



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERIA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

**TRABAJO DE GRADO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ PERGAMINO SECO EN LA  
PARROQUIA APUELA DE LA ZONA INTAG, PROVINCIA DE  
IMBABURA.”**

**Previo a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y  
Auditoría CPA.**

**AUTORA: Maricela Rosero Flores  
DIRECTOR: Econ. Estuardo Ayala**

**Ibarra, julio, 2013**

## RESUMEN EJECUTIVO

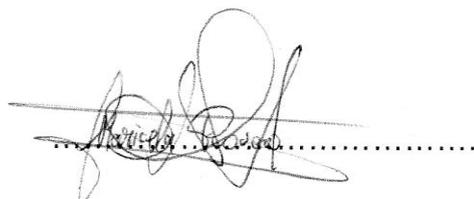
El presente **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ PERGAMINO SECO EN LA PARROQUIA APUELA DE LA ZONA INTAG, PROVINCIA DE IMBABURA”** se compone de siete capítulos que son: Diagnóstico Situacional, Marco Teórico, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Evaluación Financiera, Estructura Organizacional y Análisis de Impactos, ultimando con conclusiones con sus respectivas recomendaciones. El Diagnóstico situacional, se basa en un análisis del entorno del proyecto; trata aspectos sustanciales como el clima, la altitud, la infraestructura, las vías de acceso los mismos que son ejes cardinales para la implementación del presente estudio. El Marco Teórico se conforma de la investigación bibliográfica, con definiciones de temas relacionados al proyecto. El Estudio de Mercado se inició con la identificación del producto y las características del mismo, posteriormente se realizó entrevistas a representantes de Café Moro y Café Rio Intag, principales demandantes cafeteros. Se realizó también encuestas a pequeños productores de café, como también a un técnico conocedor del cultivo de café, se finalizó con la determinación de la demanda actual y el precio del producto con sus respectivas proyecciones a cinco años de vida útil del proyecto. El Estudio Técnico estableció la macro y micro localización, analizando la ubicación estratégica para el funcionamiento de la plantación de café, la determinación del flujo de procesos, los gastos generales, la materia prima y maquinaria, necesarias para la producción de café, así como la mano de obra directa e indirecta. La Evaluación financiera, en donde se verificó la rentabilidad del proyecto a través de criterios financieros como el TIR, VAN, CB. La Estructura Organizacional con la que operará la microempresa, puesto que toda organización debe contar en forma implícita o explícita con cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de la misma, y la determinación de filosofía institucional, con la misión y visión, finalmente el Análisis de Impactos el cual resume la viabilidad del proyecto.

## EXECUTIVE SUMMARY

This "FEASIBILITY STUDY FOR THE PRODUCTION AND MARKETING OF PARCHMENT COFFEE IN THE PARISH DRY ZONE Apuela INTAG, Imbabura Province" consists of seven chapters are: Situational Diagnosis, Theoretical Framework, Market Research, Technical Study, Evaluation Financial, Organizational Structure and Analysis of Impacts, finalized with conclusions with their recommendations. The situational diagnosis is based on an analysis of the environment of the project is substantial aspects such as climate, altitude, infrastructure, access roads are the same as cardinal axes for the implementation of this study. The Theoretical Framework is made up of library research, with definitions of issues related to the project. The market study began with the identification of the product and its characteristics, subsequently conducted interviews with representatives of Café Café Moro and Rio Intag, lead plaintiffs coffee. Was also conducted surveys to small coffee producers, as well as a technician from coffee connoisseur, was completed with the determination of the current demand and product price projections with their five-year life of the project. The Technical Study established the macro and micro localization, analyzing the strategic location for the operation of the coffee plantation, the determination process flow, overheads, raw material and machinery required for the production of coffee, and the direct labor and indirect. The financial evaluation, where performance was verified through project financial criteria such as IRR, NPV, CB. Organizational Structure with which microenterprises operate, since every organization must have implicitly or explicitly with a certain set of hierarchies and responsibilities assigned to members or components thereof, and determination of institutional philosophy, with the mission and vision finally Impact Analysis which summarizes the project road.

## AUTORÍA

Yo, **MARICELA ELIZABETH ROSERO FLORES**, portadora de la cédula de ciudadanía número **100301046-7**, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ PERGAMINO SECO EN LA PARROQUIA APUELA DE LA ZONA INTAG, PROVINCIA DE IMBABURA”** que no ha sido previamente presentada para ningún grado, ni calificación profesional, y que se han respetado las diferentes fuentes y referencias.



Firma

C.I. Nro. **100301046-7**

## CERTIFICADO ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el egresado **MARICELA ELIZABETH ROSERO FLORES** para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ PERGAMINO SECO EN LA PARROQUIA APUELA DE LA ZONA INTAG, PROVINCIA DE IMBABURA”** Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 29 días del mes de Abril del 2013.



.....  
**DIRECTOR: Economista Estuardo Ayala**

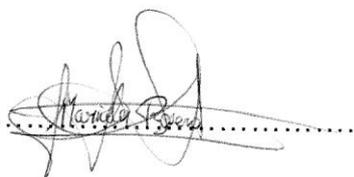
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO**

**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, **MARICELA ELIZABETH ROSERO FLORES**, con cédula de identidad Nro. **100301046-7**, 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 y 6 en calidad de autor de la obra o trabajo de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ PERGAMINO SECO EN LA PARROQUIA APUELA DE LA ZONA INTAG, PROVINCIA DE IMBABURA”** que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera 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 de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Firma.....



Nombre: **MARICELA ELIZABETH ROSERO FLORES**

Cedula. **100301046-7**

Ibarra, a los 29 días del mes de abril del 2013

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACION DE USO Y PUBLICACIÓN**

**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1.- IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

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

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

| <b>DATOS DE CONTACTO</b> |  |   |                   |
|--------------------------|--|---|-------------------|
| CÉDULA DE IDENTIDAD:     | DE   | <b>100301046-7</b>                      |                   |
| APELLIDOS Y NOMBRES:     | Y  | <b>MARICELA ELIZABETH ROSERO FLORES</b> |                   |
| DIRECCIÓN:               | <b>LUIS JARAMILLO PÉREZ Y DARIO EGAS 2-86<br/>- PILANQUÍ</b> |   |                   |
| EMAIL:                   | <b>marycela-roserofl@hotmail.com</b>                         |   |                   |
| TELEFONO FIJO:           | <b>065002044</b>   | TEFÉFONO MÓVIL:                         | <b>0987286086</b> |

| <b>DATOS DE LA OBRA</b>    |  |
|----------------------------|--|
| TÍTULO                     | <b>“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ PERGAMINO SECO EN LA PARROQUIA APUELA DE LA ZONA INTAG, PROVINCIA DE IMBABURA”</b> |
| AUTOR (ES)                 | <b>MARICELA ELIZABETH ROSERO FLORES</b>  |
| FECHA: AAAAMMDD            |  |
| SOLO PARA TRABAJO DE GRADO |  |
| PROGRAMA                   | <input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO   |
| TÍTULO POR EL QUE OPTA     | INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA<br>CPA   |
| ASESOR/DIRECTOR            | <b>Economista Estuardo Ayala</b>   |

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

Yo, **MARICELA ELIZABETH ROSERO FLORES**, con cédula de identidad Nro., **100301046-7**, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra a trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital de la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión, en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

### 3.- CONSTANCIAS

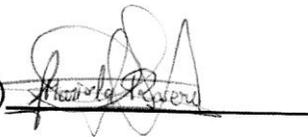
El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá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

Ibarra, a los 25 días del mes de marzo del 2013

**EL AUTOR**

**ACEPTACIÓN**

(FIRMA)



(FIRMA)

**NOMBRE: Ing. Betty Chávez**

**NOMBRE: MARICELA  
ELIZABETH ROSERO FLORES**

**C.C: 100301046-7**

**Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA**

Facultado por resolución de Consejo Universitario

## **DEDICATORIA**

A mi preciosa hija Hefziba Anahí, quien con su sonrisa me ha motivado a seguir adelante, para también a su futuro sostenerla, guiarle a culminar sus metas.

A mi esposo Carlos Parreño por su amor, comprensión y estar en todo momento con su apoyo y constancia para que culmine mis estudios.

A mis padres por haberme dado la vida y apoyarme incondicionalmente y ser la estimulación más grande para cumplir mis metas.

A mi tía Rocío Parreño por su amor y guía espiritual en el trayecto de mi vida.

**Maricela Rosero**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a todos quienes forman parte de la Universidad Técnica del Norte, de manera especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, que hicieron permisible la culminación del presente proyecto.

A mis profesores quienes me impartieron sus conocimientos durante la etapa estudiantil enseñándome a ser mejor en la vida.

Un agradecimiento especial a mi asesor Eco. Estuardo Ayala por su paciencia y orientación profesional e incondicional para hacer posible el presente trabajo de grado.

A mis hermanos que me han impulsado a ser un ejemplo de que se puede seguir adelante.

A mis suegros que con su ayuda pude culminar esta etapa de mi vida.

A mi tío Yonel Parreño por sus conocimientos en el proceso de cultivo del café y apoyo para culminar mi trabajo de grado.

A mis amigos quienes me acompañaron y colaboraron de una u otra forma en toda la trayectoria de elaboración de este proyecto.

**Maricela Rosero**

## JUSTIFICACIÓN

La elaboración del presente proyecto es una estrategia para la reducción de la pobreza, se basa en el crecimiento y la restauración del empleo en beneficio de la comunidad como gran prioridad de la política económica; la disminución de desigualdades; la creación de una atmósfera adecuada para el desarrollo de la agricultura, el fomento del progreso tecnológico; la sustentabilidad ambiental.

Con el establecimiento de estos cultivos se podrá aprovechar terrenos con pendientes moderadas y que tienen un potencial para cultivos perennes. El café Caturra Variedad Colombia, es una variedad de rápido crecimiento y es muy cotizado a nivel internacional que contribuye al desarrollo socio-económico de las zonas de influencia, servir al cliente con un producto de calidad para brindar un mejor servicio que se constituye en un grupo que está en constante crecimiento y desarrollo, considerando que el esfuerzo y trabajo diario son los únicos elementos para lograr excelencia en servicio y calidad en cada uno de sus aspectos.

El estudio de producción y comercialización es de gran ayuda para los integrantes de la comunidad, campesinos de la zona de Íntag, propietario y no propietarios que realice cualquier tipo de gestión dentro del proyecto y esto a su vez se refleje en entera satisfacción del cliente. Es viable puesto que se tiene información bibliográfica que puedan sustentar esta investigación, así como la colaboración de expertos en el tema, también existe la pre disposición y voluntad de la autora del proyecto y la orientación de los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas que asesoran a los futuros profesionales.

## **OBJETIVOS:**

### **OBJETIVO GENERAL.**

Realizar un estudio de factibilidad para la producción y comercialización de café pergamino seco en la parroquia Apuela de la zona de Intag, provincia de Imbabura.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS.**

- Realizar un diagnóstico situacional actual de los aspectos teóricos y prácticos del presente proyecto.
- Investigar las bases teóricas - científicas que respalden la propuesta del proyecto de producción y comercialización de café pergamino.
- Efectuar un estudio de mercado determinando las necesidades de la demanda y oferta.
- Establecer un estudio técnico para la implementación en instalaciones y equipamiento que se necesita para la producción y comercialización del café pergamino seco.
- Realizar un estudio económico de rentabilidad del proyecto.
- Proponer la estructura orgánica de la microempresa
- Determinar los principales impactos positivos o negativos en el ámbito respectivo al proceso estudiado.

## ÍNDICE GENERAL

| <b>CONTENIDOS</b>                                 | <b>PÁG.</b> |
|---|-------------|
| Portada   | i           |
| Resumen Ejecutivo                                 | ii          |
| Executive Summarize                               | iii         |
| Autoría   | iv          |
| Certificación                                     | v           |
| Cesión de derechos a la UTN                       | vi          |
| Autorización de uso y publicación favor de la UTN | vii         |
| Dedicatoria                                       | x           |
| Agradecimiento                                    | xi          |
| Justificación                                     | xii         |
| Objetivos del proyecto                            | xiii        |
| Índice de Contenidos                              | xiv         |
| Índice de Cuadros                                 | xix         |
| Índice de Gráficos                                | xx          |

### CAPITULO I

#### DIAGNOSTICO SITUACIONAL

|  |    |
|--|----|
| Antecedentes                                       | 21 |
| Reseña Histórica De Apuela                         | 22 |
| Geografía De La Parroquia Apuela                   | 23 |
| Altitud, Clima E Hidrografía                       | 24 |
| Atractivos Y Eventos Importantes                   | 24 |
| Gobierno Parroquial De Apuela                      | 26 |
| Contexto Socioeconómico                            | 26 |
| Transporte y vías de acceso de la Parroquia Apuela | 26 |
| Educación de la Parroquia Apuela                   | 27 |
| Infraestructura                                    | 27 |
| Salud en la Parroquia Apuela                       | 28 |
| Telecomunicaciones en Parroquia Apuela             | 29 |
| Determinación de Oportunidad de negocio            | 29 |
| Telecomunicaciones en Parroquia Apuela.            |    |

### CAPÍTULO II

#### MARCO TEÓRICO

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| Empresa                        | 30 |
| Clasificación de las Empresas  | 30 |
| Microempresa                   | 31 |
| Importancia de la Microempresa | 32 |
| Producción Agrícola            | 32 |
| Producción Del Café            | 36 |
| Historia del Café              |    |
| Variedades de granos de café   | 38 |

|   |    |
|---|----|
| Las Variedades de Café Arábigo                      | 38 |
| Café Robusta  | 40 |
| Café Ecuatoriano                                    | 40 |
| El Café como factor de Desarrollo Económico         | 41 |
| Estudio de Mercado                                  | 44 |
| Investigación de Mercado                            | 44 |
| El Mercado  | 45 |
| Selección del Mercado Meta                          | 46 |
| Producto  | 46 |
| Oferta  | 46 |
| Demanda   | 47 |
| Precio  | 48 |
| Comercialización                                    | 48 |
| Publicidad  | 48 |
| Estudio Técnico                                     | 49 |
| Tamaño del Proyecto                                 | 49 |
| Localización del proyecto                           | 49 |
| Macrolocalización                                   | 50 |
| Microlocalización                                   | 50 |
| Ingeniería del Proyecto                             | 50 |
| Proceso de Producción                               | 51 |
| Tecnología  | 51 |
| Inversiones   | 52 |
| Estudio Financiero                                  | 52 |
| Ingresos  | 53 |
| Egresos   | 53 |
| Costos de Producción                                | 54 |
| Gastos de Administración                            | 54 |
| Gastos de Ventas                                    | 54 |
| Gastos Financieros                                  | 55 |
| Depreciación  | 55 |
| Estados Financieros                                 | 55 |
| Estado de Situación                                 | 56 |
| Estados de Pérdidas y Ganancias                     | 56 |
| Estado de Flujo de Caja                             | 57 |
| Criterios de Evaluación                             | 57 |
| VAN   | 57 |
| TIR   | 57 |
| Costo Beneficio                                     | 58 |
| Normas Internacionales de Información Financiera    | 60 |
| Generalidades de las NIIF                           | 60 |
| Estudio Financiero Consolidado según las NIIF       | 61 |
| Notas a los Estudios Financieros según las NIIF     | 61 |
| Ingresos según las NIIF                             | 62 |
| Las Componentes de las NIIF                         | 63 |
| Elementos señalados en cada norma                   | 63 |
| NIIF 1: Adopción por primera vez                    | 64 |
| NIIF 2: Pagos basados en instrumentos de patrimonio | 64 |

|   |    |
|---|----|
| NIIF 3: Combinación de Negocio  | 65 |
| NIIF 5: Activos no corrientes mantenidos para la venta y actividades discontinuadas | 65 |
| Misión  | 66 |
| Visión  | 66 |
| Organismo Estructural   | 66 |
| Impactos  | 67 |
| Impactos Económico.   | 67 |
| Impactos Social.  | 67 |
| Impactos Ambiental  | 68 |

### **CAPITULO III**

|  |    |
|--|----|
| <b>ESTUDIO DE MERCADO</b>                            | 69 |
| Presentación   | 69 |
| Objetivos  | 70 |
| Objetivo general                                     | 70 |
| Objetivos Específicos                                | 70 |
| Variables Diagnósticas e Indicadores                 | 70 |
| Oferta   | 71 |
| Demanda  | 71 |
| Producción   | 71 |
| Comercialización                                     | 71 |
| Matriz De Relación                                   | 71 |
| Identificación de los productos y servicios          | 73 |
| Logotipo   | 73 |
| Rótulo   | 74 |
| Tarjetas de Presentación                             | 74 |
| Empaque  | 75 |
| Segmentación del Mercado y Determinación del Mercado |    |
| Meta   | 75 |
| Marco Muestral o Universo                            | 75 |
| Tamaño de la muestra                                 | 75 |
| Tabulación y procesamiento de la información         | 76 |
| Técnico productor café                               | 76 |
| Productores de Apuela                                | 80 |
| Representante de la Asociación Café Rio Intag.       | 86 |
| Representante de industria Café Moro                 | 87 |
| Análisis de la Demanda                               | 89 |
| Mercado Local  | 89 |
| Análisis de la oferta                                | 90 |
| Demanda Insatisfecha                                 | 92 |
| Precio   | 92 |
| Comercialización                                     | 93 |
| Publicidad   | 93 |
| Conclusiones   |    |

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| Tamaño del Proyecto           | 95  |
| Localización del Proyecto     | 95  |
| Macro Localización            | 95  |
| Micro Localización            | 96  |
| Ubicación del Terreno         | 97  |
| Ingeniería del Proyecto       | 98  |
| Flujo grama del proceso       | 101 |
| Inversión                     | 103 |
| Propiedad Planta y Equipo     | 103 |
| Capital de Trabajo            | 104 |
| Talento Humano                | 107 |
| Inversiones                   | 107 |
| Estructura del financiamiento |     |

## **CAPÍTULO V**

### **EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA**

|   |     |
|---|-----|
| Presupuesto de Ingresos                       | 109 |
| Presupuesto de Egresos                        | 110 |
| Costos de Producción                          | 110 |
| Materia Prima                                 | 110 |
| Mano de Obra Directa                          | 111 |
| Gastos Administrativos                        | 112 |
| Gastos de Ventas                              | 106 |
| Gastos Financieros                            | 106 |
| Depreciación.                                 | 108 |
| Estados Financieros                           | 109 |
| Estado de Situación Financiera                | 109 |
| Estado de Resultados                          | 110 |
| Estructura del Financiamiento                 | 110 |
| Costo de Capital y Tasa de Rendimiento Medio  | 111 |
| Estado de Flujo de Caja                       | 111 |
| Evaluación Financiera                         |     |
| Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)           | 112 |
| Cálculo de la Tasa Interna de Retorno ( TIR ) | 113 |
| Razón Beneficio Costo B/C                     | 114 |
| Periodo de Recuperación de la Inversión       | 114 |
| Análisis de Sensibilidad del Proyecto         | 115 |
| Punto de Equilibrio                           |     |

## **CAPITULO VI**

### **ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**

|  |     |
|--|-----|
| Razón Social                             | 127 |
| Misión                                   | 127 |
| Visión                                   | 127 |
| Principios y Valores                     | 127 |
| Conservación                             | 127 |
| Ecología                                 | 127 |
| Puntualidad                              | 127 |
| Honestidad                               | 128 |
| Trabajo en equipo                        | 128 |
| Actitud de Servicio                      | 128 |
| Optimismo                                | 128 |
| Compromiso                               | 128 |
| Innovación                               | 128 |
| Libre adhesión                           | 128 |
| Integración cooperativa                  | 128 |
| Organigrama Estructural                  | 129 |
| Manual de Funciones                      | 129 |
| Manual de Funciones del Gerente General  | 129 |
| Manual de Funciones del Contador         | 131 |
| Manual de Funciones del Vendedor         | 132 |
| Manual de Funciones del Técnico Agrónomo | 134 |
| Manual de Funciones del Jornalero        | 135 |

