	60,00
Equipos de oficina	2.700,00	33%	899,91
Otros	1.170,95	20%	234,19

Elaborado por la autora

Tabla 70: Detalle depreciación equipos operación

Depreciación operación	Monto	% Dep	Valor dep.
Adecuación instalaciones	10.000,00	10%	1.000,00
Horno industrial turbo conversión	6.900,00	20%	1.380,00
Tostador en acero electro pulido	1.400,00	20%	280,00
Sellador de fundas manual	69,00	20%	13,80
Extractor de olores	800,00	20%	160,00
Muebles de operación	600,00	20%	120,00
Menaje de trabajo	100,00	20%	20,00
Basureros industriales	100,00	20%	20,00
Total	19.969,00		2.993,80

Elaborado por la autora

Tabla 71: Detalle depreciación equipos administrativos

Depreciación administración	Monto	% Dep	Valor dep.
Escritorio Ejecutivo	450	20%	90
Sillas ejecutivas	300	20%	60
Equipos de oficina	2700	33%	899,91
Otros	1170,95	20%	234,19
Total	4620,95		1284,1

Elaborado por la autora

Valor residual:

Tabla 72: Valor residual

Valor de rescate	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Valor activos	57.278,16	57.278,16	53.000,26	48.722,36	44.444,46	41.066,47
Depreciación	-	4.277,90	4.277,90	4.277,90	3.377,99	3.377,99
Saldo activos	57.278,16	53.000,26	48.722,36	44.444,46	41.066,47	41.066,47

Elaborado por la autora

5.6 ESTADOS FINANCIEROS

5.6.1 BALANCE GENERAL

El balance inicial o año 0 es el siguiente:

Tabla 73: Balance inicial

Activo circulante	Monto	Pasivo circulante	Monto
Caja	30.688,2		
Total activo circulante	30.688,2	Total pasivo c.	0
Activo fijo			
Adecuación instalaciones	10.000,0	Pasivo largo plazo	
Horno industrial turbo conversión	6.900,0	Deuda bancos	28.639
Tostador en acero electro pulido	1.400,0	Total pasivo L.P.	28.639
Sellador de fundas manual	69,0		
Extractor de olores	800,0	Patrimonio	
Muebles de operación	600,0	Capital	28.639
Menaje de trabajo	100,0		
Basureros industriales	100,0	Total pasivos	57.278
Escritorio Ejecutivo	450,0		
Sillas ejecutivas	300,0		
Equipos de oficina	2.700,0		
Otros	1.171,0		
Total activo fijo	24.590,0		
Otros activos			
Gasto puesta en marcha	2.000,0		
Total otros activos	2.000,0		
Total activos	57.278,2		

Elaborado por la autora

5.6.2 ESTADO DE PÉRDIDA Y GANANCIAS PROYECTADO

El estado de pérdida y ganancia del proyecto proyectado a 5 años se expresa en la siguiente tabla:

Tabla 74: Estado de pérdida y ganancia

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas					
Ventas	150.169	166.225	183.996	203.668	225.443
Total Ventas	150.169	166.225	183.996	203.668	225.443
Costos					
Sueldos directos	20.007	22.101	23.231	24.419	25.667
Materia prima	75.085	83.112	91.998	101.834	112.722
CIF	3.873	4.222	4.605	5.025	5.486
Depreciación operativa	2.994	2.994	2.994	2.994	2.994
Total costos	101.958	112.429	122.827	134.271	146.869
Margen contribución	48.211	53.796	61.169	69.397	78.574
Gastos					
Sueldos administrativos	25.321	28.428	29.882	31.411	33.017
Servicios básicos	1.980	2.081	2.188	2.299	2.417
Suministros oficina	360	378	398	418	439
Gastos de ventas	1.000	1.052	1.107	1.165	1.225
Amortización	3.560	3.560	3.560	3.560	3.560
Depreciación adm.	1.284	1.284	1.284	384	384
Total Gastos	33.505	36.784	38.418	39.237	41.043
Utilidad operacional	14.706	17.012	22.750	30.160	37.532
15% participación trabajadores	2.206	2.552	3.413	4.524	5.630
Beneficio antes impuestos	12.500	14.460	19.338	25.636	31.902
22% Impto. Renta	2.750	3.181	4.254	5.640	7.018
10% reserva legal	975	1.128	1.508	2.000	2.488
Resultado Ejercicio	8.775	10.151	13.575	17.997	22.395

Elaborado por la autora

5.6.3 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El flujo de caja que representa el ingreso y egreso real de dinero es el siguiente:

Tabla 75: Flujo de caja proyectado

DESCRIPCIÓN	Año 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSION INICIAL	- 57.278,16					
UTILIDAD OPERACIONAL		14.706	17.012	22.750	30.160	37.532
(+) DEPRECIACION		4278	4278	4278	3378	3378
(+) Amortización gtos. Constitución		400	400	400	400	400
10% reserva legal		975	1.128	1.508	2.000	2.488
(-) PARTICIPACION TRABAJADORES		-2205,85	-	-3412,56	-4524,01	-
(-) IMPUESTO A LA RENTA		-2749,96	-	-4254,33	-5639,94	-
(+) VENTA DE ACTIVOS		0	0	0	0	37688
FLUJO NETO	- 57.278,16	14.428	17.085	21.270	25.774	68.838

Elaborado por la autora

La venta de activos corresponde al valor residual de estos al quinto año de evaluación

5.7 EVALUACIÓN FINANCIERA

5.7.1 TASA DE REDESCUENTO

La tasa de costo de capital a la cual se actualizó el flujo de caja es el 14,72 de acuerdo a los cálculos del numeral 5.1.2

5.7.2 VALOR ACTUAL NETO

Tabla 76: Cálculo del VAN

VAN costo capital	Inversión inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujos	-57.278,16	14.427,76	17.084,65	21.269,79	25.773,75	68.838,24
Costo capital 14,72%	1	1,1472	1,3161	1,5098	1,7320	1,9870
Flujo actualizado	-57.278,16	12.576,50	12.981,59	14.087,88	14.880,62	34.644,48
Suma flujos actualizados	31.892,90					

Elaborado por la autora

La fórmula utilizada para el cálculo del VAN fue:

$$VAN = \frac{\sum flujos}{(1+i)^n}$$

El VAN calculado a la tasa de costo de capital (tasa mínima exigida), 14,72% arroja un valor positivo de \$31.892,90 que avala la ejecución del proyecto.