## **CAPÍTULO VII**

|                     |     |
|---------------------|-----|
| <b>IMPACTOS</b>     | 137 |
| Bases Teóricas      | 137 |
| Impactos            | 138 |
| Impacto Económico   | 138 |
| Impacto Social      | 139 |
| Impacto Empresarial | 140 |
| Impacto Ambiental   | 141 |
| Impacto General     | 142 |
| CONCLUSIONES        | 143 |
| RECOMENDACIONES     | 145 |
| BIBLIOGRAFÍA        | 147 |
| LICONGRAFÍA         | 150 |
| ANEXOS              | 151 |

## ÍNDICE DE CUADROS

| <b>CUADROS</b>   | <b>Pág.</b> |
|--|-------------|
| Cuadro N° 1, Matriz de relación                            | 72          |
| Cuadro N° 2, Género de los Encuestados                     | 80          |
| Cuadro N° 3, Edad de los Encuestados                       | 81          |
| Cuadro N° 4, Lugar de Residencia de los Encuestados        | 82          |
| Cuadro N° 5, Hectáreas de Cultivo                          | 83          |
| Cuadro N° 6, Punto de Venta del Café                       | 84          |
| Cuadro N° 7, Precio de Venta del Café                      | 85          |
| Cuadro N° 8, Demanda Actual                                | 89          |
| Cuadro N° 9, Demanda Año 2014                              | 90          |
| Cuadro N° 10, Demanda Proyectada                           | 90          |
| Cuadro N° 11, Oferta Rio Intag                             | 91          |
| Cuadro N° 12, Oferta Año 2013                              | 91          |
| Cuadro N° 13, Oferta Proyectada                            | 91          |
| Cuadro N° 14, Demanda insatisfecha                         | 92          |
| Cuadro N° 15, Precio para comercializar café pergamino     | 93          |
| Cuadro N° 16, Flujograma De Proceso                        | 102         |
| Cuadro N° 17, Propiedad Planta y Equipo                    | 104         |
| Cuadro N° 18, Activos Diferidos                            | 97          |
| Cuadro N° 19, Capital De Trabajo                           | 99          |
| Cuadro N° 20, S.B.U. de Año 2013                           | 99          |
| Cuadro N° 21, Sueldo Básico Unificado Mensual Proyectado   | 100         |
| Cuadro N° 22, Financiamiento De La Inversión               | 100         |
| Cuadro N° 23, Estructura del Financiamiento                | 101         |
| Cuadro N° 24, Proyección de ingresos                       | 102         |
| Cuadro N° 25, Materia prima                                | 104         |
| Cuadro N° 26, S.B.U. de la Mano de Obra Directa            | 112         |
| Cuadro N° 27, Mano de obra indirecta                       | 112         |
| Cuadro N° 28, Gastos generales de Administración           | 113         |
| Cuadro N° 29, Gastos de ventas                             | 114         |
| Cuadro N° 30, Cálculo cuota mensual                        | 114         |
| Cuadro N° 31, Tabla de amortización                        | 115         |
| Cuadro N° 32, Cuadro resumen de la Tabla de Amortización   | 116         |
| Cuadro N° 33, Depreciación de activos fijos                | 117         |
| Cuadro N° 34, Balance general                              | 117         |
| Cuadro N° 35, Estado De Resultados                         | 118         |
| Cuadro N° 36, Costo de capital y tasa de rendimiento medio | 119         |
| Cuadro N° 37, Flujo de caja                                | 119         |
| Cuadro N° 38, Valor actual neto                            | 120         |

|   |     |
|---|-----|
| Cuadro N° 39, Tasa interna de retorno                 | 121 |
| Cuadro N° 40, Beneficio costo                         | 122 |
| Cuadro N° 41, Período de recuperación de la inversión | 122 |
| Cuadro N° 42, Análisis de sensibilidad                | 123 |
| Cuadro N° 43, Identificación de costos                | 124 |
| Cuadro N° 44, Punto de equilibrio                     | 125 |
| Cuadro N° 45, Análisis del punto de equilibrio        | 125 |
| Cuadro N° 46, Criterios                               | 137 |
| Cuadro N° 47, Impacto Económico                       | 138 |
| Cuadro N° 48, Impacto Social                          | 139 |
| Cuadro N° 49, Impacto Empresarial                     | 140 |
| Cuadro N° 50, Impacto Ambiental                       | 141 |
| Cuadro N° 51, Impacto General                         | 142 |

## ÍNDICE DE GRAFICOS

| <b>Gráficos</b>  | <b>Pag.</b> |
|--|-------------|
| Gráfico N° 1, Mapa de Apuela.                                      | 22          |
| Gráfico N° 2, Ubicación Geográfica de Apuela                       | 23          |
| Gráfico N° 3, Reunión de Planificación en la Casa Cívica de Apuela | 25          |
| Gráfico N° 4, Casa de Salud de Apuela                              | 28          |
| Gráfico N° 5, Plantas de Café                                      | 33          |
| Gráfico N° 6, Origen del Café                                      | 36          |
| Gráfico N° 7, Granos de Café                                       | 38          |
| Gráfico N° 8, Logotipo   | 73          |
| Gráfico N° 9, Rotulo   | 74          |
| Gráfico N° 10, Tarjeta de presentación                             | 74          |
| Gráfico N° 11, Empaque Café  | 75          |
| Gráfico N° 12, Género de los Encuestados                           | 80          |
| Gráfico N° 13, Edad de los Encuestados                             | 81          |
| Gráfico N° 14, Lugar de Residencia de los Encuestados              | 82          |
| Gráfico N° 15, Hectáreas de Cultivo                                | 83          |
| Gráfico N° 16, Punto de Venta del Café                             | 84          |
| Gráfico N° 17, Precio de Venta del Café                            | 85          |
| Gráfico N° 18, Canal Directo de Distribución.                      | 93          |
| Gráfico N° 19, Mapa De Ubicación Imbabura                          | 95          |
| Gráfico N° 20, Mapa De Ubicación Intag                             | 96          |
| Gráfico N° 21, Mapa De Ubicación Del Proyecto                      | 97          |
| Gráfico N° 22, Distribución De Planta                              | 99          |
| Gráfico N° 23, Flujograma de proceso                               | 101         |
| Gráfico N° 24, Punto de Equilibrio                                 | 126         |
| Gráfico N° 25, Organigrama   | 129         |

## CAPÍTULO I

### 2. DIAGNOSTICO SITUACIONAL

#### 2.1. Antecedentes

Imbabura es una provincia del norte de la serranía de Ecuador, conocida como la provincia de los Lagos, porque en ella se encuentran la mayoría de lagos del país como son el lago San Pablo y las lagunas de Cuicocha y Yahuarcocha (lago de sangre en quichua). La capital de la provincia es la ciudad de Ibarra y las principales ciudades son Cotacachi, Otavalo, Atuntaqui, Pimampiro y Urcuqui, además de muchos otros puntos de interés, tiene dos zonas de tipo subtropical; la primera cálida y seca, conocida como el Valle del Chota y las cálidas y húmedas, conocidas como la zona de Íntag y la de Lita.- Imbabura tiene una población de 400359 habitantes, según los datos del INEC (2010) .

Cotacachi es el cantón más extenso de la provincia de Imbabura, ubicado a las faldas del volcán que lleva su mismo nombre. La ciudad fue fundada en la época colonial por Fray Pedro de la Peña, en 1824 fue elevado a la categoría de Cantón por Simón Bolívar, entre las habilidades destacadas de la gente de este cantón cuentan la artesanía (especialmente de la producción en cuero), gastronomía y el comercio.

Al tener la Zona de Íntag flanqueada por dos grandes cordilleras, los Andes hacia el oriente y el Toisán hacia el occidente. Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas (RECC) con más de 200.000 hectáreas. En Íntag se interceptan dos eco regiones de alta biodiversidad, el Chocó y los Andes tropicales, caracterizadas entre las más importantes áreas calientes.

Este estudio, se desarrollará en la parroquia de Apuela, ubicada en la zona de Íntag, cantón Cotacachi, su mayor parte se encuentra en plena zona andina de la cordillera occidental; su clima es templado, sub-andino

y subtropical, tiene páramos, y dentro de la parroquia es la que más ventajas tiene en el tema Café, pues tiene un conocimiento técnico de varios años en el cultivo, la producción, industrialización y comercialización de Café, tanto a nivel local, nacional e internacional, fortalezas para el proyecto en mención.

## 1.2. Reseña Histórica De Apuela

### Grafico N° 1

#### Mapa de Apuela.



**Fuente:** Google Map.

**Elaborado por:** ROSERO, Maricela

Apuela nace como parroquia en 1901 y fue erigida como parroquia civil el sábado 30 de marzo de 1901, según consta en el registro oficial numero 1360.

Se cuenta que en el siglo XIX el señor Puela donó una extensión de su tierra a un obispo para la construcción de la iglesia, con el fin de formar un pueblo. La iglesia de la parroquia fue la primera construcción, luego hicieron ocho casuchas con techo de paja. En 1913 se creó la escuela con un profesor que daba clases 3 días a la semana debido a que en el pueblo había enfermedades como la malaria, paludismo. La población de Apueleños era oriunda de San José de Minas en Pichincha, el pueblo empezó a crecer cuando se extinguieron las enfermedades por fumigaciones que hizo un técnico de la sanidad.

La gente entonces vivía de la ganadería, agricultura y sus productos eran transportados por los arrieros a Otavalo para venderlos. Había también comerciantes que traían sus productos y vendían de casa en casa, aunque esta profesión era peligrosa, a estos vendedores se les llamaba los cacharrereros.

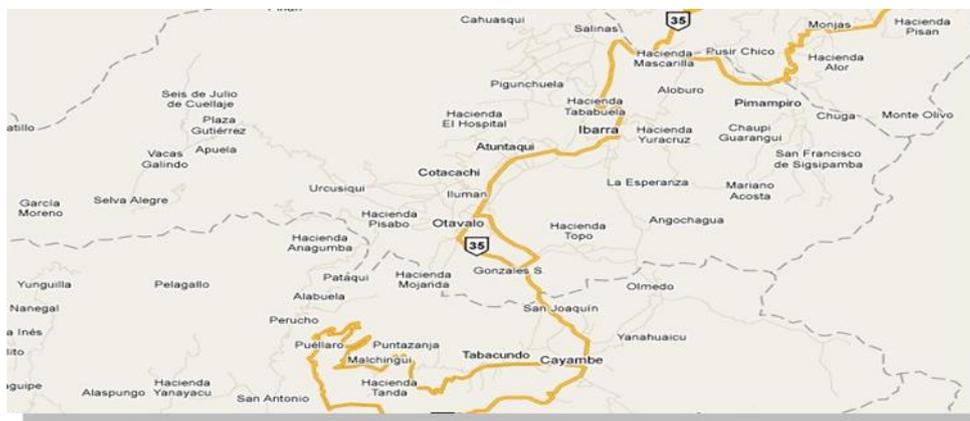
En los años 60 llegó la carretera a la parroquia, al llegar los primeros buses la gente era asombrada. Hoy en día Apuela se ha convertido en el centro de las organizaciones creadas hace pocos años y cada vez hay más negocios de comida, tiendas, cabañas. Y así el pueblo ha ido creciendo en todos los ámbitos y una de las tradiciones son las fiestas parroquiales que se ha hecho costumbre celebrarlas en el mes de julio. Entre quienes lucharon para que Apuela surja y se implemente la escuela, el colegio y la vía fueron Don Daniel Vergara, Hermogenes Rea, Eliecer Morales, (ya fallecidos).

### 1.3. Geografía De La Parroquia Apuela

Límites, Superficie, hidrología, climatología, relieve, accidentes geográficos, montañas.

Gráfico N° 2

#### Ubicación Geográfica de Apuela



Fuente: Google Map.

Elaborado por: ROSERO, Maricela

Apuela se encuentra en la Zona de Íntag que es la zona subtropical del Cantón Cotacachi, ubicada en el noroccidente del Ecuador, provincia de Imbabura. La parroquia de Apuela es parte del corredor regional biológico del Choco, por ello reviste una importancia especial desde el punto de vista de equilibrio medioambiental local y global, acciones que tienden hacia un desarrollo realmente sostenible en zonas habitadas sirve de amortiguamiento de las reservas de bosque primario existentes (Reserva Cotacachi-Cayapas, bosques protectores, reservas comunitarias y bosque particulares y reservas hídricas con fines conservacionistas).

#### **1.4. Altitud, Clima E Hidrografía**

Se encuentra en su mayor parte en plena zona andina de la cordillera occidental, al pie del Cotacachi. Se asienta entre los 1.600 y 2.000 metros de altitud, esta es la altitud ideal para los cultivos de Café aromático que tiene gran demanda a nivel mundial; su clima es templado, sub-andino y sub-tropical. Tiene páramos. Las precipitaciones medias anuales de lluvia van desde 1000 a 3000 milímetros, la temperatura promedio de 18<sup>a</sup>. Sus principales ríos son el Apuela y el Toabunche.

#### **1.5. Atractivos Y Eventos Importantes**

- El Apuc- Hila, ubicado en la loma de Pueblo Viejo
- Feria, domingo.
- Ruta de caminata. Pucará, Cazarpamba, Irubi, Guamirla, Piñan
- Ríos cristalinos.
- Trapiches.

#### **1.6. Gobierno Parroquial De Apuela**

El Gobierno Parroquial de Apuela, es una persona jurídica de derecho público, con atribuciones y limitaciones establecidas en la Constitución Ecuatoriana y demás leyes vigentes, con autonomía Administrativa, Económica y Financiera para el cumplimiento de sus

objetivos. Se rige por el Reglamento General de la Ley Orgánica de Juntas Parroquiales Rurales, publicado en el Registro Oficial No. 193 del 27 de Octubre del 2000; sus representantes son elegidos de manera democrática, tiene entre sus objetivos; consolidar la identidad cultural de los pueblos y nacionalidades de las comunidades, promover la organización comunitaria, fomento a la producción, la seguridad sectorial y el mejoramiento del nivel de vida de la población, además fomentar la cultura y el deporte de la Parroquia. Apuela Zona Subtropical de Íntag, con civilizaciones que trabajan para alcanzar el desarrollo sostenible.

En la actualidad, el Gobierno local desarrolla un plan de acciones específico para mejorar la calidad de vida a través de algunas estrategias como la inserción del tejido social artesanal y comunitario local, siendo por el momento el responsable de la dinamización de la economía local, priorizando productos (alimentos y artesanías) transformados a base de materias primas de la agricultura parroquial: café, frutas, fibras naturales, caña de azúcar, lácteos, etc. A más de las comunidades integrantes, están vinculadas otras organizaciones y grupos que se benefician del trabajo de conjunto del Gobierno local.

### **Gráfico N° 3**

#### **Reunión de Planificación en la Casa Cívica de Apuela**



**Fuente:** [www.organizacionespuela.com](http://www.organizacionespuela.com)

**Elaborado por:** ROSERO, Maricela

El objetivo del Gobierno local de Apuela es promocionar la solidaridad, social mediante la ejecución de proyectos y programas alternativos de desarrollo sustentable que propendan el mejoramiento de vida de los habitantes, los recursos naturales procurando la armonía social, natural y económica del entorno.

### **1.7. Contexto Socioeconómico**

Desde hace años los habitantes que son alrededor de 1909 según censo 2010 INEC en la parroquia de Apuela zona de Íntag del cantón del Cotacachi, Ecuador, han hecho frente a las agresiones de las multinacionales mineras, que arrasan bosques, ríos y fincas con la contaminación y la tala indiscriminada de árboles de una reserva natural que pertenece a la comunidad, situada sobre un yacimiento de cobre y que es utilizada por las comunidades de Íntag para un exitoso programa de turismo responsable.

Con esta situación, no solo están afectadas las comunidades de la zona, sino también las organizaciones sociales e instituciones del cantón. Una de las actividades económicas más importantes es la agricultura, también la manufacturera artesanal y la actividad turística.

En los últimos años, la producción agrícola se ha reducido debido a la crisis general de la agricultura en el país, víctima de actividades como el dumping o la deslocalización del cultivo, que hace que el mercado interno esté cada vez más copado por productos foráneos en detrimento de la producción autóctona campesina. Las dificultades de acceso y los escasos recursos económicos y de infraestructura hacen que la vida de sus habitantes sea una lucha cotidiana.

### **1.8. Transporte y Vías de Acceso de la Parroquia Apuela.**

La principal vía para llegar a Cotacachi se encuentra en la carretera Otavalo, Ibarra si es viniendo por el sur luego de la ciudad de

Otavaló. Algunos kilómetros después de la salida se ubica luego del sector de Carabuela, un ramal o partidero turístico donde se encuentra un gran rótulo de "Bienvenida a la ciudad de Cotacachi". A la parroquia de Apuela ingresa cada día los transportes Otavaló, 6 de Julio e Imbabura pack, entran 4 veces a la parroquia Apuela y sale 5 veces, un bus aloja – máximo- a treinta y cinco a cuarenta personas. De manera que los pobladores tienen que ubicar diferentes mecanismos de movilización, dado el caso que quieran salir a las grandes urbes cercanas (Otavaló o Ibarra) para adquirir víveres, abonos para las tierras o realizar trámites en las dependencias del Gobierno Central. Las vías de acceso son de tercer orden por lo que se dificulta la fácil movilidad de propios y extraños, especialmente de vehículos pequeños, el viaje tiene una duración aproximada de dos horas y media hasta llegar a la plaza de Apuela que es el sitio de encuentro de sus habitantes.

### **1.9. Educación de la Parroquia Apuela**

El presidente de la Junta Parroquial de Apuela, Oswaldo Erazo, resaltó que las instalaciones educativas de su parroquia no abastecen la demanda, porque es donde se concentra la mayor parte de estudiantes

#### **Escuelas y colegios:**

ANTONIO PROAÑO REYES, Prov.: IMBABURA, Cantón: COTACACHI,  
Parroquia: APUELA. UNIDAD EDUCATIVA

### **1.10. Infraestructura**

- Vías en mal estado desde el ingreso a la zona Íntag hasta Apuela.
- Escasa señalización, que dificulta llegar a los atractivos turísticos de la zona.
- No hay Baños públicos que brinden servicio a turistas.
- Escasos restaurantes para atender al turismo
- Inexistencia de lugares de diversión (discotecas, bares).

### 1.11. Salud en la Parroquia Apuela

La parroquia de Apuela, cuenta con las instalaciones del nuevo Sub Centro de Salud, donde la atención en varias especialidades es de forma gratuita, especialmente en pediatría, medicina general, cirugía, odontología, ginecología.

El trabajo fue arduo de todos los profesionales de la salud que se dieron cita en el Sub Centro de Salud de Apuela.

#### Grafico N° 4

#### Casa de Salud de Apuela



**Fuente:** Google

**Elaborado por:** ROSERO, Maricela.

Un subcentro de salud es un establecimiento muy frecuente en regiones alejadas o de escasos recursos, ya que constituyen una contención sanitaria y social inmediata.

El centro de salud suele ser un lugar destinado a la atención primaria. En caso que el paciente requiera de una atención más completa, compleja o específica, es derivado a otro tipo de lugar, como un hospital o clínica

En el exterior de la nueva edificación, se visualizó varios stands en donde los visitantes recibieron varias charlas para el mejoramiento de los hábitos de salud de la población, la alimentación ancestral se hizo presente en los stand presentados, deliciosos platos con recetas de los ancestros fueron

degustados por quienes querían saber más de esta cosmovisión alimenticia.