5.7.3 TASA INTERNA DE RETORNO

Definida como aquella tasa con la cual al actualizar los flujos netos de caja arrojan un VAN 0, su cálculo fue el siguiente:

Cálculo del VAN a la tasa superior:

Tabla 77: VAN calculado a la tasa superior (31%)

VAN costo oportunidad	Inversión inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujos	-57.278,16	14.427,76	17.084,65	21.269,79	25.773,75	68.838,24
Costo superior 30%	1	1,300	1,690	2,197	2,856	3,713
Flujo actualizado	-57.278,16	11.098,27	10.109,26	9.681,29	9.024,11	18.540,14
Suma flujos actualizados	1.174,90					

Elaborado por: La autora

La fórmula utilizada para el cálculo de este indicador fue:

$$TI + (Ts - Ti) \times \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

Dónde:

TI	14,72%
TS	31%
VAN TS	1.174,90
VAN TI	31.892,90
TIR	31%

Reemplazando en la fórmula, arroja una TIR del 31%, esta tasa incentiva a los socios a mantener su inversión en el proyecto ya que este promete una tasa mínima del 14,72% y el costo de oportunidad es del 9,15%, por lo tanto, el proyecto estará generando valor para sus dueños.

5.7.4 RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

Para el cálculo de este indicador se utilizó la siguiente fórmula:

$$Relación \frac{B}{C} = \text{Ingresos actualizados} / (\text{inversión inicial} + \text{egresos actualizados})$$

Al desarrollar la fórmula se obtiene una relación B/C de 1,06 lo que significa que por cada dólar invertido se genera una utilidad de 4 centavos (los valores se tomaron de la tabla 81, posterior)

5.7.5 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Utilizando la siguiente tabla:

Tabla 78: Relación beneficio/costo

INVERSION	INGRESOS	COSTOS y GASTOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS	Saldo	Recuperación capital
-57.278,16			14,72%	14,72%		-57.278,16
1	150.169	131.186	130.901	114.353	16.548	-40.730
2	166.225	144.935	126.304	110.127	16.177	-24.554
3	183.996	156.968	121.869	103.967	17.902	-6.652
4	203.668	170.130	117.589	98.226	19.363	12.712
5	225.443	184.534	113.460	92.871	20.589	33.300
Suma			610.122	519.543		

Elaborado por la autora

Se puede apreciar que la inversión es recuperada al tercer periodo y 125 días.

5.8 RESUMEN DE INDICADORES FINANCIEROS

Tabla 79: Resumen indicadores financieros

TI	14,72%
TS	31%
VAN TI	31.892,90
VAN TS	1.174,90
TIR	31%
Periodo recuperación	3 años y 125 días
Relación B/C	1,06

Elaborado por la autora

5.9 PUNTO DE EQUILIBRIO

Considerando las siguientes variables:

Precio de venta: \$5

Gasto fijo total: \$33.505

Costo variable unitario: \$3,42

Se obtienen los siguientes resultados:

Fórmula utilizada

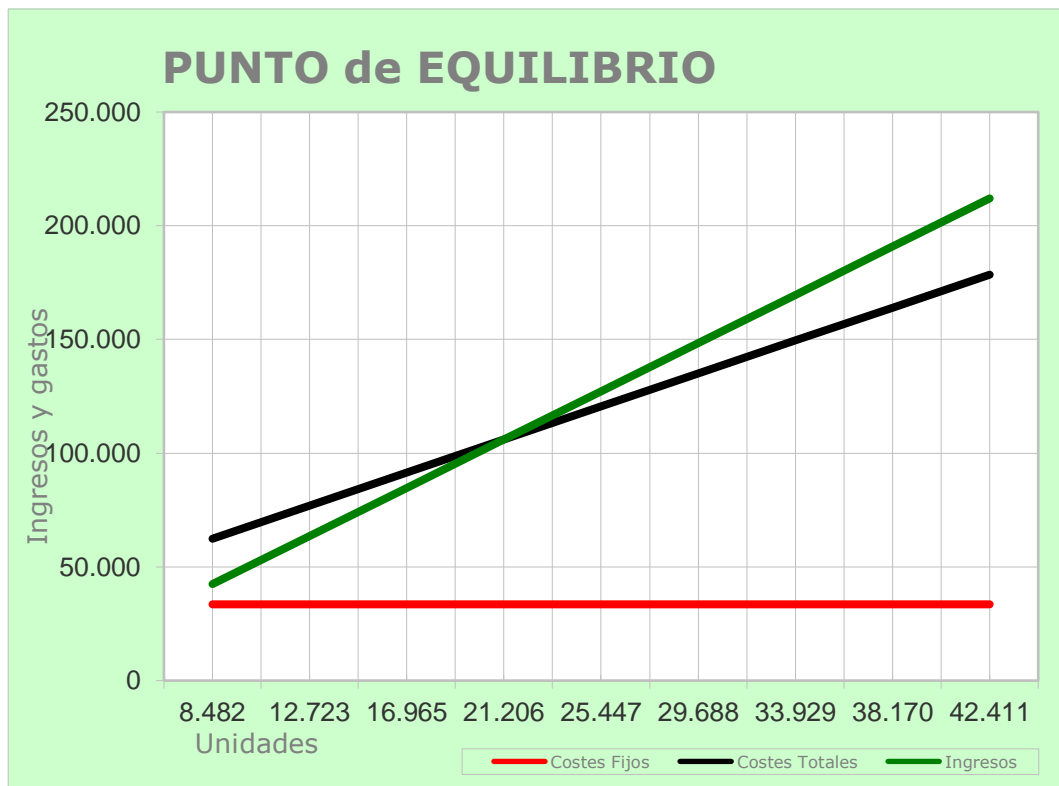
$$Pto\ equilibrio\ de\ ventas = \frac{Costos\ fijos}{\left(1 - \frac{Costo\ variable}{Ventas}\right)}$$

$$Pto.\ equilibrio\ cantidad = \frac{Pto.\ equilibrio\ ventas}{Precio\ unitario}$$

$$Pto.\ uilibrio\ ventas = \frac{33.505}{\left(1 - \frac{30.034}{102.931}\right)} = 47.315,75$$

$$Pto\ equilibriocantidad = \frac{47.315,75}{5} = 9.463$$

Gráficamente:



CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA

6.1 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

6.1.1 DENOMINACION DE LA EMPRESA

La nueva empresa se llamará “FRUTOS DE IBARRA COMPAÑÍA LIMITADA”

6.1.2 IMPORTANCIA

La importancia del proyecto dice relación con dar la posibilidad a su gestora de aplicar sus conocimientos técnicos en un área que le permita, además de obtener un beneficio para sí mismo, aportar con oferta de empleos a la sociedad ibarreña, “No pregunten qué puede hacer mi país por mí, sino que puedo hacer yo por mi país” (Kennedy, 1962), de acuerdo a lo anterior, la inversión que realizó el estado ecuatoriano a través de la Universidad Técnica Del Norte en la autora del proyecto se ve rentabilizada satisfactoriamente dando a la sociedad una persona emprendedora que invierte su preparación académica en actividades que permiten al país avanzar hacia una sociedad más justa y equitativa.

6.1.3 BENEFICIARIOS

Los beneficiarios de este proyecto son todos nuestros colaboradores y sus familias, los inversionistas a los que se les premiará su disposición a correr riesgos con una rentabilidad que supera el costo de oportunidad que puedan tener en cualquier negocio lícito, sin embargo, el mayor beneficiario será la sociedad, ya que de acuerdo a la declaración de valores, podrán

incluir dentro de su oferta de empresas, no tan solo para adquirir productos alimenticios de primer orden sino también una organización que demanda talento humano y ofrece a cambio de sus servicios, valores que impulsan una sociedad comprometida con la integridad humana, el respeto por la persona y el medio ambiente y exige un comportamiento ético que le permita a la persona superarse permanentemente.

6.1.4 SECTOR ECONÓMICO

De acuerdo a la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (revisión 4.0), que tiene su respaldo y sustento técnico, en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Actividades Económicas CIIU Revisión 4.0, preparada por Naciones Unidas la empresa se clasifica dentro del nivel 5 subclases G4630 VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO

6.1.5 TIPO DE EMPRESA

Según la Ley de Compañías de Ecuador, la empresa es de tipo “Compañía de Responsabilidad Limitada”, cuyos requisitos son los siguientes:

La Compañía de Responsabilidad Limitada, es la que se contrae con un mínimo de dos personas, y pudiendo tener como máximo un número de quince. En ésta especie de compañías sus socios responden únicamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, y hacen el comercio bajo su razón social o nombre de la empresa acompañado siempre de una expresión peculiar para que no pueda confundirse con otra compañía.

Requisitos.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de

Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías.

Solicitud de aprobación.- La presentación al Superintendente de Compañías, se la hará con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjuntando la solicitud correspondiente, la misma que tiene que ser elaborada por un abogado, pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.

Números mínimo y máximo de socios.- La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo y con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o deberá disolverse. Cabe señalar que ésta especie de compañías no puede subsistir con un solo socio.

Capital mínimo.- El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía de Responsabilidad Limitada, es de cuatrocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación y su saldo deberá cancelarse en un plazo no mayor a doce meses. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. El socio que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, el bien, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía, y dichos bienes serán avaluados por los socios o por los peritos.

6.1.6 MISION DE LA EMPRESA

Somos productores y comercializadores de alimentos sanos y naturales, que contribuyan a la nutrición de toda la familia con productos de altos estándares de calidad.

6.1.7 VISION DE LA EMPRESA

Posicionar hasta el año 2017 la marca “FRUTOS DE IBARRA” como la granola más nutritiva producida dentro de la provincia de Imbabura, enfocando el esfuerzo comercial el segmento familiar del cantón de Ibarra.

6.1.8 OBJETIVOS, PRINCIPIOS, POLÍTICAS, VALORES

Objetivos estratégicos

- Mantener un nivel de endeudamiento no superior al 50% del capital pagado
- Generar una rentabilidad promedio un 5% superior a la tasa pasiva ofrecida por el promedio del mercado financiero formal
- Alcanzar un 30% de participación de mercado en el cantón de Imbabura hasta el año 2017
- Actualizar el activo fijo operacional cada 5 años

Políticas

1. El cliente siempre tiene la razón
2. Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, para lo cual deberán conocer los procedimientos a fin de orientarlos. Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
3. Los puestos de trabajo en la empresa son de carácter polifuncional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.
4. Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el servicio a la comunidad.
5. La calidad de nuestro trabajo debe ser nuestro punto más importante y está enfocada en la satisfacción del cliente.

6. Reconocimiento al personal por ideas de mejora y/o ahorro de la empresa.
7. Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad del talento humanos mediante acciones sistemáticas de formación.
8. Usar materia prima de calidad para darle un producto de agrado al cliente

Principios

1. Resultados económicos

Buscamos permanentemente la creación de valor sostenible.

2. Conducta empresarial

Mantenemos un compromiso empresarial ético y transparente con niveles elevados de gobernabilidad.

3. Conducta individual

Exigimos una conducta personal honesta, íntegra y transparente.

4. Relaciones con nuestros clientes

Promovemos relaciones de confianza en el largo plazo con nuestros clientes, ofreciendo productos de calidad, innovadores y sustentables y servicios de excelencia.

5. Relaciones con nuestros colaboradores

Desarrollamos equipos de alto desempeño, en un ambiente laboral sano, seguro y basado en el respeto de los Derecho Humanos.

6. Relaciones con nuestras comunidades, proveedores, sociedad y medio ambiente

Nos comprometemos a interactuar con nuestros vecinos, comunidades, proveedores, sociedad y medio ambiente, fundamentados en el respeto mutuo y la cooperación.