El Gobierno Nacional destinó para el Sub Centro de Salud de Apuela apuerto 52 mil dólares para la construcción de la nueva edificación y 100 mil dólares en equipos médicos fueron entregados por las Juntas de Navarro y Castilla de la Mancha de España. 253 mil 500 dólares para construcción y adecuaciones fueron aportados por la Municipalidad de Cotacachi.

Pilar Mutre, Directora del Sub Centro de Salud de Apuela, manifestó la satisfacción por las nuevas instalaciones, destacando que la necesidad de un nuevo espacio era una prioridad, “antes teníamos 200 metros cuadrados para atender y esto era una incomodidad, ahora contamos con 1000 metros cuadrados en donde dotaremos una mejor calidad en la atención, esperamos que con el tiempo se nos pueda dotar de los profesionales específicos para cada una de las áreas de atención”.

#### **1.12. Telecomunicaciones en Parroquia Apuela.**

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones, CNT, regional Ibarra, da el servicio en la parroquia Apuela, zona de Íntag, cantón Cotacachi, como telefónico convencional, de los celulares la población ocupa Claro porque tiene mejor señal en los puntos altos de varios sectores de la parroquia Apuela.

#### **1.13. Determinación de oportunidad de negocio**

La provincia de Imbabura es prodigiosa por la variedad de climas, de altitud, de etnias, la cultura gastronómica, infinidad de productos agrícolas que se pueden cultivar, especialmente en lo que respecta al café, como un producto que tiene acogida o demanda en muchos países. En el caso de la parroquia Apuela tiene todas las condiciones para el cultivo del

mencionado producto, se cuenta con vías en buen estado para el transporte de esta fruta, por lo que es necesario realizar un **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ PERGAMINO SECO EN LA PARROQUIA APUELA DE LA ZONA INTAG, PROVINCIA DE IMBABURA.”**

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Empresa

SANCHEZ, Rubén (2005) pág. 1 manifiesta: “Empresa como la entidad u organización la que se establece en un lugar determinado con el propósito de desarrollar actividades relacionadas con la producción y comercialización de bienes y servicios en general, para satisfacer las diversas actividades de la sociedad.

Adolfo Ruiz de Velasco y del Valle (2007) Pág. 27 señala: “El concepto de empresa es una elaboración de la ciencia de la Economía y son muchas las definiciones que desde el punto de vista económico se han dado sobre ella. La empresa es la organización de los factores de la producción con el fin de obtener una ganancia ilimitada”.

Es la más común y constante actividad organizada por el ser humano, la cual, involucra un conjunto de trabajo diario, labor común, esfuerzo personal o colectivo e inversiones para lograr un fin determinado

##### 2.1.1. Clasificación de Empresas.

SANCHEZ, Rubén (2005) pág. 14 manifiesta: “las empresas se clasifican bajo los siguientes criterios:

Según su Naturaleza: Industriales, Comerciales y de Servicios

Según al sector al cual pertenece: Públicas, Privadas y Mixtas

Según a la integración del capital: Unipersonales, Sociedad o Compañía, Sociedad de Personas, Sociedad de Capital”

## **2.2. Microempresa**

TORRES, Luis (2005) Pág. 7 indica: “Microempresa es el conjunto organizado de recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros, destinados a desarrollar actividades de producción, comercio o servicio, con la finalidad de obtener beneficios económicos y personales. Su capital máximo es de US\$25.000 y el número de trabajadores no supera los 10, incluyendo el dueño”.

MONTEROS, Edgar (2005) pág. 15 expresa: “la microempresa puede ser definida como una asociación de personas que operando en forma organizada, utilizan sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y la prestación de servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación.”

Una microempresa es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma.

La creación de una microempresa puede ser el primer paso de un emprendedor a la hora de organizar un proyecto y llevarlo adelante. Al formalizar su actividad a través de una empresa, el emprendedor cuenta con la posibilidad de acceder al crédito, contar con aportes jubilatorios y disponer de una obra social.

La microempresa puede enmarcarse dentro de las pequeñas empresas. Se trata de compañías que no tienen una incidencia significativa en el mercado (no vende en grandes volúmenes) y cuyas actividades no

requieren de grandes sumas de capital (en cambio, predomina la mano de obra).

### **2.2.1. Importancia de la Microempresa:**

<http://www.mipymes.gov.co/microempresario/NewsDetail.asp?ID=89&IDCompany=45> generaliza: “La importancia del sector micro empresarial de un país, lo constituye su contribución desarrollo como medio para adelantar procesos eficientes de distribución del ingreso y generación de empleo.”

Las microempresas abarcan una parte importante del empleo. Sea que representen un cambio en la estructura del empleo o más bien una nueva manera de visualizarla, se les otorga una creciente atención. Las microempresas son vistas como una nueva y potente alternativa para enfrentar problemas de empleo, desigualdad y pobreza, a escala nacional y mundial

### **2.3. Producción Agrícola.-**

La agricultura es una de las actividades primarias, que consiste en la extracción de alimentos y otros elementos útiles provenientes de la siembra.

### **2.4. Producción Del Café.-**

Café se denomina al alimento consumido frecuentemente como bebida que se obtiene por infusión a partir de los frutos y semillas del cafeto, que contiene una sustancia estimulante llamada cafeína. Por extensión, también designa el lugar de consumo del mismo, una cafetería o bistró.

El cultivo del café está muy extendido en numerosos países tropicales, en especial Brasil, que concentra poco más de un tercio de la producción mundial. El café es uno de los principales productos de origen agrícola

comercializados en los mercados internacionales y a menudo supone una gran contribución a las exportaciones de las regiones productoras.

Se produjeron un total de 6,7 millones de toneladas de café anualmente entre los años 1998 y 2000, y se espera que se eleve la cifra a 7 millones de toneladas anualmente en 2010.

A partir de la semilla tostada y molida se elabora la infusión conocida por el mismo nombre. En Costa Rica, España, Portugal y Río de la Plata es frecuente el consumo de café torrado o torrefacto (tostado en presencia de azúcar). Suele tomarse como desayuno o en la sobremesa después de las comidas, y es una de las bebidas sin alcohol más socializadoras en muchos países. Existen casi tantas formas de preparar esta bebida como consumidores, pero la más popular, aparte de tomarlo solo, es la que lleva leche, aunque también se le suele añadir crema o nata, leche condensada, chocolate o algún licor. Se sirve habitualmente caliente, pero también se puede tomar frío o con hielo.

La industria del café mueve en la actualidad 70.000 millones de dólares al año, cifra superada únicamente por el petróleo en lo que se refiere a exportaciones a escala mundial, según la revista Investigación y Ciencia.

### **Grafico N° 5**

#### **Plantas de Café La botánica y el café**



Cafeto (*Coffea arabica*). Plantación en Brasil.



Flores del cafeto (*Coffea arabica*).



Frutos del cafeto (*Coffea arábica*) madurando.

**Fuente:** Google

**Elaborado por:** ROSERO, Maricela

Los cafetos son arbustos de las regiones tropicales del género *Coffea*, de la familia de los rubiáceos. Dos son las especies que se utilizan para la preparación de la bebida, aunque también se han probado otras especies del género *Coffea* con gran éxito y difusión.

- *Coffea arábica* o *cafeto arábica* es la que se cultiva desde más antiguamente, y representa el 75 por ciento de la producción mundial de café. Produce un café fino y aromático, y necesita un clima más fresco. El cultivo del *arábica* es más delicado, menos productivo y está reservado a tierras altas de montaña, entre 900 y 2.000 msnm. Originario de Etiopía, hoy en día se produce en países como Brasil, Camerún, Colombia, Costa Rica, Panamá, Cuba, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, Haití, Jamaica, Java, Kenia, México, Perú, Bolivia, Puerto Rico, República Dominicana, El Salvador, Tanzania, Honduras y Venezuela.
- *Coffea canephora* o *cafeto robusta* ofrece una bebida rica en cafeína; fuerte y más ácido, usualmente usado para la fabricación

de café soluble o instantáneo y mezclas. El *robusta* se adapta a terrenos llanos, con rendimientos más elevados. Originario del Congo Belga (actualmente República Democrática del Congo), hoy en día se cultiva no sólo en África (Costa de Marfil, Angola y el propio Zaire), sino también en India, Indonesia, Madagascar, Brasil y Filipinas. Es más resistente que el arábico (de ahí su nombre de «robusta»).

Los cafetos son arbustos con hojas persistentes y opuestas, que agradecen disponer de algo de sombra. Producen frutos carnosos, rojos o púrpuras, raramente amarillos, llamados *cerezas de café*, con dos núcleos, cada uno de ellos con un grano de café (la cereza de café es el ejemplo de una drupa polisperma). Cuando se abre una cereza, se encuentra el grano de café encerrado en un casco semirrígido transparente, de aspecto apergaminado, que corresponde a la pared del núcleo. Una vez retirado, el grano de café verde se observa rodeado de una piel plateada adherida, que se corresponde con el tegumento de la semilla.

Aunque sea técnicamente posible producir variedades de café genéticamente modificados que contengan un gen tóxico para los insectos o que produzcan un grano sin cafeína, ninguno se comercializa por el momento. La única experiencia de plantación en pleno campo organizada por el CIRAD en la Guyana Francesa fue destruida por algunos militantes anti-Organismo genéticamente modificado.

La principal enfermedad del café es la roya y está causada por el hongo (fungi), que le da una coloración característica a las hojas e impide la fotosíntesis de la planta. En 1869, este parásito destruyó completamente, en un período de 10 años, las plantaciones de Sri Lanka, antes prósperas. Desde entonces, este parásito pasó a ser ubicuo. Prolifera sobre todo en las plantas de arábica. El robusta parece ser bastante resistente.

Los escólitos del café atacan indiferentemente a las plantas de robusta y de arábica, destruyendo los granos. La amenaza que representan estos insectos es considerable, tanto más que su resistencia a los insecticidas aumenta.

#### 2.4.1. Historia del Café

##### Grafico N° 6 Origen del Café



**Fuente:** Google

**Elaborado por:** ROSERO, Maricela

El árbol de café tiene su centro de origen en la lejana Abisinia (en la geografía actual Etiopía), en el Nororiente de África. En el mundo sobresalen por su importancia comercial, la especie de los cafés arábigos y los de los cafés robustos. La primera especie abarca casi las tres cuartas partes de la producción mundial y se cultiva principalmente en Centro y Sur de América. El cafeto es probablemente originario de la provincia de Kafa, en Etiopía, pero la cuestión no está resuelta completamente.

Una leyenda muy comentada y difundida sobre el origen del café es la de un pastor de Abisinia (actual Etiopía), llamado Kaldi, observó el efecto tonificante de unos pequeños frutos rojos de arbusto en las cabras que lo habían consumido en los montes, efecto comprobado por él mismo al renovarse sus energías.

Kaldi llevó unas muestras de hojas y de frutos a un monasterio, donde los monjes por curiosidad las pusieron a cocinar. Al probar la bebida la

encontraron de tan mal sabor, que arrojaron a la hoguera lo que quedaba en el recipiente. Los granos a medida que se quemaban, despedían un agradable aroma. Fue así como a uno de los monjes se le ocurrió la idea de preparar la bebida a base de granos tostados.

Parece que las tribus africanas, que sabían del café desde la antigüedad, molían sus granos y elaboraban una pasta utilizada para alimentar a los animales y aumentar las fuerzas de los guerreros. Su cultivo se extendió en primer lugar en la vecina Arabia, llevado probablemente por prisioneros de guerra, donde se popularizó aprovechando la prohibición del alcohol por el Islam. Yemen fue un centro de cultivo importante, desde donde se propagó al resto del mundo árabe.

Los datos arqueológicos disponibles hoy en día sugieren que el café no fue «domesticado» antes del siglo XV: el proceso de elaboración de la bebida, largo y complejo, explica quizás el descubrimiento tardío de las virtudes de las semillas del cafeto, poco atractivas inicialmente. Los recientes descubrimientos (1996) de un equipo arqueológico británico, aún por confirmar, dejan entrever la posibilidad de que el consumo comenzara a partir del siglo XII, en Arabia.

En 1722 se encuentra café en Cayena y en 1730 en La Martinica. En 1731 en Centro América precisamente en Jamaica y Santo Domingo. Desde Santo Domingo el cultivo de café se extiende al resto de los actuales países productores de América, y específicamente de Martinica, cuenta la Leyenda que entra a Colombia, las primeras semillas a través de un sacerdote Jesuita, por el Orinoco y de Colombia a Ecuador y Perú.

Son cafés que provienen de una región o finca, con cualidades únicas, debido a que crecen en sitios especiales. Son vendidos de igual manera al consumidor final sin ser mezclados con otras calidades o cafés provenientes de otros orígenes. Los clientes los prefieren por sus especiales atributos en su sabor y aroma.

## 2.4.2. Variedades de granos de café

Los granos de café, según su procedencia, tienen generalmente características distintivas como sabor (los criterios sobre el sabor incluyen términos como «cítrico» o «terroso»), contenido, cuerpo y acidez. Éstos dependen del ambiente local donde crecen las plantas de café, su método de proceso, y la subespecie genética o varietal. Así, los cafés presentan un gran abanico de sabores, y las variedades más valoradas y más raras alcanzan precios muy elevados.

Los principales géneros de café sembrados en el mundo son los cafés arábigos y los cafés robustos; en América Latina solamente se cultivan los cafés arábigos, los cuales producen una bebida suave, de mayor aceptación en el mercado internacional y de mejor precio.

### Gráfico N° 7

#### Granos de Café



Granos de café, Izd. Robusta, Dcha. Arábica

Fuente: Google

Elaborado por: ROSERO, Maricela

### 2.4.2.1. Las Variedades de Café Arábigo

Los cafés arábigos es una de las especies la más antigua. Crece en mesetas o en montañas dentro de las regiones situadas entre los 700 y 2,000 metros, dentro de las zonas intertropicales, sobretodo en Latinoamérica, América Central y en algunos países de África.

Relativamente frágil, es particularmente sensible a las enfermedades (roña del café). A este tipo de café le gusta un clima tropical (temperatura óptima entre 17 y 23 grados C; controlada por la altitud). La arábica representa los  $\frac{3}{4}$  de la producción mundial. Es un café apreciado por sus calidades aromáticas y por la finesa de su sabor. Entre los países productores de café arábica destacan: Brasil, Camerún, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Haití, Jamaica, java, Kenia, México, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Salvador, Tanzania y Venezuela.

Las variedades de porte alto, Maragogipe, Tabí, Típica y Borbón, son de entrenudos más largos, lo que les hace de mayor altura, y por el gran tamaño de sus órganos como hojas, flores, frutos y semillas.

Las variedades Caturra y Caturra Variedad Colombia son de porte bajo, muy parecidas, se pueden sembrar hasta 10000 cafetos en una hectárea y por su tamaño hace más fácil la cosecha.

El café Caturra es originario del Brasil, según Krug et al (1949) del Estado de Minas Gerais, a partir de mutaciones de la Variedad Borbón, procedente de ese país, fue introducida a Colombia en 1952, y se difundió a partir de 1960, muy similar a la variedad Borbón pero de entrenudos cortos, lo que le da un porte bajo, y de crecimiento compacto, de alta productividad, tienen los cogollos de color verde más claro que el resto de las hojas y son más redondas.

El Café Variedad Colombia de gran resistencia a la roya del cafeto, en materiales sobresalientes de la colección de germoplasma de Cenicafé, se decidió la obtención de una variedad con resistencia a la enfermedad a través de cruzamiento entre plantas que complementaran sus atributos agronómicos y la resistencia genética a roya. Los progenitores seleccionados fueron la variedad Caturra de Coffee arábica, con el híbrido de Timor, su cogollo de las plantas es bronceado.

#### **2.4.2.2. Café Robusta**

El café canéfora robusta fue descubierto en el Congo Belga (actualmente Zaire) a finales del siglo XIX. Crecía en un estado salvaje en los bosques de la zona tropical africana. Hoy en día se cultiva sobretodo en África pero también en India, Indonesia, Madagascar, Brasil y Filipinas. La robusta crece en planicies y le gusta el clima tropical húmedo. La robusta crece con mayor rapidez que la arábica. Más vigorosa que la arábica (de ahí su nombre de “robusta”), resiste mejor a las enfermedades y su rendimiento es más elevado.

Sabor más fuerte, suele ser empleado para mezclar con otros cafés. Los países productores más importantes son Costa de Marfil, Angola y Zaire.

#### **2.4.3. Café Ecuatoriano**

El café, ha sido uno de los cultivos que se han destacado en las exportaciones agrícolas del país, el mismo que conjuntamente con el cacao y el banano han constituido fuente de empleo y de divisas por décadas para la economía ecuatoriana, dieron origen al desarrollo de otras importantes actividades económicas como el comercio, la industria, entre otras.

Las familias realizan la producción agrícola de la zona en pequeñas extensiones, integrando cultivos, crianza de animales y protección ambiental. La tierra, el agua y el bosque se atienden desde el concepto de finca integral, mediante trabajo organizado, valores de justicia y solidaridad, tecnologías alternativas y producción orgánica.

Las prácticas agrícolas permiten mantener el ecosistema, fomentar el desarrollo de manera sostenible y garantizar la soberanía alimentaria a las familias campesinas.

#### **2.4.4. El Café como factor de Desarrollo Económico**

Los altibajos del mercado en 1830 incitan a los empresarios de Brasil a pasar de la explotación del oro a la del café, hasta entonces reservada al consumo local. Esta decisión se acompaña de importantes inversiones, como, por ejemplo, la creación de una red de cerca de 7.000 km de ferrocarril entre 1860 y 1885 para hacer frente a la enorme necesidad de mano de obra. Las principales regiones afectadas por este desarrollo son las de Río de Janeiro y los estados del sur del país de tierras fértiles y clima propicio (São Paulo), principales productoras de café.

Entre la abolición de la esclavitud en 1888 y en el año 1928, la fuerza de trabajo es reforzada por una inmigración masiva: 3,5 millones de trabajadores llegan desde Portugal, Italia, España, Alemania y Japón principalmente. Sólo en São Paulo, el número de nuevos inmigrantes es de 201.000 entre 1884 y 1890 y más de 733.000 entre 1891 y 1900. El rendimiento de la producción de café aumenta. En 1880, São Paulo produjo 1,2 millones de sacos (25% de la producción total), en 1888 2,6 millones (40%), en 1902, 8 millones de sacos (60%). El café representa entonces un 63% de las exportaciones del país. Las ganancias logradas por este comercio permiten un crecimiento económico sostenido en el país.

El plazo de cuatro años entre la plantación de un cafeto y la primera cosecha amplía las variaciones estacionales en el precio del café. El Gobierno se ve pues obligado, hasta cierto punto, a mantener los precios con subvenciones en períodos de fuerte producción. Esta política de mantenimiento de los precios tiene como efecto negativo una inflación de las plantaciones en São Paulo, dando como resultado una enorme superproducción a principios de los años 1930.

En Colombia el café es fuente de ingresos para muchas familias, especialmente del Eje cafetero en el centro del país. Colombia exporta su

café a países como Estados Unidos, Japón, Alemania, Portugal, Suecia, España, Ecuador, entre otros países consumidores. Para un país como Colombia, en proceso de desarrollo económico, es ventajoso comercializar productos que tengan el mayor valor agregado posible, no solo por los mayores ingresos de divisa que representa, sino también por la mayor contribución al incremento del empleo, la formación de capital y el avance tecnológico. Colombia desde hace más de 20 años exporta cafés procesados. Hoy en día los tipos de cafés elaborados en el país son: café tostado y molido, soluble, liofilizado y extracto de café. La industria torrefactora la constituyen alrededor de 129 empresas, 12 de las cuales prácticamente conforman "la gran industria" y manejan casi el 85% de la producción destinada al consumo interno. El café colombiano también es transformado y utilizado por las industrias de confites, gaseosas, medicamentos y cosméticos, entre otros.

## **2.5. La Administración**

ROBINS Stephen, David De Cenzo (2012) menciona: "El termino administración se refiere al proceso de conseguir que se hagan las cosas, con eficiencia y eficacia, a través de otras personas y junto con ellas. La administración se encarga de resumir actividades en términos de eficiencia". Pag 5.

La administración se define como el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas trabajando en grupo alcance con eficiencia metas seleccionadas. Esta se aplica a todo tipo de organizaciones bien sean pequeñas o grandes empresas lucrativas y no lucrativas, a las industrias manufactureras y a las de servicio.

En fin la administración consiste en darle forma, de manera consistente y constante a las organizaciones. Todas las organizaciones cuentan con personas que tienen el encargo de servirle para alcanzar sus metas, llamados Gerente, administradores etc.

### **2.5.1. Importancia de la Administración**

DECENZO, Robbins; MOON Henry, (2009), afirman que la administración es importante puesto que se encarga de reducir los costos al mínimo, pero no basta para conseguir la eficiencia. La Administración también se encarga de concluir actividades.

De modo que, la administración es el proceso racional de planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de producción, mercadeo, finanzas, desarrollo del potencial humano, que realizan las organizaciones, de modo que se lleven a cabo en forma eficiente y eficaz.

### **2.5.2. Proceso Administrativo**

Darío Hurtado (2008), señala: “El proceso administrativo, es la herramienta que se aplica en las organizaciones para el logro de sus objetivos y satisfacer sus necesidades lucrativas y sociales. Si los administradores realizan debidamente su trabajo a través de una eficiencia y eficaz gestión, es probable que la organización alcance sus metas”. Pág 47

#### **2.5.2.1. Elementos del proceso administrativo**

El proceso de administración se refiere a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa y dirigir y controlar sus actividades.

GRIFFIN Ricky, (2011) señala:

- Planeación y toma de decisiones: determinar los cursos de acción, significa establecer las metas de la organización.

- Organización: coordinar actividades y recursos.
- Dirección: motivar y administrar a las personas.
- Control: monitorear y evaluar las actividades”. Pág. 8-9

De lo anterior, se entienden por elementos del proceso administrativo aquellos pasos o etapas básicas a través de los cuales se realiza la administración. Las diversas funciones del administrador, en conjunto, conforman el proceso administrativo. Por ejemplo, planeación, organización, dirección y control, consideradas por separado, constituyen las funciones administrativas, cuando se toman como una totalidad para conseguir objetivos, conforman el proceso administrativo.

## **2.6. Estudio de Mercado**

KOTLER, Filit (2002) pág. 180 define: “Estudio de mercado como la recogida, análisis y comentario sistemático de datos y hechos que se refiere a una situación de mercado, se trata de un proceso sistematizado y complejo.

Es una actividad de mercadotecnia que tiene la finalidad de ayudarle a tomar decisiones en situaciones de mercado específicas.

### **2.6.1. Investigación de Mercado**

JÁCOME, Walter (2005) Pág.99 manifiesta: “Es el diseño sistemático, recolección, procesamiento, análisis y presentación de los hallazgos relevantes acerca de una situación de mercadotecnia específica que enfrenta una unidad productiva o empresa”

Esta técnica permite ingresar a un mercado de manera más segura debido a que mediante su aplicación se determinara y obtendrá datos correctos sobre los deseos y necesidades de los consumidores.

### **2.6.2. Misión**

JOHNSON, Gerry.et al. (2006), Pag 14, menciona, que una misión es una expresión general del fin global de la organización global que, en principio, debería estar acorde con los valores y expectativas de las principales partes interesadas, y se ocupa del alcance y los límites de la organización.

Por lo que la Misión es la rama de actividad en que debe estar la empresa, su desarrollo y objetivos en cuanto a los resultados que se espera tener.

### **2.6.3. Visión**

RODRIGUEZ José, (2008), menciona, que la visión refleja la trayectoria de la empresa en funcionamiento, establece os criterios que la empresa debe seguir y hace referencia a lo espera alcanzar en el futuro de acuerdo con su trayectoria. La definición de la visión es responsabilidad de la dirección y debe guiar las actuaciones de la empresa para alcanzar con su misión.

De tal manera que la Visión es un conjunto de ideas generales que permiten definir claramente, a donde quiere llegar la organización en un futuro, mediante proyecciones descriptivas y cuantitativas.

### **2.6.4. El Mercado**

COSTALES, Bolívar (2002) Pág. 49 precisa: “El mercado se define como el área en la cual convergen las fuerzas de oferta, demanda y precios.”

ARBOLEDA, Germán (2001) Pág. 47 conceptualiza: “El mercado es el área en la cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para

establecer un precio único y, por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar.”

Se extrae que el mercado es el sitio donde se centran la oferta y la demanda, para fijar un precio y determinar las transacciones a efectuar.

#### **2.6.4.1. Selección del Mercado Meta**

ZIKMUD, William (2000) Pág. 138 expresa: “La selección del mercado meta se da después de haber decidido cuales son los segmentos del mercado en los que desea penetrar”

De conformidad a lo expuesto el mercado meta son los clientes a los cuales esta direccionado el proyecto.

#### **2.6.5. Producto**

MONTAÑO, Francisco (2005) Pág. 28 define” Producto se lo identifica como un bien o servicio con determinadas características, calidad de imagen que se coloca en el mercado por un valor de intercambio denominado precio, por el cual se espera que el consumidor pueda obtener un beneficio o satisfacción deseado. ”

Es un conjunto de atribuciones tangibles e intangibles que incluye el empaque, color, precio, es el resultado de los procesos productivos de una entidad dando como resultado un bien o servicio que se coloca en el mercado para satisfacer las necesidades o deseos de los consumidores.

#### **2.6.6. Oferta**

BENGOECHEA, Bruno (2004) define “La oferta es la cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado o propuesta de venta de bienes y

servicios que de forma verbal o escrita, indica una empresa a otra en forma detallada las condiciones de la venta.”

JACOME, Walter; (2005), Afirma: “La Oferta está constituida por el conjunto de proveedores que existen en el mercado y constituye la competencia actual que debe enfrentar el producto o servicio, objeto del proyecto, si se trata de un nuevo producto o servicio es importante identificar cuáles son los posibles sustitutos para poder comparar con la demanda”. Pág. 76

Se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio dado en un momento determinado, por factores como el precio del capital, la mano de obra y la mezcla óptima de los recursos mencionados, entre otros.

#### **2.6.7. Demanda**

BENGOECHEA, Bruno (2004) define: “Demanda es el valor global que expresa la intención de compra de la colectividad. La curva de la demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos comprar en función de su precio y su renta.”

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

Se define como la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y cantidad dado en un momento determinado. La demanda está determinada por factores como el precio del bien o servicio, la renta personal y las preferencias individuales del consumidor.

### **2.6.8. Precio**

ARBOLEDA, Germán (2001) Pág.53 sintetiza: “El precio, es el valor, expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado.”

Es la cantidad total expresada en una moneda que su comprador debe satisfacer al vendedor, ya incluido los impuestos que graven el producto.

### **2.6.9. Comercialización**

BENGOECHEA, Bruno (2004) manifiesta:” La comercialización como el proceso por el cual los productos pasan de los centros de producción a sus destinos de consumo, a través de diferentes fases u operaciones de compraventa de mayoristas o minoristas. “

Se ocupa de aquello que los clientes desean, y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece, además la comercialización es un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social.

### **2.6.10. Publicidad**

MONTAÑO, Francisco (2005) Pág. 119 sintetiza: “La publicidad como el plan que contiene todos los elementos para enviar el mensaje al consumidor, es decir, transmite a este la imagen de la empresa, del producto o la de ambos y los presupuestos para cada medio.”

Es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo.

## **2.7. Estudio Técnico**

JÁCOME, Walter (2005) Pág. 133 indica: “Esta fase del proyecto corresponde al análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse en forma adecuada para lograr que el proyecto a implantar tenga éxito, es decir trabajar con información confiable y adecuada, porque de lo contrario se corre el riesgo de tener dificultades.”

Es el análisis de los elementos técnicos y monetarios que se va a utilizar para implantar el proyecto, producir y vender el producto a fabricar.

### **2.7.1. Tamaño del Proyecto**

ARBOLEDA, Germán (2004) Pág. 119 define: “El tamaño del proyecto como la capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para la circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. “

Se basa en un análisis de la función de producción, que indica cómo combinar los insumos y recursos utilizados por el proyecto para que se cumpla el objetivo previsto de manera efectiva y eficiente.

### **2.7.2. Localización del proyecto**

JACOME, Walter (2005) Pág. 133 indica: “La Macrolocalización y Macrolocalización como los aspectos básicos del estudio técnico.

Toda empresa formalmente constituida tiene un domicilio fácil de identificar, lo cual le permitiría a la empresa que sus clientes puedan llegar a ella fácilmente a adquirir el producto que está ofreciendo.

### **2.7.2.1. Macrolocalización.**

JACOME, Walter (2005) Pág. 133 expresa: “ Se refiere a establece con toda precisión el lugar geográfico donde se va a llevar a cabo el proyecto tomando en cuenta las siguientes consideraciones como región, provincia, cantón; con el fin de mejorar la precisión es importante determinar las coordenadas geográficas con lo cual se tiene una localización muy confiable.”

La macrolocalización permitir acotar el número de soluciones posibles, determinado la región optima.

### **2.7.2.2. Microlocalización.**

JACOME, Walter (2005) Pág. 133 enuncia: “En esta parte se establece condiciones específicas o particulares que permite fácilmente establecer el lugar donde se va a tener efecto el desarrollo del proyecto, para lo cual se adiciona la siguiente información: Parroquia, Calles longitudinales y transversales, dirección domiciliaria y telefónica de ser posible, croquis de la ubicación.”

La microlocalización es el estudio que se realiza con el fin de seleccionar la comunidad exacta para instalar la planta siendo este el lugar que permita lograr los objetivos de rentabilidad y bajo costo de producción mediante una ponderación de variables.

### **2.7.3. Ingeniería del Proyecto.**

JACOME, Walter (2005) Pág. 133 define: “La ingeniería del proyecto como el análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse en forma adecuada para lograr que el proyecto a implementar tenga éxito.”

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio.

#### **2.7.3.1. Proceso de Producción**

CÓRDOVA, Marcial (2006) Pág. 241 expresa: “Se define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo (combinación de la mano de obra, maquinaria, materia prima, sistemas y procedimientos de operación).”

Un proceso de producción es la secuencia de acciones por medio de las cuales se complementan las fuerzas tecnológicas, materiales de trabajo para de esta forma transformar los insumos en productos para los consumidores.

#### **2.7.3.2. Tecnología**

JACOME, Walter (2005) Pág. 135 define: “La tecnología es importante en el proyecto a utilizarse por lo los estudios de pre inversión deben analizar los siguientes aspectos: Tipo de tecnología, Variantes tecnológicas, Aspectos legales de licencia, Servicios técnicos y de ingeniería operacional, Tecnología de uso intensivo en maquinaria o mano de obra, Fuentes de tecnología, Transferencia tecnológica, y Costo de la tecnología.”

Es un concepto amplio que abarca un conjunto de técnicas, conocimientos y procesos, que sirven para el diseño y construcción de objetos para satisfacer necesidades humanas.

### **2.7.3.3. Inversiones**

JACOME, Walter (2005) pág. 141 define: "Las inversiones se clasifican en dos: fija y variable.

Inversión fija.- corresponde a los activos productivos sujetos a depreciación, también se incluyen como inversión fija los gastos de constitución e investigación, patentes, franquicias, goodwill, entre otros.

Inversión variable.- es la referencia de activos menores que generalmente constituyen el capital de trabajo, que debe estimarse para poner en marcha el proyecto. "

La inversión fija son aquellos recursos tangibles (terreno, muebles y enseres, maquinarias y equipos, etc.) y no tangibles (gastos de estudios, patente, gastos de constitución, etc.), necesarios para la realización del proyecto.

La inversión variable se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente está conformada por Trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha de la planta, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos, gastos en patentes y licencias

## **2.8. Estudio Financiero**

CÓRDOVA, Marcial (2006) Pág. 311 sintetiza: "En el estudio financiero se especifican las necesidades de recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiación (aporte propio y créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos para el período de la vida útil del proyecto. Ósea el

estudio financiero permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generara y la manera como se financiera.”

El estudio financiero estipula el monto de los recursos económicos precisos para la realización del proyecto, el costo total para la operación de la planta, así como otra serie de indicadores que interesarán como base para la puesta en marcha del proyecto.

### **2.8.1. Ingresos.**

SANCHEZ, Rubén (2005) define:”Todos los ingresos son monetarios, los que van a estar en función de la actividad de la empresa y su estructura (en un ejercicio económico)

Es sin duda uno de los elementos más esenciales y relevantes con los que se puede trabajar. Entendemos por ingresos a todas las ganancias que ingresan al conjunto total del presupuesto de una entidad, ya sea pública o privada, individual o grupal. En términos más generales, los ingresos son los elementos tanto monetarios como no monetarios que se acumulan y que generan como consecuencia un círculo de consumo-ganancia.

### **2.8.2. Egresos.**

SANCHEZ, Rubén (2005) define que todos los egresos monetarios, que significan desembolsos para la empresa los que van a estar en función de su organización (en un ejercicio económico)

Los egresos resultan ser aquellas partidas o salidas de descargo de cualquier cuestión, porque el término verbal egresar refiere a salir efectivamente de alguna parte en la que uno se encuentra.

### **2.8.2.1. Costos de Producción.**

CHILQUINGA, Manuel (2007) Pág. 9 define: "Costo de producción como los costos necesarios para transformar de forma o de fondo materiales en productos terminados o semielaborados utilizando fuerza de trabajo, maquinaria, equipo y otros."

Valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso.

### **2.8.2.2. Gastos de Administración.**

URBINA, Gabriel (2010) Pág.142 manifiesta: "Los gastos de administración como los egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa."

Conjunto de erogaciones incurridas en la dirección general de una empresa, en contraste con los gastos de una función más específica, como la de fabricación o la de ventas; no incluye la deducción de los ingresos.

### **2.8.2.3. Gastos de Ventas.**

URBINA, Gabriel (2010) Pág.142 define: "Los gastos de ventas son los desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas."

Son los relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la venta, la promoción de ventas, los gastos en que se

incurre al realizar las ventas y, si no se tiene un departamento de reparto, también los Gastos por este concepto.

#### **2.8.2.4. Gastos Financieros.**

CHILQUINGA, Manuel (2007) Pág. 9 manifiesta: “Son las cargas financieras, a los pagos (intereses y comisiones) que se realizan a instituciones bancarias y financieras.”

Desembolsos que se derivan de la necesidad de obtener, en préstamo, capitales ajenos.

#### **2.8.2.5. Depreciación.**

HARGADON, Bernard y MUÑERA Armando (2007) Pág. 73 define: “La depreciación como un activo fijo que pierde su valor por causa del deterioro natural y esta depreciación es justamente otro gasto en que incurre el negocio.”

La depreciación es la pérdida de valor contable que sufren los activos fijos por el uso a que se les somete y su función productora de renta. En la medida en que avance el tiempo de servicio, decrece el valor contable de dichos activos.

### **2.9. Estados Financieros**

BRAVO, Mercedes (2007) Pág. 183 indica: “Los Estados Financieros se elaboraran al finalizar un período contable con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial futura de la compañía a través de: Estado de

Resultados, Estado de Superávit, Balance General, Estado de Flujo de Efectivo y Estado de Cambios en el Patrimonio.”

Los estados financieros son informes que se utilizan para reportar la situación económica, financiera y los cambios que experimenta la misma por período determinado, y sirven como instrumento para valorar el estado en que se encuentra la empresa.

### **2.9.1. Estado de Situación:**

SANCHEZ, Rubén (2005) Pág. 245 manifiesta: "Estado como la demostración de la situación económica-financiera actual de la empresa, es decir, dicho balance de situación constituye el punto de partida para el inicio del nuevo ejercicio económico, el que generalmente se elabora con fecha primero de enero de cada año."

Es un documento contable que refleja la situación financiera de un ente económico, ya sea de una organización pública o privada, a una fecha determinada y que permite efectuar un análisis comparativo de la misma; incluye el activo, el pasivo y el capital contable.

### **2.9.2. Estados de Pérdidas y Ganancias**

SANCHEZ, Rubén (2005) Pág.245 manifiesta: "Que tiene la finalidad de cerrar y determinar si ha existido pérdida o ganancia en el correspondiente ejercicio económico. En estas columnas va a existir diferencia entre los ingresos y gastos, lo que constituye la utilidad o pérdida del ejercicio. "

Es el que muestra los productos, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un

periodo determinado, con objeto de computar la utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante dicho periodo.

### **2.9.3. Estado de Flujo de Caja.**

SANCHEZ, Rubén (2005) Pág.254 define: "Primero a las equivalentes en efectivo como inversiones a corto plazo de alta liquidez que son inmediatamente convertibles en efectivo (de 30 a 90 días) y las que no están sujetas a un riesgo que cambien en su valor. Por lo tanto el flujo de caja son las entradas y salidas de efectivo y sus equivalentes."

Está incluido en los estados financieros básicos que deben preparar las empresas para cumplir con la normativa y reglamentos institucionales de cada país. Este provee información importante para los administradores del negocio y surge como respuesta a la necesidad de determinar la salida de recursos en un momento determinado, como también un análisis proyectivo para sustentar la toma de decisiones en las actividades financieras, operacionales, administrativas y comerciales.

### **2.9.4. Criterios de Evaluación**

#### **2.9.4.1. Valor Actual Neto (VAN)**

BLOCK, Stanley/ HIRT, Geoffrey (2008) Pág.380 define: "VAN como el descuento de flujo de entrada a lo largo de la vida de la inversión para determinar si son iguales o exceden a la inversión requerida."

CÓRDOVA, Marcial (2006) Pág. 364 define: "VAN definiéndose como la diferencia entre los ingresos y egresos (incluida como egreso la inversión) a valores actualizado o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial."

Se analiza que el VAN es un procedimiento que consiente en calcular el valor presente de determinados flujos de caja futuros, producidos por la inversión , el cual nos permite distinguir si es oportuno realizar la inversión en el proyecto.”

#### **2.9.4.2. Tasa Interna Retorno (TIR)**

BLOCK, Stanley y HIRT, Geoffrey (2008) Pág.378 define:” TIR como la determinación del requerimiento sobre una inversión, es decir, el cálculo de la tasa de interés que iguala los flujos de salida de efectivo con los subsecuentes flujos de entrada de efectivo”

CÓRDOVA, Marcial (2006) Pág. 369-370 afirma:” TIR refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante toda su vida útil.”

Es aquella que se define como la rentabilidad que el proyecto restituye en cada período de la vida útil después de realizada la inversión.

#### **2.9.4.3. Costo Beneficio**

AMEZ, Fernando (2002) Pág.24 define:” C/B como la diferencia positiva resultante de restar a los ingresos obtenidos por la venta de un bien, los costos que han supuesto su producción.”

Es una técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión. Pretende determinar la conveniencia de un proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costes y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto. Este método se aplica a obras sociales, proyectos colectivos o individuales, empresas privadas, planes de negocios, etc., prestando

atención a la importancia y cuantificación de sus consecuencias sociales y/o económicas.