Valores

- Orientación al cliente

Nuestra razón de ser es el cliente, por lo tanto todos nuestros esfuerzos se orientan a satisfacer sus necesidades

- Compromiso con los resultados

Estamos comprometidos a permanecer en el tiempo dando a los dueños del proyecto una rentabilidad tal que les incentive a mantener inversión en la empresa

- Interés por las Personas

El principal recurso con que cuenta la empresa es nuestro talento humano

- Responsabilidad Social

Debemos devolver a la sociedad la oportunidad que nos ha dado de servirlos, debemos devolver ese honor brindándole productos de calidad y sobre todo cuidando el medio ambiente que nos permite existir

- Integridad

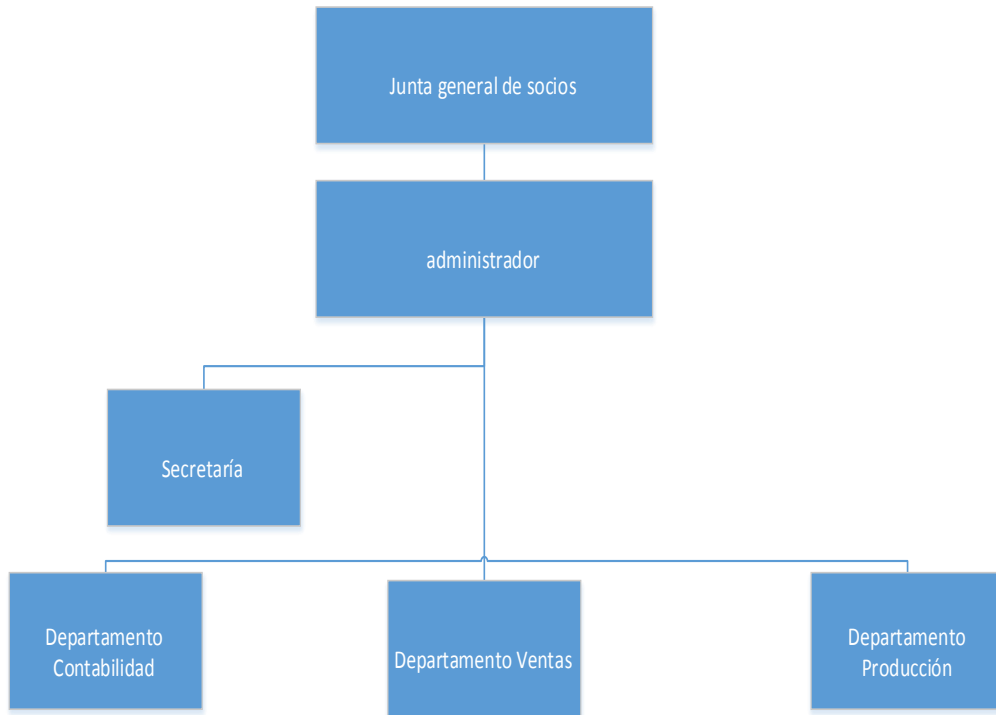
Nuestro compromiso es el actuar éticamente, esto es, dar todo nuestro esfuerzo en cada una de nuestras actividades, alcanzado este objetivo, podremos considerarnos una empresa íntegra.

6.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.2.1 ORGANIGRAMA ORGÁNICO ESTRUCTURAL

El organigrama orgánico estructural propuesto es el siguiente:

Ilustración 8: Organigrama orgánico estructural



Elaborado por la autora

6.2.2 NIVELES ADMINISTRATIVOS

El organigrama indica 4 niveles administrativos:


- Directivo
- Ejecutivo
- Apoyo
- Operativo

El nivel directivo es compuesto por la junta general de socios, el nivel ejecutivo se conforma por la administración y dirección de departamentos, el nivel de apoyo se conforma por la secretaría y contabilidad y el nivel operativo por las áreas de producción y de ventas.

6.2.3 ATRIBUCIONES Y PERFILES DE LOS NIVELES ADMINISTRATIVOS

Los siguientes son la descripción de perfiles y de funciones recomendado para el personal administrativo que colaborará en la empresa “FRUTOS DE IBARRA”:

- Cese del representante legal
- Control de resultados

 <p>MANUAL DE FUNCIONES DE “FRUTOS DE IBARRA”</p> <p>Nombre del Puesto: Administrador</p> <p>Área de Trabajo - Departamento: Administración</p> <p>Localización:</p>
Descripción del Puesto:
Cargo ejecutivo, responde a la asamblea general de socios, responsable de la administración general de la empresa.
Tareas a Desarrollar:
<ul style="list-style-type: none"> • Representación legal y comercial de “FRUTOS DE IBARRA” • Diseña del POA general de la empresa.

- Gestión de la adquisición de activos previa aprobación de la junta general de socios.
- Establecer relaciones comerciales con potenciales clientes y proveedores.
- Contratación y cese del personal.
- Presentación de presupuesto a la junta general de socios para su aprobación.
- Contratación de servicios.
- Aprobación de cotizaciones
- Control de actividades de los departamentos de la empresa.
- Detección de necesidades de capacitación

Perfil del Puesto:

- Título: Ingeniero comercial o carreras afines.
- Coordinación general.
- Iniciativa.
- Experiencia en cargos similares mínimo cuatro años

Ética

Acorde al manual de ética de la empresa

Responsabilidades y Roles:

- Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios
- Presentar el presupuesto general a la junta general de socios para su aprobación
- Elaborar el POA general de la empresa
- Elaborar los objetivos generales de la empresa
- Diseñar la estrategias
- Diseñar las metas de corto plazo
- Detectar necesidades de capacitación

- Establecer relaciones comerciales con clientes corporativos y proveedores
- Contratar y finiquitar personal
- Establecer remuneraciones
- Controlar resultados departamentales

Supervisión Recibida:

Junta general de socios.

Condiciones de Trabajo

Beneficios acorde a lo exigido por la ley



MANUAL DE FUNCIONES DE “FRUTOS DE IBARRA”

Nombre del Puesto: Secretaria

Área de Trabajo - Departamento: Administración

Localización:

Descripción del Puesto:

Mando medio de apoyo al administrador

Tareas a Desarrollar:

- Informar de los compromisos al superior.
- Recibir quejas del cliente y derivarlas
- Organización general de las instalaciones
- Control de asistencia
- Recibir, clasificar y distribuir correspondencia, carpetas, informes y folletos, firmar los comprobantes de recibo y archivarlos.
- Reporte diario de caja chica a contabilidad
- Enviar documentación para elaboración de informes.
- Organizar y mantener los archivos de documentos, cartas y registros, determinar la localización de documentación cuando se necesite.