## **2.10. Normas Internacionales de Información Financiera**

GALINDO, Miguel Ángel, (2008), Pág. 157, señala: “Las Normas e interpretaciones adoptadas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad, esas normas comprenden: Normas Internacionales de Información Financiera; Normas Internacional de Contabilidad y las interpretaciones elaboradas por el Comité de Interpretaciones Internacionales de Información”.

DIAZ Manuel; VAZQUEZ, Nitzia. (2008), Pág. 26, señala: “Se trata de criterios a modo de instrucciones, para la apropiada valuación, registro y comunicación de las transacciones que realiza cualquier entidad con fines de lucro. El producto final son los estados financieros básicos que permiten y facilitan la toma de decisiones al público usuario”.

Las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), también conocidas por sus siglas en inglés como IFRS (International Financial Reporting Standard), son unas normas contables adoptadas por el IASB, institución privada con sede en Londres. Constituyen los Estándares Internacionales o normas internacionales en el desarrollo de la actividad contable y suponen un manual contable, ya que en ellas la contabilidad de la forma como es aceptable en el mundo.

### **2.10.1. Generalidades de las NIIF**

FERNANDEZ José Luis; CASADO Manuel, (2008), Pág. 214, señala: “Las normas internacionales NIC-NIIF, son la suma de las antiguas normas NIC y las nuevas o actuales normas NIIF. Por este motivo las denominaré

NIC-NIIF. Denominadas Normas Internacionales de Información Financiera frente al antiguo nombre de Normas Internacionales de Contabilidad”.

De tal manera que, las Normas Internacionales de Información Financiera corresponden a un conjunto de único de normas legalmente exigibles y globalmente aceptadas, comprensibles y de alta calidad basados en principios claramente articulados; que requieren que los estados financieros contengan información comparable, transparente y de alta calidad, que ayude a los inversionistas, y a otros usuarios, a tomar decisiones económicas.

### **2.10.2. Estudio Financiero Consolidado según las NIIF**

DIAZ Manuel; VAZQUEZ, Nitzia. (2008), Pág 306 señala: “Se define como la presentación presentada a modo que simule ser la información financiera de una sola entidad o grupo. De este modo se conjunta los activos, pasivos, patrimonio, ingresos, gastos y flujos de efectivo de la controladora y subsidiarias”.

Por lo que, los estados financieros constituyen una representación estructurada de la situación financiera y del rendimiento financiero de una entidad, su objetivo es suministrar información acerca de la situación financiera, el rendimiento financiero y de los flujos de efectivo de una entidad, que sea útil a una amplia variedad de usuarios a la hora de tomar sus decisiones económicas.

### **2.10.3. Notas a los Estudios Financieros según las NIIF**

AVILES Carmen, (2008), Pág. 130, señala: “En las notas a los estados financieros, la empresa debe presentar información acerca de las bases para la elaboración de los estados financieros, así como las políticas

contables específicas seleccionadas y aplicadas para las transacciones y sucesos significativos; incluir información que siendo exigida por las NIC, no ha sido incluida por los demás componentes de los estados financieros”

Por lo tanto, las notas son aclaraciones o explicaciones de hechos o situaciones, cuantificables o no, que forman parte integrante de todos y cada uno de los estados financieros, los cuales deben leerse conjuntamente con ellas para su correcta interpretación. Las notas incluyen descripciones narrativas o análisis detallados de los importes mostrados en los estados financieros, cuya revelación es requerida o recomendada por las NIC, pero sin limitarse a ellas, con la finalidad de alcanzar una presentación razonable. Las notas no constituyen un sustituto del adecuado tratamiento contable en los estados financieros.

#### **2.10.4. Ingresos según las NIIF**

GUTIÉRREZ Manuel, (2008), Pág 169, señala: “Son ingresos los trabajos realizados para la empresa, donaciones y subvenciones, ingresos de gestión, ingresos financieros, excesos y aplicación de provisiones, ingresos anticipados, ingresos imputados al patrimonio neto”.

De manera que, los ingresos son definidos, en el Marco Conceptual para la Preparación y Presentación de Estados Financieros, como incrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del período contable, en forma de entradas o incrementos de valor de los activos, o bien como disminuciones de los pasivos, que dan como resultado aumentos del patrimonio neto y no están relacionados con las aportaciones de los propietarios de la entidad.

### **2.10.5. Las Componentes de las NIIF**

DIAZ Manuel; VAZQUEZ, Nitzia. (2008), Pág 26. Señala: “Las componentes de las NIIF son:

- NIC: Normas Internacionales de Contabilidad.
- NIIF: Normas Internacionales de Información Financiera
- Interpretaciones sobre las NIC
- Interpretaciones sobre las NIIF conocidas como SIC”.

Las NIIF, anteriormente se conocían como NIC, y actualmente se han dado modificaciones las cuales sirven para una mejor aplicación referente a los usos contables que se emplean dentro de una organización.

### **2.10.6. Elementos señalados en cada norma**

DIAZ Manuel; VAZQUEZ, Nitzia. (2008), Pág. 27 señala:

- “Objetivo de emisión: enuncia el propósito de utilizar cada norma en lo particular.
- Rubros a los que aplica: también denominado alcance, nos guía a través de rubros que serán efectuados por los principios prescritos.
- Reglas de Evaluación: indica las formas apropiadas de determinar el valor que quedará expresado en los estados financieros.
- Momentos de Reconocimiento: da a conocer las condiciones de requerimientos para poder registrar eventos económicos-financieros.
- Revelación en Estados Financieros: indica los datos mínimos que se deben comunicar explícitamente”.

Las normas internacionales de información financiera se apoya en sus elementos que permiten un mejor manejo de todas las NIIF, de esta manera de se desarrolla sustancialmente la aplicación.

### **2.10.7. NIIF 1 Adopción por primera vez**

DIAZ Manuel; VAZQUEZ, Nitzia. (2008), Pág. 59 señala: “Esta norma describe el proceso que ha de seguir una empresa cuando proceda por primera ocasión a llevar su contabilidad en base en la normatividad contable internacional. En primera instancia se requiere que la entidad declare textual y públicamente el compromiso de adoptar y aplicar fehacientemente las NIIF”.

De tal manera que esta norma regula que empresas deben aplicar las NIIF, los objetivos, el procedimiento a aplicar, las exenciones de aplicar alguna NIIF. En cuanto al procedimiento esto es lo que dice la norma: “La entidad preparará un balance de apertura con arreglo a las NIIF en la fecha de transición a las NIIF.

### **2.10.8. NIIF 2: Pagos basados en instrumentos de patrimonio**

ACCID, (2008), Pág. 109, señala: “La empresa reconocerá, por un lado los bienes o servicios recibidos como un activo o como un gasto atendiendo a su naturaleza, en el momento de su obtención y por otro lado el correspondiente incremento en el patrimonio neto si la transacción se liquidase con importe que esté basado en el valor de instrumentos de patrimonio”.

En definitiva, se puede decir que es atribuir al patrimonio el valor de mercado y no el de adquisición. Esto supone que una empresa debe revisarlo anualmente, y consecuentemente puede ser que una pymes en nuestro caso obtenga beneficios o pérdidas por este concepto. Esto se aplica en algunas NIC, el concepto de valor razonable para sus activos.

### **2.10.9. NIIF 3: Combinación de Negocio**

ACCID, (2011), Pág. 112, señala: “La presente norma regula la forma en que las empresas deben contabilizar las combinaciones de negocios en las que participen, entendidas como aquellas operaciones en las que una empresa adquiere el control de uno o varios negocios; un negocio es un conjunto integrado de actividades y activos susceptibles”.

De modo que, el fin de esta norma es aclarar la información financiera que debe ser dada por una empresa cuando tenga una combinación de negocios. Va destinado a negocios conjuntos o combinaciones de negocios entre entidades. Todo este tipo de organizaciones se contabilizarán mediante el método de adquisición.

### **2.10.10. NIIF 5: Activos no corrientes mantenidos para la venta y actividades discontinuadas.**

DIAZ Manuel; VAZQUEZ, Nitzia. (2008), Pág. 118 señala: “El propósito es normar lo relativo a operaciones discontinuadas y activos dispuestos para su liquidación, en este sentido podemos inferir cuales son los conceptos para su liquidación, en este sentido podemos inferir el activo no corriente; definido por las NIIF como aquellos que incluyen importes que se esperan recuperar en más de doce meses después del periodo del que se informa”.

De manera que, la norma define los activos que cumplen con el criterio para ser clasificados como mantenidos para la venta, la medición de dicho valor será al más bajo entre su valor neto y su valor razonable, menos los costes de venta y su depreciación a fecha de anulación del activo.

### **2.11. Misión**

ALMEIDA, Mercedes (2005) Pág. 27 concluye: "La misión es definir con claridad el negocio de la organización, establecer su visión, sus metas y articular sus principales valores filosóficos."

Es lo que pretende hacer la empresa y para quién lo va hacer. Es el motivo de su existencia, da sentido y orientación a las actividades de la empresa; es lo que se pretende realizar para lograr la satisfacción de los clientes potenciales, del personal, de la competencia y de la comunidad en general"

### **2.12. Visión**

ALMEIDA, Mercedes (2005) Pág. 27 manifiesta: "La visión como el futuro denominado intento estratégico, es un sueño que se debe alcanzar, es una meta a la que se debe llegar."

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

### **2.13. Organismo Estructural.**

ALMEIDA, Mercedes (2005) Pág. 49 define: "El organismo estructural como un marco que sirve para dividir y coordinar las actividades de los miembros de una organización, las estrategias y las circunstancias del entorno organizacional son diferentes a las de otras."

Es todo conjunto de personas relacionadas para alcanzar un fin o una meta. En un sentido estricto, organización es una estructura, configurada en base a relaciones internas y externas predeterminadas, entre personas

o grupos de personas que trabajan para realizar un objetivo claramente definido.

## **2.14. Impactos**

### **2.14.1. Impacto Económico**

ARBOLEDA, Germán (2001) Pág.54 define: "Impacto económico como una herramienta para analizar la contribución de un proyecto al bienestar nacional, teniendo en cuenta el objetivo de eficiencia, busca medir el aporte neto de un proyecto al bienestar de toda la colectividad nacional. "

La innovación y el cambio tecnológico plantean un conjunto de interrogantes económicos y relacionados con el desarrollo, la comercialización, la difusión y la adaptación de los nuevos conocimientos técnicos.

### **2.14.2. Impacto Social.**

ARBOLEDA, Germán (2001) Pág.54 define: "Impacto social como no solo el análisis de eficiencia de los impactos de un proyecto sino que también analiza aspectos de equidad; es decir, los efectos que el proyecto tiene sobre la distribución de ingresos y riquezas."

La sociedad, al igual que el cuerpo humano, requiere un estudio integral con evaluación permanente que le permita valorar su desempeño orgánico como cuerpo activo que vive y actúa.

### **2.14.3. Impacto Ambiental.**

ARBOLEDA, Germán (2001) Pág.417 define:”Impacto ambiental como el conjunto de elementos naturales o inducidos por el hombre que interactúan en un espacio y tiempo determinado, es decir, las condiciones del medio ambiente natural y social que afectan al ser humano.”

Efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. El concepto puede extenderse, con poca utilidad, a los efectos de un fenómeno natural catastrófico. Técnicamente, es la alteración de la línea de base, debido a eventos naturales.

## **CAPITULO III**

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

#### **3.1 Presentación**

El estudio de mercado llevado a cabo en Apuela que está ubicada en la Zona de Intag del cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura, conlleva a un análisis minucioso del producto como es la producción y comercialización de café pergamino en donde se ha logrado determinar que el mencionado producto es uno de los más apetecidos en el mercado, de la misma manera es uno de los productos que las personas de dicho sector si le ponen interés por realizar el cultivo, visionando como un sustento para sus familias y proyectar el desarrollo económico de la comunidad.

Adicionalmente se hace un estudio sobre la oferta tomando en cuenta el número de productores-comercializadores de café, de Apuela que está representado por la Asociación Café Río Íntag,

De la misma manera se realizó un análisis del café pergamino empleando sus variables a fin de establecer cuál es la demanda real estableciendo estimaciones sobre el grado de requerimientos de la empresa procesadora de café que para el caso se ha realizado entrevista y encuesta en café Moro y café Río Íntag.

Con los datos de la oferta y la demanda actuales se aplica métodos de proyección para cinco años, estableciendo técnicas de pronóstico manejadas matemáticamente, para comprobar si el método está bien utilizado.

El precio del producto se lo calcula tomando en cuenta a los costos de producción y la basándose en referencia al precio del mercado es decir

obteniendo en relación a lo que oferta el productor y lo que compra el cliente.

Para ubicar exactamente el tipo de producto a ofrecer se ha analizado la demanda del mercado interno y externo, con lo que se puede llegar a tener convenios de comercialización compitiendo con calidad satisfaciendo las necesidades y requerimientos del cliente.

### **3.2. Objetivos**

#### **3.2.1. Objetivo general**

Elaborar un análisis de la actual situación de producción y comercialización de café pergamino seco en la parroquia Apuela de la zona de Íntag, provincia de Imbabura.

#### **3.2.2. Objetivos Específicos**

- a. Conocer la situación actual de oferta de producción de café pergamino seco que tiene la zona de Íntag, parroquia Apuela.
- b. Determinar la demanda para el café pergamino seco de la zona de Íntag
- c. Conocer los precios de venta del producto objeto de estudio.
- d. Conocer los procesos que se emplean en la producción de café pergamino seco.
- e. Conocer la forma de comercialización de café pergamino seco en la zona de Íntag.

### **3.3. Variables e Indicadores**

Con el propósito de operatizar los objetivos planteados anteriormente se han implementado una serie de variables directamente relacionadas con

los objetivos del estudio, a su vez se establecen indicadores los cuales permitirán obtener un análisis más profundo de cada variable.

### **3.3.1. Oferta**

- a. Competencia
- b. Número de hectáreas
- c. Número de productores
- d. Precio

### **3.3.2. Demanda**

- a. Precio
- b. Volumen de consumo

### **3.3.3. Producción**

- a. Inversión por hectárea
- b. Mano de obra, materiales y maquinaria
- c. Área de producción
- d. Volumen de producción
- e. Condiciones climáticas

### **3.3.4. Comercialización**

- a. Mercado
- b. Distribuidores

## **3.4. Matriz De Relación**

Una vez establecidos los objetivos, variables e indicadores se ha relacionado y determinado para cada uno de estos la técnica de la investigación científica que es la más apropiada para captar la información; y dependiendo de la técnica determinada se ha establecido la fuente que proporcionará la información requerida; por lo tanto todo lo manifestado se puede visualizar y relacionar horizontalmente en la siguiente matriz:

**Cuadro N° 1**  
**Matriz de relación**

| <b>Objetivos</b>   | <b>Variables</b>        | <b>Indicadores</b>   | <b>Público</b>                               | <b>Técnica</b>         |
|--|-------------------------|--|--|------------------------|
| Conocer la situación actual de oferta de producción de café pergamino seco que tiene la zona de Íntag, parroquia Apuela. | <b>Oferta</b>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia</li> <li>• Número de hectáreas</li> </ul>   | Productores                                  | Encuesta               |
| Determinar la demanda para el café pergamino seco de la zona de Íntag  | <b>Demanda</b>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio</li> <li>• Volumen de consumo</li> </ul>   | Industrias<br>Café Moro<br>Empresa Rio Íntag | Entrevista<br>Encuesta |
| Conocer los procesos de producción de café pergamino seco que se emplea.   | <b>Producción</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiamiento</li> <li>• Mano de obra, materiales y maquinaria</li> <li>• Área de producción</li> <li>• Volumen de producción</li> <li>• Condiciones climáticas</li> </ul> | Técnico<br>Agropecuario                      | Entrevista             |
| Conocer la forma de comercialización de café pergamino seco en la zona de Íntag.   | <b>Comercialización</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado</li> <li>• Forma de pago</li> </ul>   | Industrias<br>Café Moro<br>Empresa Rio Intag | Entrevista<br>Encuesta |

**Elaborado por:** ROSERO, Maricela.

### 3.5. Identificación del Producción

El Café Caturra Variedad de Colombia de gran resistencia a la roya del cafeto, es el tipo de café que se pretende sembrar y comercializar. Este producto después de un secado uniforme se lo empacará en quintales con etiqueta propia, para su posterior distribución. Para lo cual a continuación se presenta los diseños del logotipo, rotulo como identificativo, tarjetas de presentación para generar contactos, y el empaque del producto.

#### 3.5.1. Se creará un logotipo

**Gráfico N° 8**  
**Logotipo**



**Elaborado por:** ROSERO, Maricela

### 3.5.2. Se elaborará un rótulo

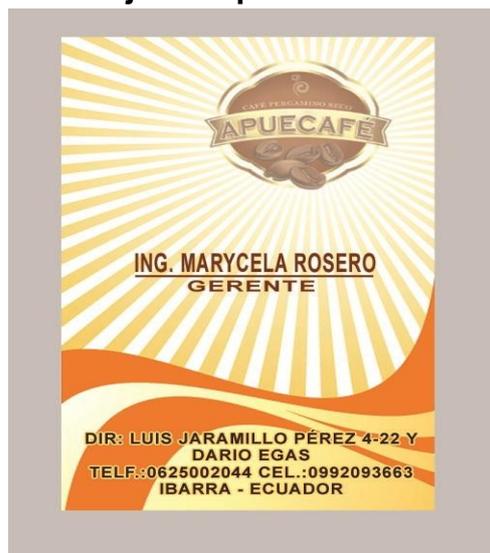
Gráfico N° 9  
Rotulo



Elaborado por: ROSERO, Maricela

### 3.5.3. Se creará Tarjetas de presentación

Gráfico N° 10  
Tarjeta de presentación



Elaborado por: ROSERO, Maricela

### 3.5.4. Empaque

**Gráfico N° 11**  
**Empaque Café**



Elaborado por: ROSERO, Maricela

### 3.6. Segmentación del Mercado y Determinación del Mercado Meta

Por las características del producto objeto de estudio requiere un análisis pormenorizado a quien se quiere vender, quien va a ser el demandante del producto, con el propósito de tomar una decisión estratégica es necesario identificar la población y poder asegurar el éxito del proyecto.

### 3.7. Marco Muestral o Universo

#### 3.8. Tamaño de la muestra

La población a investigar queda identificada en los siguientes segmentos:

- a. Técnico productor café
- b. Productores de café de Apuela.

- c. Representante de la Asociación Café Rio Intag.
- d. Representante de industria Café Moro

### **3.9. Tabulación y procesamiento de la información**

#### **a. Técnico productor café**

##### **Entrevista Dirigida A Técnicos Agropecuarios**

###### **1. Tiene experiencia en cultivo de café?**

Sí, tengo más de 15 años de experiencia en todo el proceso de café desde la germinación de la semilla, producción de plantines o chapolas, producción de plantas listas para la siembra y todas las labores culturales como: limpiezas de terrenos, trazados de hoyos, hoyadas, tratamiento agronómico de los hoyos, siembras y resiembras, plateos, abonadas y fertilizaciones, controles fitosanitarios, fumigaciones, floración, engrose, pre cosecha, cosecha y pos cosecha hasta la obtención del café Pergamino seco que es el primer producto comercial que ya nos brinda el retorno del capital.

###### **2.Cuál es la altitud óptima que debe tener el terreno para el cultivo de café?**

El cultivo de café arábigo del que se habla en este proyecto se debe sembrar a una altitud óptima de 1600 a 2100 metros sobre el nivel del mar.

###### **3. Qué clima es el oportuno para el cultivo de café?**

El cultivo de café debe tener una temperatura promedio de 19 a 21 grados centígrados y temperaturas extremas de 12 a 28 grados centígrados; además hay que tomar en consideración que este cultivo necesita una pluviosidad anual de 1800 a 3000mm, y una humedad relativa de 85 a 95%.

**4. Qué variedades de café son las más aptas para el cultivo en la región norte del país?**

Las Variedades más aptas para el cultivo de café en la Región Norte del País son el café Arábigo porte alto como: Bombon, Tipica, Maragojipe, Tabi que viene casi inmune a la roya y los de porte bajo como: Variedad Caturra, Caturra Variedad Colombia y Caturra Variedad Castillo, estas dos últimas variedades vienen casi totalmente inmunes a la roya que es la enfermedad que más afecta a los cafetales.

**5. La parroquia de Apuela se presta para el cultivo de café?**

Sí, porque tiene todas las características que exige el protocolo del cultivo del café.

**6. Qué se necesita para el cultivo de café referente a: materia prima, herramientas, talento humano.**

Para el cultivo de café se necesita:

- a) Semilla Certificada de cada variedad.
- b) Palas, azadones, rastrillos, bombas de fumigar, mangueras de agua, herramientas varias.
- c) Como Talento Humano se necesita capacitación técnica a los jornaleros y al que va a dirigir el cultivo porque el café es el cultivo perenne intensivo y extensivo.

**7. Qué rendimiento se tiene por hectárea expresado en quintales?**

Si se siembra 6000 plantas de café Caturra, Variedad Colombia o Variedad Castillo por hectárea, con esta cantidad de plantas tenemos resultados de la línea media para abajo en la primera cosecha que se da

a los 20 o 24 meses de sembrada la planta, tenemos un estimado de 60 quintales por hectárea porque en los cálculos de muchos años de experiencia se tiene un rendimiento aproximado de 600 gramos de café pergamino seco por árbol.

#### **8. En una hectárea solo se debe sembrar café o existe algún asociado del mismo?**

El cultivo de café que se propone debe ir necesariamente con otras especies asociadas tales como:

- a) Árboles madereros para que sirvan de barreras cortavientos, sombrío alto, disminución de dióxido de carbono, producción de oxígeno, retención de suelos, mantenimiento de humedad y gran rendimiento económico al momento de turno de corte.
- b) Chacha fruto Balu (*erithyna edulis*) planta promisoría considerada por la FAO como una de las mejores especies productoras de alimento para la seguridad alimenticia del mundo, aporta grandes cantidades de nitrógeno atmosférico al suelo que beneficia enormemente a las plantas de café por ser de la familia de las leguminosas, después de 2 años de sembrados tiene un rendimiento de 170 kilos de semilla comestible por árbol y por año, y de igual manera 170 kilos de hojas y ramas frescas como forraje para alimento de animales.
- c) Planta de cítricos o plátano que sirven como cobertura o como sombrío al cultivo de café y da un buen ingreso económico al productor.

#### **9. Que enfermedades de la planta tiene el cultivo del café?**

Las enfermedades de la planta son:

a) La Roya, y es por eso que se siembra el Café Caturra Variedad Colombia o Variedad Castillo porque las semillas certificadas vienen casi totalmente inmunes a la roya.

b) Las otras enfermedades de la planta son:

Nematodos, Mancha de Hierro, Llaga Negra o Estrellada preferentemente en las raíces, Mal rosado y Muerte Descendente.

### **10. Se mitigan las enfermedades?**

Las enfermedades se mitigan desde la semilla certificada, porque este tipo de semilla garantiza plantas sanas y resistentes a las enfermedades, periódicamente y preventivamente antes de que las enfermedades se presenten, porque en todo cultivo se ha comprobado que la mejor forma de controlar las enfermedades es la acción preventiva antes que curar las plantaciones cuando ya las enfermedades están presentes en ellas; una de las formas de mitigarlas las enfermedades es controlando los plateos de cada planta que no tengan hiervas y que permanezcan limpios; con podas oportunas de crecimiento de formación y de producción con fumigaciones preventivas y abonamientos y fertilizaciones a su debido tiempo.

### **11. En dónde se debería comercializar el café?**

El café es el segundo producto después del petróleo que más se vende en el mundo por lo tanto no debemos temer mucho a su comercialización porque la primera etapa que es el café pergamino seco tiene demanda nacional de las fábricas que tuestan y empaacan el café, porque es Materia Prima y de igual manera la demanda internacional tiene las mismas connotaciones; además todo productor de café puede industrializarlo hasta obtener café soluble para consumo humano obteniendo una muy buena utilidad por el valor agregado que se le añade al producto.

**Gracias Por Su Colaboración**

**b. Resultados obtenidos en la encuesta dirigida a los productores de café de Apuela**

**Tabulación**

**Datos Técnicos**

**Cuadro N° 2**

**Género de los Encuestados**

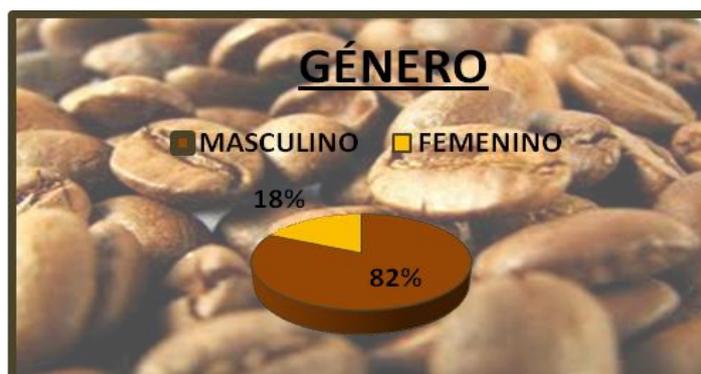
| <b>Género</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|---------------|-------------------|-------------------|
| Masculino     | 9                 | 81,8              |
| Femenino      | 2                 | 18,2              |
| <b>Total</b>  | <b>11</b>         | <b>100</b>        |

Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela.

**Gráfico N° 12**

**Género de los Encuestados**



Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela.

**Análisis.** La mayoría de encuestados son hombres los mismos que se dedican directamente a labores agrícolas especialmente del café.

### Cuadro N° 3

#### Edad de los Encuestados

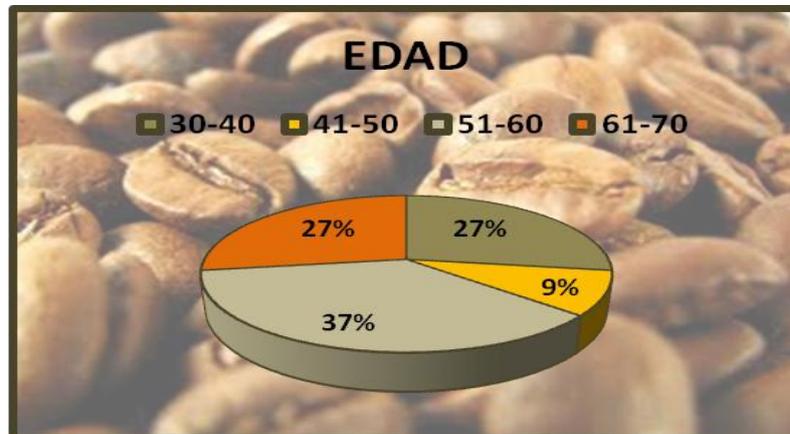
| Edad         | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| 30-40        | 3          | 27         |
| 41-50        | 1          | 9          |
| 51-60        | 4          | 36         |
| 61-70        | 3          | 27         |
| <b>Total</b> | <b>11</b>  | <b>100</b> |

Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela.

### Gráfico N° 13

#### Edad de los Encuestados



Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela.

**Análisis.** Los encuestados tienen la suficiente edad máxima y mínima para las labores agrícolas y la capacidad de decisión para ser parte del proyecto que se pretende ejecutar.

#### Cuadro N° 4

##### Lugar de Residencia de los Encuestados

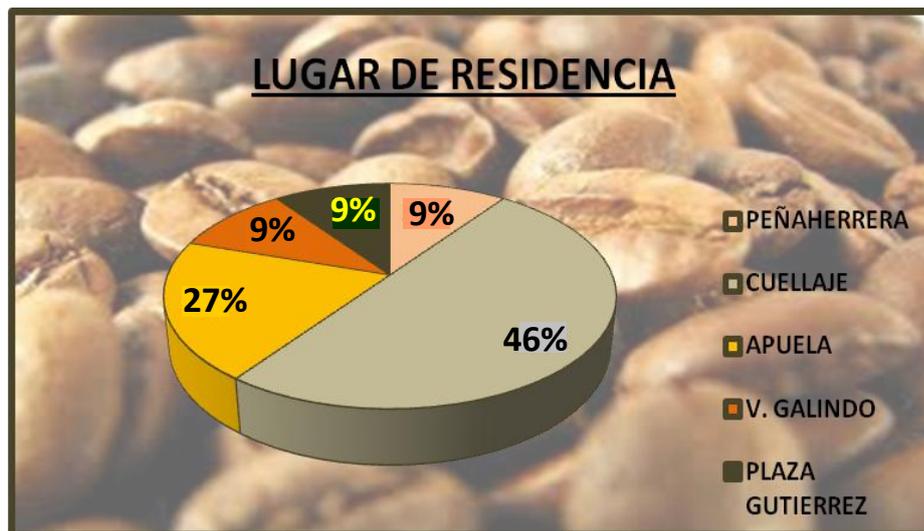
| Lugar de residencia | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------|------------|------------|
| Peñaherrera         | 1          | 9          |
| Cuellaje            | 5          | 46         |
| Apuela              | 3          | 27         |
| V. Galindo          | 1          | 9          |
| Plaza Gutiérrez     | 1          | 9          |
| <b>Total</b>        | <b>11</b>  | <b>100</b> |

Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela

#### Gráfico N° 14

##### Lugar de Residencia de los Encuestados



Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela

**Análisis.** Los encuestados residen en la zona de Apuela y sus alrededores, en donde existen condiciones climáticas, geográficas para generar un buen fruto como es el café.

## 1.- ¿Cuántas hectáreas cultiva?

**Cuadro N° 5**

### Hectáreas de Cultivo

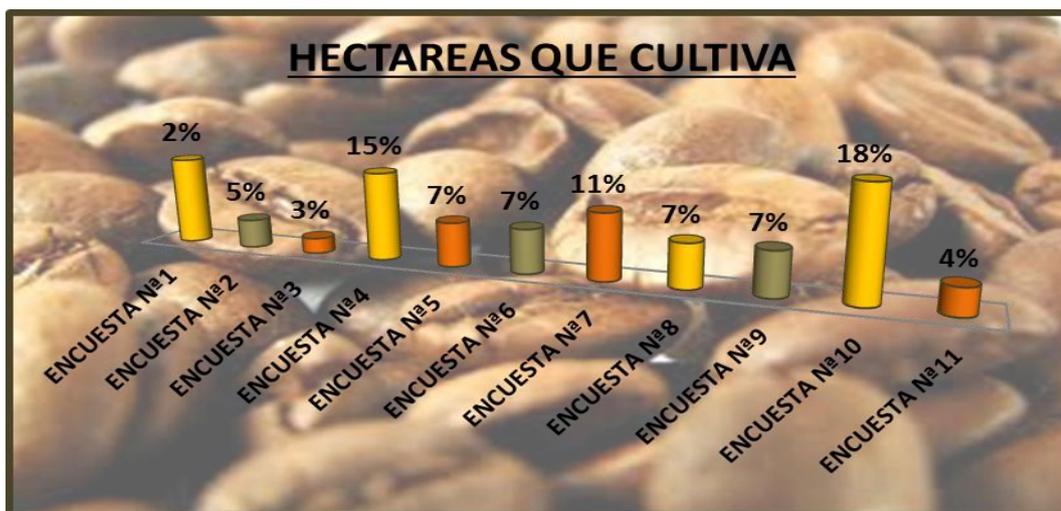
| Alternativa                | Frecuencia  | Porcentaje   |
|----------------------------|-------------|--------------|
| Encuesta n <sup>a</sup> 1  | 2           | 15           |
| Encuesta n <sup>a</sup> 2  | 0,65        | 5            |
| Encuesta n <sup>a</sup> 3  | 0,35        | 3            |
| Encuesta n <sup>a</sup> 4  | 2           | 15           |
| Encuesta n <sup>a</sup> 5  | 1           | 7            |
| Encuesta n <sup>a</sup> 6  | 1           | 7            |
| Encuesta n <sup>a</sup> 7  | 1,5         | 11           |
| Encuesta n <sup>a</sup> 8  | 1           | 7            |
| Encuesta n <sup>a</sup> 9  | 1           | 7            |
| Encuesta n <sup>a</sup> 10 | 2,5         | 18           |
| Encuesta n <sup>a</sup> 11 | 0,6         | 4            |
| <b>Total</b>               | <b>13,6</b> | <b>100,0</b> |

Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela

**Gráfico N° 15**

### Hectáreas de Cultivo



Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela

**Análisis.** Los agricultores manejan pocos espacios dedicados al cultivo de café, por el desconocimiento que el producto si tiene gran demanda.

## 2.-¿Dónde vende el café?

Cuadro N° 6

### Punto de Venta del Café

| Alternativa   | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|------------|------------|
| Bodega        | 11         | 100        |
| Finca         | 0          | 0          |
| Intermediario | 0          | 0          |
| Industrial    | 0          | 0          |
| <b>Total</b>  | <b>11</b>  | <b>100</b> |

Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela

Gráfico N° 16

### Punto de Venta del Café



Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela

**Análisis.** El producto café pergamino es distribuido directamente en bodega que puede convertirse en intermediarios. Encareciendo el precio venta.

3. ¿A qué precio vende el quintal de café pergamino seco?

Cuadro N° 7

Precio de Venta del Café

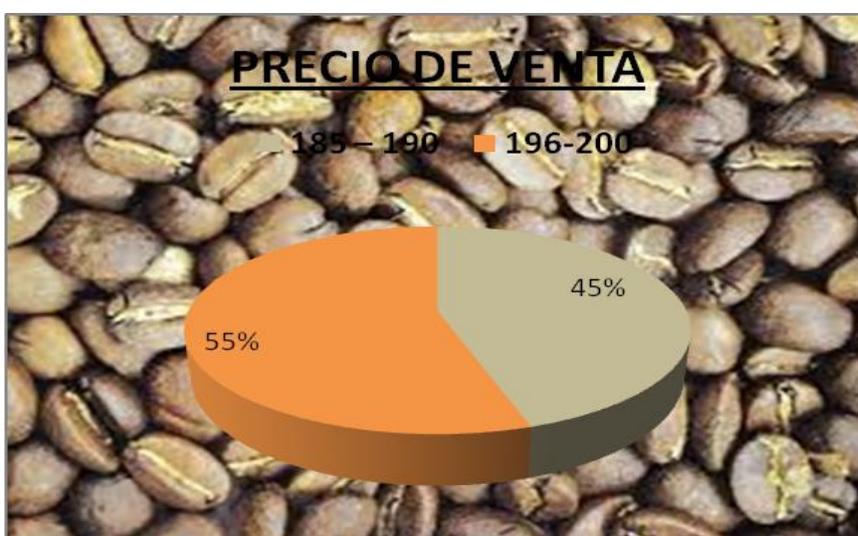
| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------|------------|------------|
| 185 – 190   | 5          | 45         |
| 196-200     | 6          | 55         |
| Total       | 11         | 100        |

Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela

Gráfico N° 17

Precio de Venta del Café



Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela

**Análisis.** Se puede definir que si es un precio justo al que se comercializa el café pergamino.

**c. Representante de la Asociación Café Rio Íntag.**

**1. Compra su empresa café pergamino seco?**

SI  NO  A veces

Es la razón de ser de esta Asociación el comercio de Café que garanticen su cultivo como el negocio estrella de la zona de Intag. Se tiene técnicos que visitan los cultivos para comprobar si están cumpliendo con las especificaciones de cultivo que exige el comercio orientado al cultivo orgánico el mismo que está teniendo gran asidero a nivel mundial.

**3. ¿Con qué frecuencia adquiere café pergamino seco?**

Semanalmente

Quincenalmente

Mensualmente

La recolección de café se la realiza en una forma diaria para someterlo a la industrialización.

**4. ¿Cuántos quintales de café pergamino seco adquiere?**

40 – 60 quintales

La demanda que se necesita sobrepasa de los datos mencionados pero ante la falta de producción del sector se trabaja con las cantidades que se logran recolectar.

**5. ¿A qué precio adquiere el quintal de café pergamino seco?**

El precio que se adquiere el quintal de café pergamino es de un promedio de 195 dólares que es un precio justo para el agricultor.

**6. Estaría de acuerdo que en la parroquia de Apuela se genere un proyecto de producción y comercialización de café pergamino seco?**

SI  NO

Para dinamizar la economía de este sector sería muy bueno que se generen más proyectos de cultivo ya que este territorio sus ingresos se basan en la agricultura.

**6. Compraría café pergamino seco de Apuela?**

SI  NO

Si podríamos comprar café que sea cultivado por los moradores de Apuela, puesto que el café que aportan los socios de la Asociación Rio Intag no es suficiente para el mercado nacional e internacional que tenemos que abastecer.

**Gracias Por Su Colaboración**

**d. Representante de industria Café Moro**

**1. Compra su empresa café pergamino seco?**

SI  NO  A veces

Uno de los principales objetivos de nuestra empresa es la compra de café pergamino para su futura industrialización a corto plazo.

**2. ¿Con qué frecuencia adquiere café pergamino seco?**

Semanalmente   
Quincenalmente   
Mensualmente

La distribución que tenemos de café en todos los lugares que llegamos con nuestros productos y en especial del café demandan cada día mas de este producto por lo que nosotros tenemos que proveernos de mas café pergamino.

**3. ¿Cuántos quintales de café pergamino seco adquiere?**

Un promedio de 50 quintales semanales

**4. ¿ A qué precio adquiere el quintal de café pergamino seco?**

**Precio:** un promedio de 200 dólares

**5. Estaría de acuerdo que en la parroquia de Apuela se genere un proyecto de producción y comercialización de café pergamino seco?**

SI  NO

La gente necesita opciones de trabajo para lograr un bien estar para sus familias, por lo que no debemos oponernos nunca a ningún tipo de fuentes de empleo que se genera a partir de la motivación y del espíritu emprendedor de los ciudadanos, y nosotros como empresa si están involucrados en la cadena productiva de nuestro negocio sería mejor.

**6. Compraría café pergamino seco de Apuela?**

SI

Comprobando la calidad del producto si estaría de acuerdo en adquirir café pergamino seco de Apuela.

**Gracias Por Su Colaboración**

### 3.10. Análisis de la Demanda

Después de la recopilación de datos se establece que por la incidencia del clima en la provincia de Imbabura, lo prodigiosa que es su geografía especialmente en el sector de Apuela la altitud da las mejores condiciones para el cultivo de café y sus habitantes conocen bases sobre el cultivo de café, mencionando el consumo ya del café listo para preparar y tomar en las casas, según la investigación menciona que este producto es preferido en un 70% de hogares, por lo que las empresas industrializadoras demandan mucho de café pergamino

Mediante las encuestas aplicadas a pequeños productores se ha identificado que no tienen conocimiento de técnicas apropiadas para fortalecer sus cultivos y que exista un rendimiento mayoritario en la producción del café. Puesto que según la información otorgada por el técnico se contrapone a los porcentajes de rendimiento que se deben obtener.

#### **Mercado Local**

La demanda de este producto está en dos partes tanto en la Asociación Rio Intag, como en la industria café moro.