Perfil del Puesto:

- Título: Secretaria/o ejecutiva
- Manejo de procesadores de texto y planillas de cálculo
- Habilidad comunicativa
- Experiencia en cargos similares
- Proactiva/o

- Disciplina laboral

Ética

Acorde al manual de ética de la empresa

Responsabilidades y Roles:

- Apoyar al administrador en su gestión
- Controlar asistencia informando diariamente al contador
- Manejo de archivos
- Control de caja chica
- Recibir quejas de clientes y proveedores y derivarlas

Supervisión Recibida:

Administrador

Condiciones de Trabajo

Beneficios acorde a lo exigido por la ley



MANUAL DE FUNCIONES DE “FRUTOS DE IBARRA”

Nombre del Puesto: Contador

Área de Trabajo - Departamento: Contabilidad

Localización:

Descripción del Puesto:

Profesional encargado de presentar documentación ante instituciones de control, SRI, IESS, Ministerio de Salud, Bomberos, debe mantener actualizadas las cuentas corrientes tanto de proveedores como de clientes, es el responsable de mantener al día y controlar las cuentas corrientes bancarias de la empresa

Tareas a Desarrollar:

- Elaboración de estados financieros exigidos por el SRI
- Elaboración de informes y pago de seguridad social
- Elaboración de información contable y financiera para el administrador y junta general de socios
- Control de clientes
- Control de proveedores
- Control de cuentas bancarias
- Elaboración de contratos y finiquitos

Perfil del Puesto:

- Título de contador CPA
- Conocimientos de programas contables, planillas de cálculo y procesadores de texto.
- Experiencia dos años en cargos similares

- Idoneidad comercial
- Disciplina laboral

Ética

Acorde al manual de ética de la empresa

Responsabilidades y Roles:

- Cumplir con las obligaciones tributarias, sociales de la empresa
- Cumplir con las obligaciones impuesta por el Ministerio de Relaciones Laborales
- Control de documentación sensible de la empresa
- Manejo de cuentas de clientes y proveedores
- Manejo y control de cuentas corrientes
- Control de ingresos y egresos

Supervisión Recibida:

Administrador

Condiciones de Trabajo

Beneficios acorde a lo exigido por la ley

Vendedores



MANUAL DE FUNCIONES DE “FRUTOS DE IBARRA”

Nombre del Puesto: Vendedor

Área de Trabajo - Departamento: Ventas

Localización:

Descripción del Puesto:

Personal encargado de captar las necesidades del cliente y satisfacerlas

Tareas a Desarrollar:

- Responsables del orden y limpieza de la sala de ventas.
- Atención de clientes
- Ventas
- Control de Stocks
- Retroalimentación al administrador sobre las necesidades del consumidor

Perfil del Puesto:

- Bachillerato completo
- Buena presencia
- Experiencia 2 años en cargos similares
- Habilidad comunicativa

Ética

Acorde al manual de ética de la empresa

Responsabilidades y Roles:

- Mantener el orden del local de ventas

- Mantener la limpieza del local de ventas
- Mantener visibles los precios de ventas
- Actualizar precios de ventas
- Captar necesidades del cliente
- Satisfacer las necesidades del cliente
- Informar al administrador sobre las preferencias del consumidor

Supervisión Recibida:

Administrador

Condiciones de Trabajo

Beneficios acorde a lo exigido por la ley



MANUAL DE FUNCIONES DE “FRUTOS DE IBARRA”

Nombre del Puesto: Jefe producción

Área de Trabajo - Departamento: Producción

Localización:

Descripción del Puesto:

Cargo ejecutivo encargado del área productiva de la empresa

Tareas a Desarrollar:

- Responsable del proceso productivo
- Elaborar el POA departamental
- Control de inventario
- Solicitar suministros al administrador
- Dar el visto bueno a la calidad del suministro para el proceso productivo
- Adecuar las mezclas según el producto a elaborar
- Control de calidad
- Control de la mantención de la maquinaria
- Evaluación del personal a su cargo
- Solicitar capacitación al administrador del personal a su cargo
- Elección del personal para el departamento de producción

Perfil del Puesto:

- Ingeniero en alimentos
- Cursos de evaluación de riesgos industriales
- Experiencia 4 años en cargos similares

- Conocimiento de maquinaria para la elaboración de la Granola

Ética

Acorde al manual de ética de la empresa

Responsabilidades y Roles:

- Elaboración del producto
- Control de calidad del producto
- Control de Maquinaria
- Control de riesgos industriales
- Evaluación del personal a su cargo
- Elaboración de objetivos departamentales
- Responsable del cumplimiento de los objetivos departamentales
- Elección del personal a su cargo

Supervisión Recibida:

Administrador

Condiciones de Trabajo

Beneficios acorde a lo exigido por la ley

6.3 ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN

6.3.1 REQUISITOS PARA SACAR EL RUC

Para el legal funcionamiento de la empresa, esta debe obtener el Registro Único de Contribuyentes emitido por el Servicio de Rentas Internas,

Los requisitos para su obtención son los siguientes:

- Copia y original de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.
- Copia del nombramiento del representante legal.

- Copia de un documento que certifique la dirección del establecimiento donde se desarrollará la actividad comercial.
- Copia del estatuto con la certificación correspondiente.

6.3.2 REQUISITOS PARA SACAR LA PATENTE MUNICIPAL

Para la consecución de la patente municipal se necesita:

- Original y copia de la escritura de constitución de la compañía.
- Original y copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copias de la cédula de ciudadanía del representante legal.

6.3.3 REQUISITOS PARA EL PERMISO SANITARIO

Los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento sanitario son los siguientes:

1. Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el administrador.
2. Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
3. Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del representante legal del establecimiento.
4. Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
5. Plano del establecimiento a escala 1:50.
6. Croquis de ubicación del establecimiento.
7. Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
8. Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública

El trámite tiene un costo de \$20

CAPÍTULO VII

ANÁLISIS DE IMPACTOS

Para la ejecución de este trabajo se debe tomar en cuenta los impactos más relevantes los mismos que se realizan a través de la matriz de Impactos de entrada simple, la finalidad es que sea realizable y claro, para el análisis se utilizará la siguiente escala de valores.