La demanda actualmente está distribuida así:

**Cuadro N° 8  
Demanda Actual**

| <b>DEMANDANTE</b> | <b>ANUAL<br/>QUINTAL</b> |
|-------------------|--------------------------|
| <b>RIO INTAG</b>  | 2880                     |
| <b>CAFÉ MORO</b>  | 2400                     |
| <b>TOTAL</b>      | 5280                     |

Elaborado por: ROSERO, Maricela

**Cuadro N° 9**  
**Demanda Año 2013**

| <b>Cálculos:</b>     |  |
|----------------------|--|
| <b>Año Base 2012</b> | <input type="checkbox"/> <b>Año 2013</b> |
| <b>5280</b>          | $P_p = P_b (1+i)^n$                      |
|                      | $P_p = 5280(1 + 0,0186)^1$               |
|                      | $P_p = \mathbf{5378}$                    |

Elaborado por: ROSERO, Maricela

**Cuadro N° 10**  
**Demanda Proyectada**

| Años<br>Rubro | <b>Año 2013</b> | <b>Año 2014</b> | <b>Año 2015</b> | <b>Año 2016</b> | <b>Año 2017</b> |
|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Quintales     | <b>5378</b>     | <b>5478</b>     | <b>5580</b>     | <b>5684</b>     | <b>5790</b>     |

Elaborado por: ROSERO, Maricela

### **3.11. Análisis de la oferta**

Los oferentes acuden a ofrecer sus productos en el mercado únicamente en la Asociación Rio Intag lo que es muy poco para los requerimientos de la organización, puesto que los cultivos no se han logrado tener homogeneidad en la extensión de producción, existiendo alrededor de 30 personas que cultivan menos de una hectárea, otros una hectárea y muy pocos más de una. Por lo que no se puede definir claramente cuál es la producción real de café en la parroquia de Apuela.

Según las encuestas aplicadas la producción es mínima y sin mucha técnica, por lo que si se hace necesaria la motivación, ejecutar un proyecto de siembra intensiva de café puesto que el mercado nacional e internacional si existe y cada día demanda de más café.

La cantidad que llega a la bodega de café Rio Intag se la detalla en el siguiente cuadro la misma que no se ha incrementado puesto que los agricultores no aplican técnicas eficientes de cuidado en todas las acciones culturales del cultivo de café.

**Cuadro N° 11  
Oferta Rio Intag**

| <b>Ofertante</b> | <b>Anual quintal</b> | <b>Precio quintal</b> | <b>Total anual dólares</b> |
|------------------|----------------------|-----------------------|----------------------------|
| <b>Rio Íntag</b> | 960                  | 185                   | 177.600                    |

**Cuadro N° 12  
Oferta Año 2013**

| <b>Cálculos:</b>     |  |
|----------------------|--|
| <b>Año Base 2012</b> | <input type="checkbox"/> <b>Año 2013</b> |
| <b>960</b>           | $P_p = P_b (1+i)^n$                      |
|                      | $P_p = 960(1 + 0,0186)^1$                |
|                      | <b>P<sub>p</sub> = 978</b>               |

Elaborado por: ROSERO, Maricela

**Cuadro N° 13  
Oferta Proyectada**

| <b>Años</b>      | <b>Año 2013</b> | <b>Año 2014</b> | <b>Año 2015</b> | <b>Año 2016</b> | <b>Año 2017</b> |
|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>Rubro</b>     |                 |                 |                 |                 |                 |
| <b>Quintales</b> | <b>978</b>      | <b>996</b>      | <b>1015</b>     | <b>1033</b>     | <b>1053</b>     |

Elaborado por: ROSERO, Maricela

### 3.12. DEMANDA INSATISFECHA

**Cuadro N° 14**

#### **Demanda insatisfecha**

| <b>Años</b>     | <b>Oferta</b> | <b>Demanda</b> | <b>Demanda Insatisfecha</b> |
|-----------------|---------------|----------------|-----------------------------|
| <b>Año 2013</b> | 978           | 5378           | -4400                       |
| <b>Año 2014</b> | 996           | 5478           | -4482                       |
| <b>Año 2015</b> | 1015          | 5580           | -4565                       |
| <b>Año 2016</b> | 1033          | 5684           | -4651                       |
| <b>Año 2017</b> | 1053          | 5790           | -4737                       |

Elaborado por: ROSERO, Maricela

El proyecto es viable puesto q en el mercado existe una Demanda Insatisfecha que cubrir

### 3.13. Precio

El precio para la comercialización del café pergamino se lo definirá a través de los costes de producción que implica el mismo, y valiéndose de precios del mercado nacional que oscila entre los 190 a 200 dólares, que si puede ser gratificante para los productores que podrán intervenir en el proyecto.

**Cuadro N° 15**

#### **Precio para comercializar café pergamino**

| <b>Productos</b>      | <b>Año 2013</b> | <b>Año 2014</b> | <b>Año 2015</b> | <b>Año 2016</b> | <b>Año 2017</b> |
|-----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>Precio Quintal</b> | 195,00          | 195,00          | 204,75          | 214,99          | 225,74          |

Elaborado por: ROSERO, Maricela

### 3.14. Comercialización

#### 3.14.1. Canales de comercialización

La comercialización del café pergamino seco producido en la parroquia de Apuela zona de Intag del cantón Cotacachi, provincia de Imbabura se lo hará valiéndose de un canal directo de distribución.

**Gráfico N° 18**  
**Canal Directo de Distribución.**



**Elaborado por:** ROSERO, Maricela

Este tipo de canal permitirá que el producto objeto de estudio se entregue en forma directa a los clientes en forma oportuna y basándose en acuerdos con las organizaciones, permitiendo generar responsabilidad de parte y parte, aplicando filosofía justo a tiempo, y precios justos.

### 3.15. Publicidad o Propaganda

Para fijar la Publicidad o Propaganda primero se decidió darle un nombre al producto el cual es "Apuecafé", se prevé desarrollar un diseño para el logo donde se pretende funcionar, un rótulo, se utilizará tarjetas de presentación, hojas volantes, y cuñas en las radios para que el producto sea conocido.

### **3.16. Conclusiones**

- Existe un mercado potencial por atender que demanda mayores cantidades de este producto.
- Escasa oferta
- Excelente acogida del proyecto.

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

#### 4.1. Tamaño de Proyecto

El proyecto partirá con la producción de café seis hectáreas en la parroquia de Apuela, cantón Cotacachi en la cual se proyecta tener un rendimiento de 60 quintales de café por cada hectárea dando un total de 360 quintales.

#### 4.2. Localización del Proyecto

##### 4.2.1. Macro Localización

Ecuador es un país altamente privilegiado en cuanto a su ubicación geográfica por la biodiversidad en cuanto a flora, fauna y cantidad de recursos que posee, ubicado en la parte noroccidental de América del Sur, está formado por 7 zonas y 24 provincias, una de ellas Imbabura, también llamada provincia de los lagos conocida por sus contrastes poblacionales y sus variadas zonas climáticas. Debido a esta variedad, en los cantones que forman la provincia, se encuentra diversidad de productos agrícolas, una de las zonas cálidas es conocida como Intag, ubicada en el cantón Cotacachi, el más grande de Imbabura situado a las faldas del volcán que lleva su mismo nombre.

**Grafico N°19**

**Mapa De Ubicación Imbabura**



**Fuente:** Google maps

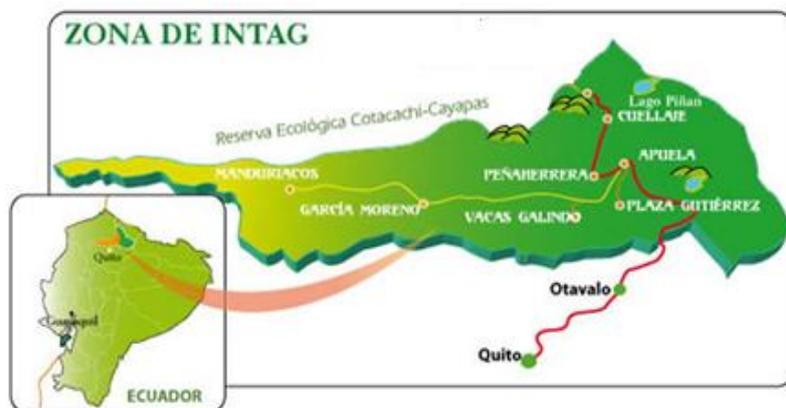
**Elaborado por:** ROSERO, Maricela

#### 4.2.2. Micro Localización

El cantón Cotacachi está formado por varias parroquias una de ellas es Apuela ubicada en la zona de Íntag lugar donde se desarrolló la investigación su mayor parte se encuentra en plena zona andina de la cordillera occidental; su clima es templado, sub-andino y subtropical, tiene páramos, y dentro de la parroquia es la que más ventajas tiene en el tema Café, pues tiene un conocimiento técnico de varios años en el cultivo, la producción, industrialización y comercialización de Café, tanto a nivel local, nacional e internacional, son fortalezas para el proyecto en mención. La parroquia se caracteriza por una gran extensión geográfica con baja densidad poblacional, encontrando en las distancias y malas comunicaciones viales grandes limitantes para su desarrollo económico.

Íntag su entorno tiene características ecológicas muy especiales, su topografía accidentada y su ubicación como zona de transición entre los páramos y el subtrópico, genera una serie de microclimas que propician una rica biodiversidad y variada producción agropecuaria y artesanal. La zona de Íntag además se encuentra ubicada en la zona de amortiguamiento de la Reserva Cotacachi Cayapas.

**Gráfico N° 20**  
**Mapa De Ubicación Intag**



**Fuente:** google maps

**Elaborado por:** ROSERO, Maricela.

### 4.3. Ubicación del Terreno

El presente proyecto ubicado en la parroquia Apuela, aproximadamente a 10 km de la Plaza central.

La parroquia de Apuela se encuentra al noroeste del Ecuador, ubicada en la zona de Intag, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura. Sus límites son; Al norte con las parroquias de Cuellaje e Imantag; al Sur con Plaza Gutiérrez y Vacas Galindo; al Este con Imantag y al Oeste con Peñaherrera. Las comunidades que integran la Parroquia son: Irubí, Cazarpamba, Guamirla, Pucará, Pueblo Viejo, La Esperanza, Puranquí, La Colonia. Apuela se encuentra en su mayor parte en plena zona andina de la cordillera occidental, al pie del Cotacachi. Se asienta entre los 1.600 y 2.000 metros de altitud; su clima es templado, sub-andino y sub-tropical. Tiene páramos. Las precipitaciones medias anuales de lluvia van desde 1000 a 3000 milímetros, la temperatura promedio de 18ª. Sus principales ríos son el Apuela y el Toabunche. Que se constituye en la altitud y clima idóneos para el cultivo del café.

#### Gráfico N° 21

#### Mapa De Ubicación Del Proyecto



Fuente: [www.maps.google.com.ec](http://www.maps.google.com.ec)  
Elaborado Por: ROSERO, Maricela

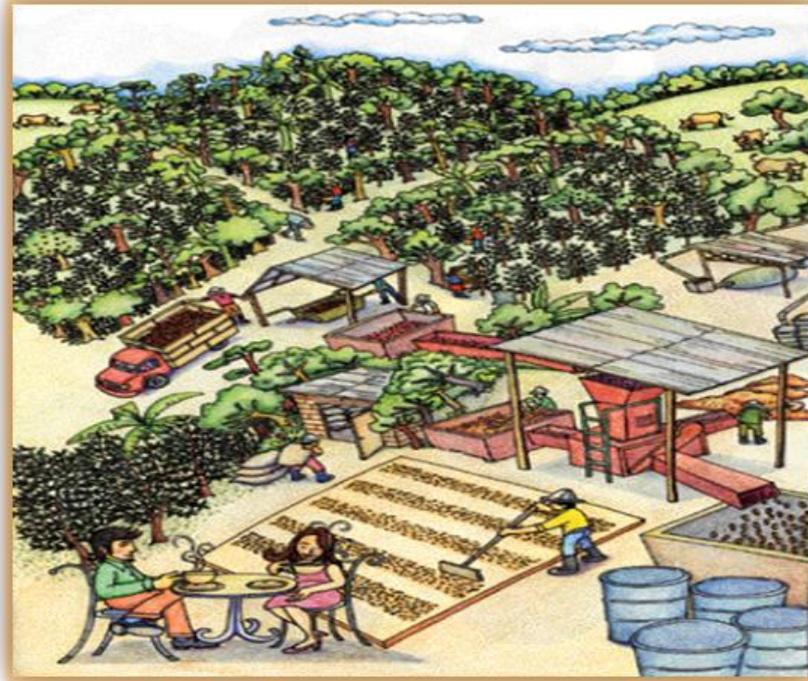
#### 4.4. Ingeniería del Proyecto

La planta productora de café pergamino deberá contar con las áreas y requerimientos necesarios para poder llevar a cabo el proceso de manera correcta.

- a) Se comienza por realizar la limpia del terreno.
- b) Realizar mediciones y trazado para hacer la hoyada.
- c) Hoyada
- d) Siembra: 6000 plantas de café por hectárea
- e) El café es una especie perenne que demora aproximadamente de 18 a 24 meses para dar su primera cosecha y en el transcurso de este tiempo, el agricultor tiene que desarrollar las siguientes labores culturales,
- f) Plateo de cada planta, abonadas cada 9 meses durante los dos años, curaciones de enfermedades durante todo el tiempo del cultivo hasta que llega a la cosecha,
- g) Cosecha de la cereza del café
- h) Despulpada, lavado y reposo del café en barriles
- i) Secado del café hasta obtener el café pergamino
- j) Ensacado o empaquetado
- k) Bodega
- l) Distribución

A continuación se presenta una ilustración de cómo estarían diseñadas:

**Gráfico N°22**  
**Distribución De Planta**



Fuente: [www.fundesyram.inf](http://www.fundesyram.inf)  
Elaborado: Rosero, Maricela.

#### **4.4.1. Flujo grama del proceso**

El proceso que permita llevar a cabo la producción y comercialización del café pergamino seco, se presenta a continuación detallado mediante el flujo grama de proceso, la simbología utilizada es la siguiente:

## Simbología



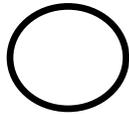
= Transporte



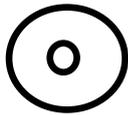
= Proceso



= Verificación



= Operación simple



= Operación combinada

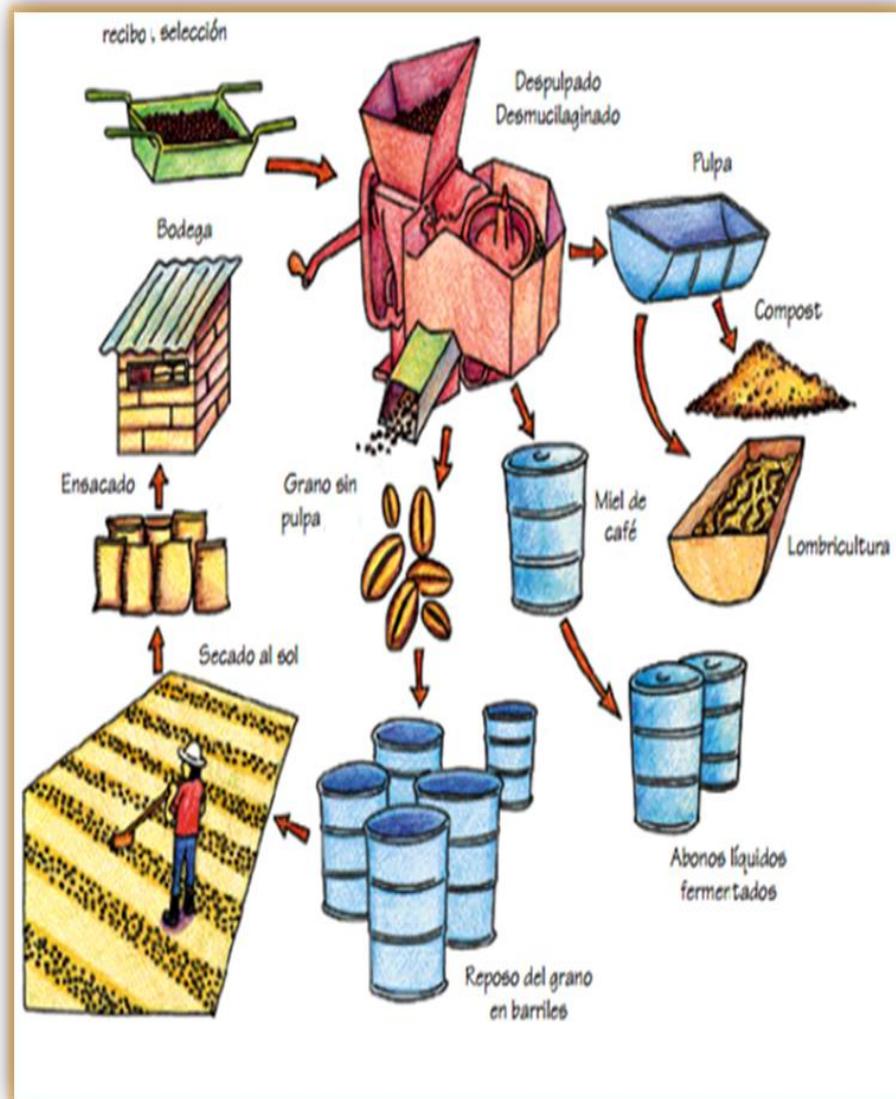


= Almacenamiento



= Demora

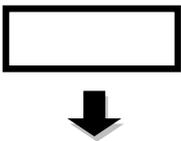
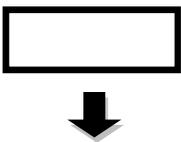
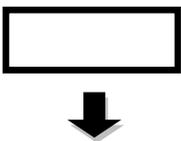
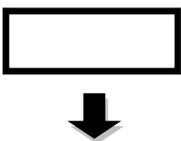
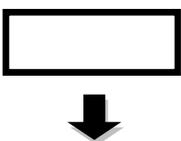
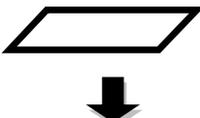
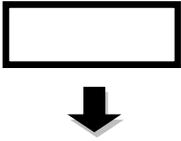
**GRÁFICO N°23**  
**Flujograma de proceso**

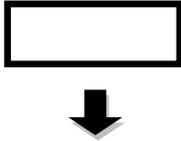
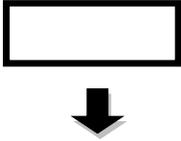
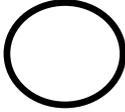


Fuente: [www.fundesyam.info](http://www.fundesyam.info)

Elaborado por: ROSERO, Maricela.

**Cuadro N°16**  
**Flujograma De Proceso**

|                           |   |   |
|---------------------------|---|---|
| <b>Inicio del proceso</b> |   | <b>Inicio</b>                           |
| <b>Proceso</b>            |    | Limpia de terreno                       |
| <b>Proceso</b>            |    | Trazado                                 |
| <b>Proceso</b>            |   | Hoyada                                  |
| <b>Proceso</b>            |  | Siembra de la planta de café            |
| <b>Proceso</b>            |  | Cosecha                                 |
| <b>Verificación</b>       |  | Recepción y selección del grano de café |
| <b>Proceso</b>            |  | Despulpado                              |

|                         |   |  |
|-------------------------|---|--|
| <b>Proceso</b>          |  | Reposo del grano<br>sin pulpa en<br>barriles             |
| <b>Operación simple</b> |  | Secado al sol  |
| <b>Proceso</b>          |  | Ensayado   |
| <b>Operación simple</b> |  | Almacenamiento<br>en bodega, listo<br>para distribución. |
| <b>Fin de proceso</b>   |   | Fin  |

Elaborado por: ROSERO, Maricela.