ESCALA	INDICADORES
3	IMPACTO ALTO POSITIVO
2	IMPACTO MEDIO POSITIVO
1	IMPACTO BAJO POSITIVO
0	NO HAY IMPACTO
-3	IMPACTO ALTO NEGATIVO
-2	IMPACTO MEDIO NEGATIVO
-1	IMPACTO BAJO NEGATIVO

Haciendo un análisis de cada impacto, se procede a sumar los niveles, los cuales se dividen para el número total de indicadores obteniendo el nivel de impacto analizado. A continuación se presenta cada uno de los impactos con su respectivo análisis.

7.1. IMPACTO ECONÓMICO

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Fomento empresarial	3							3
Aumento de la competencia en el sector		2						2
Actualización de los procesos productivos de la granola	3							3
Total								

$$\text{Impacto económico} = \frac{\sum \text{impactos}}{N^{\circ} \text{ de impactos}}$$

$$\text{Impacto económico} = \frac{8}{3} = 2,66$$

Fomento empresarial: La creación de una nueva empresa diseñada bajo estándares científicos en este competitivo mercado implicará que aquellos negocios menos eficientes deban abandonar el mercado y sus propietarios emprender nuevas iniciativas con el objeto de mantener un ingreso financiero que les permita solventar sus gastos y los de su familia, desde este punto de vista la creación de la microempresa propuesta contribuirá a fomentar la iniciativa empresarial.

Aumentó la competencia del sector: la competencia es siempre buena en cualquier mercado y ésta se genera cuando existen muchos oferentes que compiten entre sí para captar la mayor cantidad de participación de mercado posible, el beneficiario final será entonces el consumidor el que podrá acceder a un mejor producto, mejor calidad atención y a igual precio o tal vez menor.

Actualización del proceso productivo de la granola, puesto que para mantenerse en el mercado los negocios deberán actualizar sus procesos sean éstos de producción, ventas o administrativos el fin último es hacer más eficiente el negocio disminuyendo costos, o manteniéndolos pero aumentando su productividad.

6.2 IMPACTO SOCIAL

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Generación de empleos estables	3							3
Ingreso a sistema de salud formal		2						2
Incremento del ingreso disponible familiar de los colaboradores del proyecto	3							3
Total								8

$$Impacto\ social = \frac{\sum impactos}{N^{\circ}\ de\ impactos}$$

$$Impacto\ social = \frac{8}{3} = 2,67$$

Generación de empleos estables, este impacto dice relación con la disminución del empleo informal de la zona en intervención, al verse sometida la empresa en formación a todas las exigencias que la ley impone el beneficiario directo es el trabajador que presta sus servicios en la empresa de modo tal que éste estará protegido por la ley y podrá acceder a todos los beneficios que éste impone.

Ingreso al sistema de salud formal, en este caso el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, lo cual permitirá a los trabajadores y sus familiares tener tranquilidad en relación al aspecto más importante de la vida de las personas, el acceso al sistema de salud formal, este es un impacto altamente positivo para todos aquellos que trabajen en la iniciativa.

Incremento del ingreso familiar disponible en de los colaboradores del proyecto, impacto derivado de los dos anteriores puesto que al contar con un trabajo estable y remunerado de acuerdo a las condiciones de mercado permitirá a los trabajadores contar con un ingreso estable y seguro que les permita ampliar sus horizontes sobre todo en lo relativo al nivel de educación de sus hijos.

6.3 IMPACTO AMBIENTAL

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Uso de energía amigable con el medio ambiente	3							3
Uso de materia prima renovable	3							3
Uso de material de embalaje reciclable	3							3
Total								9

$$Impacto\ ambiental = \frac{\sum impactos}{N^{\circ}\ de\ impactos}$$

$$Impacto\ ambiental = \frac{9}{3} = 3$$

Uso de energía amigable con el medio ambiente, como política de Estado actualmente se considera la disminución del consumo de gas el cual provoca altas emisiones al medio ambiente cambiándolo por uso de energía renovable en este caso energía eléctrica, el proyecto considera utilizar maquinaria cuya principal fuente de energía sea la eléctrica, otro tanto se estará contribuyendo a la disminución de la polución ante la producción del alimento.

Uso de materia prima renovable, considerando que para la producción del alimento se utilizan sólo materias primas renovables tal como lo son el banano, el coco la soya y la miel de abeja.

Uso de material de embalaje renovable, puesto que de acuerdo a la investigación de mercado del consumidor prefiere cartón reciclado y será precisamente esto lo que se utilizará en el proyecto.

6.4 IMPACTO GENERAL

INDICADORES	TOTAL
Impacto Económico	2.33
Impacto Social	2,67
Impacto ambiental	3.0
Total	

$$\text{Impacto general} = \frac{\sum \text{impactos}}{N^{\circ} \text{ de impactos}}$$

$$\text{Impacto general} = 8/3 = 2,67$$

De lo anterior se deduce, que el impacto general que generará el proyecto es alto positivo puesto que genera oferta laboral, genera beneficios sociales, es amistoso con el medio ambiente y por lo tanto sus probabilidades de éxito debieran ser muy altas.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Las conclusiones del diagnóstico situacional fueron tomadas del análisis de los aliados, oportunidades, amenazas y riesgos detectados, el principal aliado del proyecto es que se está trabajando con un producto reconocido en el mercado y aceptado por este sobre todo dado sus beneficios nutricionales y que lo hacen ser un alimento demandado por todo el segmento de la población que puede consumirlo además que permite a los socios en un futuro cercano ampliar su gama de productos mejorando de esta forma su participación de mercado en el sector alimenticio y disminuyendo el riesgo propio de este tipo de negocios al diversificar su producción, dentro las oportunidades se consideran la tasa de crecimiento poblacional, incentivo gubernamentales para la creación de nuevas empresas, el fácil acceso que se tiene a la materia prima considerando que la provincia Imbabura es una provincia agrícola, los oponentes detectados dicen relación con insertarse en un mercado altamente competitivo y con escasas barreras de entrada lo que facilita el ingreso de los competidores, en relación a los viejos se detectó como problema el cambio del gusto y preferencia de los consumidores y la escasa experiencia empresarial de los gestores del proyecto.
- Dentro del capítulo de investigación de mercado se puede concluir que existe una demanda insatisfecha suficientemente amplia como para justificar una inversión financiera del proyecto, el motivo de esta demanda insatisfecha es que en la zona sólo existe un productor del alimento que abastece el cantón de Ibarra, si bien es cierto existen dos más estos derivan íntegramente su producción al programa gubernamental “aliméntate Ecuador” este hecho abre innegablemente un nicho de mercado lo que permite el ingreso de una nueva empresa a la industria, en relación a la mezcla comercial, se detectó que los

comerciantes realizan un esfuerzo publicitario en sus negocios lo que representa una oportunidad al proyecto de si se es capaz de tomar esa debilidad de la competencia y aprovecharla nuestro favor, al investigar la variable precio se concluyó que la estructura de formación de éstos es muy similar en todos los agentes que intervienen en el mercado esto obedece a la existencia de un solo proveedor en la provincia Imbabura transformando el mercado desde el punto de vista de la oferta en un monopolio y desde el punto de vista de la demanda de comerciantes en un oligopolio.

- El capítulo denominado estudio técnica permitió conocer los flujos de procesos necesarios para la operación a realización de la empresa, también permitió conocer las necesidades de recursos materiales y de talento humano, sin embargo el aspecto fundamental detectado en este apartado es la ubicación geográfica del proyecto, se concluye que la micro localización fue elegida acertadamente considerando sus vías de acceso cercanía del mercado y acceso a servicios básicos y talento humano.
- El estudio financiero confirmó la viabilidad económica del proyecto puesto que los indicadores financieros diseñados avalan en su mayoría en la ejecución del proyecto, lo principal de estos problemas es que incentivan al socio a mantener su inversión en el proyecto puesto que la tasa interna de retorno estimada es muy superior al costo oportunidad en otras palabras, la tasa mínima exigida es muy inferior a la tasa real que arroja el proyecto y sobre todo que el costo oportunidad del socio es largamente superado por la tasa de rendimiento medio que sostiene al analizar los resultados anuales de inversión inicial el valor de rescate de los activos evaluado anualmente.
- El sexto capítulo describe la estructura administrativa y funcional de la empresa, en el que se describen el perfil del talento humano necesario

y una descripción de las funciones que debe realizar cada cargo, dentro del aspecto legal se examina el tipo de empresa que de acuerdo a la ley debe adoptar la organización; se fijan además la misión, visión, objetivos, estrategias y metas a un horizonte de mediano plazo esto es cinco años.

- La evaluación de los impactos generados por la puesta en práctica del proyecto arroja un resultado positivo puesto que los principales beneficiarios son la sociedad y el mercado en general de que el consumidor puede aspirar a un producto de calidad y totalmente accesible considerando la variable precio, además y como un impacto realmente relevante se considera el aumento de competitividad entre las empresas insertas en esta industria.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los socios de la iniciativa ampliar en el corto plazo la gama de alimentos a ofertar el mercado, el objeto de esto es disminuir el riesgo diversificando la producción y en lo posible ampliando el mercado si bien no incursionando en nuevos productos para el mismo mercado momentáneamente sino que el mismo producto pero para nuevos mercados, esto tiene su base en la importante tasa de crecimiento poblacional que de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas tiene el cantón Ibarra y la mejora en el poder adquisitivo de sus habitantes lo que permite ampliar el horizonte empresarial de los socios del proyecto.
- En el aspecto comercial, se recomienda mantener el esfuerzo publicitario para mantener viva en la mente del consumidor la existencia de la empresa contribuyendo con esto a un posicionamiento más efectivo el cual debe estar orientado a la calidad del producto variedad de los ingredientes y precios competitivos, de la misma forma es conveniente realizar periódicas investigaciones de mercado para anticiparse a los cambios en los gustos y preferencias de los consumidores de forma tal de asegurar la permanencia en el tiempo de la empresa y estabilidad laboral de sus colaboradores.
- Es recomendable mantener una constante actualización de los procedimientos para la elaboración del alimento, renovando la maquinaria al término del plazo de su depreciación con el objeto de disminuir los costos indirectos de fabricación derivados del gasto en energía, es necesario recordar que una maquinaria moderna involucra el asegurar el cumplimiento total de la capacidad instalada lo que en definitiva repercute en una disminución del costo unitario de producción.

- Al director de finanzas de la empresa se le recomienda aprovechar el crédito a proveedores para de esta forma disminuir el costo del capital, normalmente el crédito de productores es a una tasa cero por lo tanto la por empresa podrá trabajar con mayor capital y a una menor tasa de endeudamiento, sin embargo es imprescindible trasladar estos beneficios a los trabajadores reajustando sus sueldos y salarios en la medida del éxito del proyecto y de esta forma asegurar que el talento humano se involucre totalmente en la gestión de la empresa.
- Se recomienda mantener la estructura administrativa y funcional de la empresa puesto que es simple y muy eficiente, da un importante margen de seguridad al proyecto al posibilitarle ampliar o distribuir fácilmente su producción sin que por ello se han perjudicados los costos y gastos que involucra el proceso de producción.
- Poner en práctica el proyecto basado principalmente en los impactos económicos sociales y ambientales que se generan lo que permite dar un aceptable de éxito a la iniciativa.

Bibliografía

- Alarcon, J. (2008). *Reingeniería de procesos empresariales*. Madrid: Fundacion Confemetal.
- Alvarez, C. (2007). *Manual de procedimientos en gestión de crisis*. Madrid: Arán.
- Asociación para el progreso de la dirección. (2006). *Cuadernos de direccion estratégica y planificación*. Madrid: Diaz de Santos.
- Bacal, R. (2009). *Como mejorar el Rendimiento*. Barcelona: McGraw-Hill.
- Barahona, M. (2009). *Fruticultura especial*. Costa Rica: Editorial Universitaria.
- Brusola, F. (2008). *Oficina Técnica y Proyectos*. Valencia: Servicio de publicaciones.
- Candamil, M. (2007). *Los proyectos sociales, una herramienta de la gerencia social*. Colombia: Universidad de Caldas.
- Cedeño, A. (2007). *Administración de la empresa*. Costa Rica: Editorial Universitaria.
- Contreras, J. (2006). *Manual de normas y procedimientos*. Colombia: Universidad de Antioquía.
- Chiavenato, I. (2007). *Teoría General de la Administración*. Madrid: McGrawHill.
- Fernandez, J. (2011). *La productividad sectorial en España*. Madrid: Fundación BBVA.
- Fernandez, M. (2003). *El control, Fundamento de la Gestión por Procesos*. Madrid: ESIC.
- Ferre, J. (2007). *Los estudios de mercado*. Madrid: Diaz de Santos.
- Franklin, E. (2007). *Auditoría administrativa, Gestión estratégica del Cambio*. Mexico: Pearson.

- Franklin, F. (2007). *Auditoría administrativa, gestión estratégica del cambio*. Mexico: Pearson educación.
- García(2007). *Teoría económica de la empresa*. España: Diaz de Santos.
- García, S. (2008). *Teoría económica de la empresa*. España: Dias de Santos.
- Hitt, M. (2008). *Administración estratégica, competitividad y globalización*. Santa Fe: Cengage Learning.
- Hurtado, D. (2008). *Principios de la administración*. Medellín: Fondo editorial ITM.
- Jaramillo, J. (2013). *El Arte de Hacer Par*. Bolívar: Pepe.
- Jones, C. (2007). *Macroeconomía*. Barcelona: Antonio Bosch.
- Juran, J. (2007). *Manual de control de calidad*. Barcelona: Reverte.
- KEAT, P. (2011). *Economía de Empresa*. Mexico: Pearson Educación.
- Longonecker, P. (2009). *Administración de Pequeñas Empresas*. Mexico: Cengage Learning.
- LLuis, C. (2012). *La producción, relación entre productos y procesos*. Madrid: Diaz de Santos.
- LLuis, C. (2012). *Organización de la Producción y Dirección de Operaciones*. Madrid: Dias de Santos.
- Mcdaniel, C. (2009). *Investigación de mercado*. Mexico: Thompson.
- Mendizabal, F. (2007). *Abejas*. Buenos Aires: Albatros.
- Miranda, J. (2005). *Gestión de proyectos*. Bogotá: MM Editores.
- Miranda, J. (2007). *Gestión de proyectos*. Bogotá: MM Editores.
- MORENO, J. (2008). *Procedimiento y Proceso Administrativo Práctico*. Madrid: Santillana.
- Pascual, R. (2008). *Microbiología alimentaria*. España: Diaz de Santos.
- Perez, J. (2008). *Control de la Gestión Empresarial*. Madrid: Esic.

- Perez, J. (2010). *Gestión por procesos*. Madrid: Esic.
- Perez, L. (2008). *Un método eficaz para elaborar estudios financieros para pequeños y medianos proyectos de inversión*. Costa Rica: CIDIA.
- Perez, L. (2009). *Método eficaz para la evaluación financiera de pequeñas y medianas alternativas de inversión*. Costa Rica: Instituto interamericano de cooperación para la agricultura.
- Ramirez, E. (2007). *Proyectos de inversión competitivos*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Stoner, F. G. (2007). *Administración*. Mexico: Prentice Hall, Hispanoamerica.
- Valencia, R. (2007). *Administración I*. España: Thompson.
- Villavicencio, M. (2009). *Beneficios de la soya en la alimentación humana y animal*. Colombia: Corpoica.
- Yeager, S. (2008). *Guía médica de remedios alimenticios*. Nueva York: Prevention.

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta realizada a consumidores de granola del cantón de Ibarra

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD**

Objetivos: Conocer la opinión de los consumidores en relación a las siguientes variables:

Variables a investigar:

- Comportamientos
- Hábitos
- Preferencias
- Frecuencia
- Tasa de consumo
- Tipo de presentación
- Características buscadas

Cuestionario:

1. ¿Se consume granola en su grupo familiar?
2. ¿Quién consume granola en su hogar?
3. ¿Con que frecuencia consume granola?
4. ¿Qué cantidad de granola se consume en su hogar mensualmente?
5. ¿Cuál es la presentación preferida a la hora de adquirir el producto?
6. ¿Cuáles son las características que busca en el producto?
7. En relación al precio, ¿Influye mucho en su decisión de compra?
8. ¿Cuál es medio de publicidad que utiliza más para mantenerse informado?

Gracias por su tiempo

Anexo 2: Encuesta realizada a comerciantes y productores de granola del cantón Ibarra

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD**

Objetivos: Conocer la opinión de los comerciantes del rubro respecto de las siguientes variables:

- Tasa de consumo
- Tipo de presentación
- Características buscadas
- Cantidad ofertada
- Presentación
- Calidad
- Principales oferentes

Cuestionario:

1. ¿Comercializa granola?
2. ¿Dónde adquiere el producto?
3. ¿Cuáles son las características más buscadas por el consumidor?
4. ¿Cuál es el formato preferido por sus clientes?
5. ¿Cuál es el tipo de envase preferido por sus clientes?
6. ¿Cómo fija el precio de venta al público?
7. ¿En cuánto vende el producto (por kilo)?
8. ¿Cómo promociona su negocio?

Gracias por su tiempo

Anexo 3: Imagen institucional

Frutos de Ibarra

Granola en base a Banano, soya, coco y miel de abeja



Ibarra - Ecuador

ANEXO 4 PROFORMA

PROFORMA N. 0089

CLIENTE: Magda Manzano

FECHA: 12 de Marzo del 2013

CI/RUC: 0201838570

Es un gusto para TECNOPLAZA atenderlos en su requerimiento, a continuación detallo la información solicitada.

DETALLE	CANTIDA D	V. UNITAR	V. TOTAL
Impresora Multifunción Canon MP280 3 en1 Impresora, escáner y copiadora.	1	80,36	80,36
Intel Dual Core i3 1,8Ghz, memoria de 2 GB ddr3, Disco de 500 Gb (+ \$36 500gb). Monitor LCD 16 pulgadas, obsequio mini mouse y parlante	1	535,71	535,71
		Subtotal	616,07
		Iva 12%	73,93
		TOTAL	690,00

- Garantía del producto: 1 Año
- Precio en efectivo

Cordialmente:

ISMAEL GODOY LARA

Gerente Propietario

TECNOPLAZA

Telefax: (06) 2642275 / 02 6042923

Celular: 087053483

Ibarra - Quito – Ecuador