## 4.5. Inversión

### 4.5.1. Propiedad Planta y Equipo

La propiedad planta y equipo que permitirá ejecutar el proyecto propuesto, consta de las siguientes especificaciones mostradas en los cuadros:

Cuadro N° 17

## Propiedad Planta y Equipo

| CONCEPTO                     | CANT. | UNITARIO | TOTAL           |
|------------------------------|-------|----------|-----------------|
| <b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>  |       |          | <b>1.172,00</b> |
| Desbrozadora                 | 1     | 700,00   | 700,00          |
| Bombas de fumigar            | 2     | 60,00    | 120,00          |
| Palas rectas                 | 4     | 11,00    | 44,00           |
| Palas anchas                 | 4     | 9,00     | 36,00           |
| Azadón                       | 4     | 14,00    | 56,00           |
| Barra                        | 2     | 18,00    | 36,00           |
| Estrilo                      | 2     | 14,00    | 28,00           |
| Machetes                     | 4     | 8,00     | 32,00           |
| Herramientas varias          | 2     | 60,00    | 120,00          |
|                              |       |          |                 |
| <b>MUEBLES Y ENSERES</b>     |       |          | <b>642,77</b>   |
| Mesa                         | 1     | 200,00   | 200,00          |
| Estación de trabajo          | 1     | 189,00   | 189,00          |
| Silla computadora            | 1     | 75,89    | 75,89           |
| Sillas                       | 4     | 29,47    | 117,88          |
| Archivador                   | 1     | 60,00    | 60,00           |
|                              |       |          |                 |
| <b>EQUIPOS DE OFICINA</b>    |       |          | <b>40,00</b>    |
| Teléfono                     | 1     | 30,00    | 30,00           |
| Calculadora                  | 1     | 10,00    | 10,00           |
|                              |       |          |                 |
| <b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b> |       |          | <b>1.180,00</b> |
| Computador                   | 2     | 590,00   | 1.180,00        |
|                              |       |          |                 |
| <b>TOTAL USD</b>             |       |          | <b>3.034,77</b> |

Elaborado por: La Autora

## 4.5.2. Capital de Trabajo

Son las inversiones en activos corrientes que se deberá realizar para financiar un ciclo productivo de la microempresa, son los recursos económicos destinados al funcionamiento inicial de la empresa de lavado de vehículos que cubre el desfase entre los ingresos y egresos y este capital de trabajo para el presente caso estará constituido por la

sumatoria del efectivo y el inventario a utilizar.

**Cuadro N°19  
Capital De Trabajo**

| <b>CAPITAL DE TRABAJO</b>                 |                |                  |
|---|----------------|------------------|
| <b>CONCEPTOS</b>                          | <b>VALOR</b>   | <b>TOTAL</b>     |
| <b>Materia Prima</b>                      |                | <b>18.960,00</b> |
| Plantas de café                           | 18.000,00      |                  |
| Remedios ecológicos                       | 960,00         |                  |
|   |                |                  |
| <b>Gastos de Personal</b>                 |                | <b>26.544,51</b> |
| Mano de Obra Directa                      | 14.775,85      |                  |
| Mano de Obra Indirecta                    | 11.768,66      |                  |
|   |                |                  |
| <b>Gastos Generales de Administración</b> | <b>MENSUAL</b> | <b>ANUAL</b>     |
| Arriendo Terreno                          | 150,00         | 1.800,00         |
| Suministros de Oficina                    | 10,00          | 120,00           |
| Suministros de Limpieza                   | 10,00          | 120,00           |
| Energía Eléctrica                         | 10,00          | 120,00           |
| Agua Potable                              | 10,00          | 120,00           |
| Teléfono                                  | 15,00          | 180,00           |
| Constitución                              |                | 220,00           |
| <b>Total</b>                              | <b>205,00</b>  | <b>2.680,00</b>  |
|   |                |                  |
| <b>Gastos de Ventas</b>                   | <b>MENSUAL</b> | <b>ANUAL</b>     |
| Publicidad                                | 40,00          | 480,00           |
| Alquiler camioneta                        | 120,00         | 1.440,00         |
|   | <b>160,00</b>  | <b>1.920,00</b>  |
|   |                |                  |
| <b>Gastos Financieros</b>                 |                | <b>2.614,20</b>  |
|   |                |                  |
| <b>Total general capital de trabajo</b>   |                | <b>52.718,71</b> |

Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela

#### 4.5.3. Talento Humano

**Cuadro N. 20**

**S.B.U. de Año 2013**

| <b>Cargo</b>     | <b>S.B.U. Año 2013</b> |
|------------------|------------------------|
| Gerente          | 450                    |
| Contador         | 320                    |
| Vendedor         | 318                    |
| Técnico Agrónomo | 320                    |
| Jornalero        | 318                    |

**Fuente:** directa

**Elaborado por:** ROSERO, Maricela

**Cuadro N. 21**

**Sueldo Básico Unificado Mensual Proyectado**

| <b>AÑOS</b><br><b>RUBROS</b> | <b>AÑO 1</b> | <b>AÑO 2</b> | <b>AÑO 3</b> | <b>AÑO 4</b> | <b>AÑO 5</b> |
|------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| GERENTE                      | 450,00       | 494,54       | 543,50       | 597,30       | 656,42       |
| CONTADORA                    | 320,00       | 351,68       | 386,49       | 424,74       | 466,79       |
| VENDEDOR                     | 318,00       | 349,48       | 384,07       | 422,09       | 463,87       |
| TÉCNICO<br>AGROPECUARIO      | 320,00       | 351,68       | 386,49       | 424,74       | 466,79       |
| JORNALERO                    | 318,00       | 349,48       | 384,07       | 422,09       | 463,87       |

**Fuente:** directa

**Elaborado por:** ROSERO, Maricela

#### 4.6. Inversiones

A continuación detallaremos las inversiones en los diferentes rubros que tendrá que hacer la microempresa para su operación.

**Cuadro N°22**

#### **Financiamiento De La Inversión**

| <b>ACTIVOS</b>     | <b>%</b>    | <b>MONTO</b>     |
|--------------------|-------------|------------------|
| ACTIVOS FIJOS      | 5,45%       | 3.034,77         |
| CAPITAL DE TRABAJO | 94,55%      | 52.938,71        |
| <b>TOTAL</b>       | <b>100%</b> | <b>55.753,48</b> |

Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela

#### 4.7. Estructura del financiamiento

Luego de un análisis de las tasas de interés para créditos de las instituciones financieras, la mejor opción es obtener un crédito en una Cooperativa de Ahorro y Crédito quienes brindan más facilidades de endeudamiento. El financiamiento será del 42% de la inversión total, la cual asciende a \$ 20.000,00.

## Cuadro N°23

### Estructura del Financiamiento

| <b>Concepto</b>        | <b>Inversión</b> |
|------------------------|------------------|
| <b>Capital Propio</b>  | 35.753,48        |
| <b>Crédito</b>         | 20.000,00        |
| <b>Inversión Total</b> | 55.753,48        |

Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela

## CAPÍTULO V

### 5. EVALUACIÓN FINANCIERA

En el presente capítulo se procederá a determinar cuál es el monto con respecto a los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuales son los costos totales de operación, así como una serie de indicadores los cuales nos sirven para determinar la viabilidad económica del presente proyecto.

#### 5.1. Presupuesto de Ingresos

Es la proyección de todas las entradas de dinero por la venta del producto durante los 5 años del proyecto, de acuerdo al ciclo de producción en el primer año no se obtendrá ingresos. Se prepara con la información proveniente del presupuesto de ventas. El método de proyección de las cantidades a vender utilizado es el de línea recta con un crecimiento del 50% que está en relación a la producción de café. En referencia a los precios de ventas se toma como un parámetro válido el índice de inflación actual que es del 5% anual.

**Cuadro N°24**  
**Proyección de ingresos**

| <b>AÑOS</b><br><b>RUBROS</b> | <b>AÑO 2</b>     | <b>AÑO 3</b>      | <b>AÑO 4</b>      | <b>AÑO 5</b>      |
|------------------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Cantidad                     | 360,00           | 540,00            | 540,00            | 540,00            |
| Precio                       | 195,00           | 204,75            | 214,99            | 225,74            |
| <b>TOTAL USD</b>             | <b>70.200,00</b> | <b>110.565,00</b> | <b>116.093,25</b> | <b>121.897,91</b> |

**Fuente:** directa

**Elaborado por:** ROSERO, Maricela

## 5.2. Presupuesto de Egresos

Son todos los gastos realizados para la producción de café, básicamente es la adquisición de 30.000 plantas de café que serán sembradas en el primer año para luego empezar la producción a partir del segundo año.

## 5.3. Costos de Producción

### 5.3.1. Materia Prima

Se estima sembrar 30.000 plantas de café, cuyo valor asciende a la cantidad de 16.500,00 ya que el precio de la planta de café es de 0,55.

#### Cuadro N°25

#### Materia prima

| Plantas de Café  | Valor            |
|------------------|------------------|
| Cantidad         | 36.000,00        |
| Precio           | 0,50             |
| <b>TOTAL USD</b> | <b>18.000,00</b> |

| RUBRO / AÑOS    | AÑO 1         | AÑO 2           | AÑO 3           | AÑO 4           | AÑO 5           |
|-----------------|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>Remedios</b> |               |                 |                 |                 |                 |
| Cantidad        | 2.400,00      | 2.400,00        | 2.400,00        | 2.400,00        | 2.400,00        |
| Precio          | 0,40          | 0,42            | 0,44            | 0,46            | 0,49            |
| <b>Valor</b>    | <b>960,00</b> | <b>1.008,00</b> | <b>1.058,40</b> | <b>1.111,32</b> | <b>1.166,89</b> |
| <b>Fundas</b>   |               |                 |                 |                 |                 |
| Cantidad        |               | 360,00          | 540,00          | 540,00          | 540,00          |
| Precio          |               | 0,15            | 0,16            | 0,17            | 0,17            |
| <b>Valor</b>    |               | <b>54,00</b>    | <b>85,05</b>    | <b>89,30</b>    | <b>93,77</b>    |
| <b>TOTAL</b>    | <b>960,00</b> | <b>1.062,00</b> | <b>1.143,45</b> | <b>1.200,62</b> | <b>1.260,65</b> |

| RUBRO / AÑOS | AÑO 1            | AÑO 2           | AÑO 3           | AÑO 4           | AÑO 5           |
|--------------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Plantas      | 18.000,00        |                 |                 |                 |                 |
| Remedios     | 960,00           | 1.008,00        | 1.058,40        | 1.111,32        | 1.166,89        |
| Fundas       | 0,00             | 54,00           | 85,05           | 89,30           | 93,77           |
| <b>TOTAL</b> | <b>18.960,00</b> | <b>1.062,00</b> | <b>1.143,45</b> | <b>1.200,62</b> | <b>1.260,65</b> |

Elaborado por: ROSERO, Maricela

### 5.3.2. Mano de Obra Directa

Para la operación inicial de la microempresa es necesario contar con el siguiente personal quienes percibirán las remuneraciones de acuerdo a su trabajo y responsabilidad.

El parámetro de crecimiento de las remuneraciones está determinado por una media del crecimiento de los salarios de los cinco últimos años cuyo crecimiento promedio anual es del 9,90%

#### Crecimiento de salario mínimo vital por años

| No.                | año  | smvg         |
|--------------------|------|--------------|
| 1                  | 2009 | 218,00       |
| 2                  | 2010 | 240,00       |
| 3                  | 2011 | 264,00       |
| 4                  | 2012 | 292,00       |
| 5                  | 2013 | 318,00       |
| <b>Crecimiento</b> |      | <b>9,90%</b> |

$$M = C(1+i)^{n-1}$$

$$318 = 218(1+i)^4$$

$$\frac{318}{218} = (1+i)^4$$

$$\sqrt[4]{1.46} = (1+i)$$

$$1,09899 = 1+i$$

$$I = 0,09899$$

$$I = 9.90\%$$

Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela

**Cuadro No. 26**  
**S.B.U. de la Mano de Obra Directa**

| AÑOS<br>RUBROS   | AÑO 1  | AÑO 2  | AÑO 3  | AÑO 4  | AÑO 5  |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Técnico Agrónomo | 320,00 | 351,68 | 386,49 | 424,74 | 466,79 |
| Jornalero        | 318,00 | 349,48 | 384,07 | 422,09 | 463,87 |

| CONCEPTO         | AÑO 1           | AÑO 2            | AÑO 3            | AÑO 4            | AÑO 5            |
|------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Sueldo Básico    | 7.656,00        | 8.413,85         | 9.246,71         | 10.162,02        | 11.167,93        |
| Décimo Tercero   | 638,00          | 701,15           | 770,56           | 846,83           | 930,66           |
| Décimo Cuarto    | 636,00          | 698,96           | 768,14           | 844,18           | 927,74           |
| Aporte Patronal  | 930,20          | 1.022,28         | 1.123,48         | 1.234,69         | 1.356,90         |
| Fondo de reserva | 0,00            | 701,15           | 770,56           | 846,83           | 930,66           |
| <b>TOTAL</b>     | <b>9.860,20</b> | <b>11.537,39</b> | <b>12.679,45</b> | <b>13.934,55</b> | <b>15.313,89</b> |

#### 5.4. Gastos Administrativos

Corresponden los gastos incurridos por el Gerente y la Contadora, quienes se encargan de realizar las actividades administrativas de la microempresa.

**Cuadro N°27**

#### Mano de obra indirecta

| RUBROS<br>AÑOS | AÑO 1  | AÑO 2  | AÑO 3  | AÑO 4  | AÑO 5  |
|----------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Gerente        | 450,00 | 494,54 | 543,50 | 597,30 | 656,42 |
| Contador       | 320,00 | 351,68 | 386,49 | 424,74 | 466,79 |

| CONCEPTO         | AÑO 1            | AÑO 2            | AÑO 3            | AÑO 4            | AÑO 5            |
|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Sueldo Básico    | 9.240,00         | 10.154,76        | 11.160,08        | 12.264,93        | 13.479,16        |
| Décimo Tercero   | 770,00           | 846,23           | 930,01           | 1.022,08         | 1.123,26         |
| Décimo Cuarto    | 636,00           | 698,96           | 768,16           | 844,21           | 927,79           |
| Aporte Patronal  | 1.122,66         | 1.233,80         | 1.355,95         | 1.490,19         | 1.637,72         |
| Fondo de reserva |                  | 846,23           | 930,01           | 1.022,08         | 1.123,26         |
| <b>TOTAL</b>     | <b>11.768,66</b> | <b>13.779,99</b> | <b>15.144,21</b> | <b>16.643,48</b> | <b>18.291,19</b> |

Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela

#### 5.4.1. Gastos Generales de Administración

Los gastos generales incurridos para llevar adelante este negocio están comprendidos por: el arriendo de un local en, la publicidad necesaria para hacer conocer el producto, la movilización incurrida en la distribución del producto, los suministros de oficina y los de limpieza

básicos necesarios para la parte administrativa y para mantener limpios los espacios de la planta, los servicios básicos como electricidad, agua potable y teléfono utilizados en la planta:

**Cuadro N°28**

**Gastos generales de Administración**

| <b>Gastos Generales de Administración</b> | <b>MENSUAL</b> | <b>ANUAL</b>    |
|---|----------------|-----------------|
| Arriendo Terreno                          | 150,00         | 1.800,00        |
| Suministros de Oficina                    | 10,00          | 120,00          |
| Suministros de Limpieza                   | 10,00          | 120,00          |
| Energía Eléctrica                         | 10,00          | 120,00          |
| Agua Potable                              | 10,00          | 120,00          |
| Teléfono                                  | 15,00          | 180,00          |
| Constitución                              |                | 220,00          |
| <b>Total</b>                              | <b>205,00</b>  | <b>2.680,00</b> |

| <b>RUBROS</b>           | <b>AÑO 1</b>    | <b>AÑO 2</b>    | <b>AÑO 3</b>    | <b>AÑO 4</b>    | <b>AÑO 5</b>    |
|-------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>AÑOS</b>             |                 |                 |                 |                 |                 |
| Arriendo Terreno        | 1.800,00        | 1.872,00        | 1.946,88        | 2.024,76        | 2.105,75        |
| Suministros de Oficina  | 120,00          | 124,80          | 129,79          | 134,98          | 140,38          |
| Suministros de Limpieza | 120,00          | 124,80          | 129,79          | 134,98          | 140,38          |
| Energía Eléctrica       | 120,00          | 124,80          | 129,79          | 134,98          | 140,38          |
| Agua Potable            | 120,00          | 124,80          | 129,79          | 134,98          | 140,38          |
| Teléfono                | 180,00          | 187,20          | 194,69          | 202,48          | 210,57          |
| Constitución            | 220,00          |                 |                 |                 |                 |
| <b>TOTAL</b>            | <b>2.680,00</b> | <b>2.558,40</b> | <b>2.660,74</b> | <b>2.767,17</b> | <b>2.877,85</b> |

**5.5. Gastos de Ventas**

Gastos incurridos en el proceso de comercialización del café

**Cuadro N°29**

**Remuneración del Vendedor**

| <b>RUBROS</b> | <b>AÑO 1</b> | <b>AÑO 2</b> | <b>AÑO 3</b> | <b>AÑO 4</b> | <b>AÑO 5</b> |
|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>AÑOS</b>   |              |              |              |              |              |
| Vendedor      | 318,00       | 349,48       | 384,07       | 422,09       | 463,87       |

| <b>CONCEPTO</b>  | <b>AÑO 1</b>    | <b>AÑO 2</b>    | <b>AÑO 3</b>    | <b>AÑO 4</b>    | <b>AÑO 5</b>    |
|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Sueldo Básico    | 3.816,00        | 4.193,78        | 4.608,97        | 5.065,26        | 5.566,72        |
| Décimo Tercero   | 318,00          | 349,48          | 384,08          | 422,10          | 463,89          |
| Décimo Cuarto    | 318,00          | 349,48          | 384,08          | 422,10          | 463,89          |
| Aporte Patronal  | 463,64          | 509,54          | 559,99          | 615,43          | 676,36          |
| Fondo de reserva |                 | 349,48          | 384,08          | 422,10          | 463,89          |
| <b>TOTAL</b>     | <b>4.915,64</b> | <b>5.751,77</b> | <b>6.321,20</b> | <b>6.947,00</b> | <b>7.634,75</b> |

**Cuadro N°29**  
**Gastos de ventas**

| <b>CONCEPTO</b>    | <b>VALOR</b>   | <b>VALOR</b>    |
|--------------------|----------------|-----------------|
|                    | <b>MENSUAL</b> | <b>ANUAL</b>    |
| Publicidad         | 40,00          | 480,00          |
| Alquiler camioneta | 120,00         | 1.440,00        |
| <b>TOTAL</b>       | <b>160,00</b>  | <b>1.920,00</b> |

| <b>RUBROS</b>      | <b>AÑO 1</b>    | <b>AÑO 2</b>    | <b>AÑO 3</b>    | <b>AÑO 4</b>    | <b>AÑO 5</b>    |
|--------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Publicidad         | 480,00          | 499,20          | 519,17          | 539,93          | 561,53          |
| Alquiler camioneta | 1.440,00        | 1.497,60        | 1.557,50        | 1.619,80        | 1.684,60        |
| <b>TOTAL</b>       | <b>1.920,00</b> | <b>1.996,80</b> | <b>2.076,67</b> | <b>2.159,74</b> | <b>2.246,13</b> |

Elaborado por: ROSERO, Maricela

### 5.6. Gastos Financieros

Gastos incurridos en el pago de intereses, producto del crédito otorgado por una institución financiera al 14% para cubrir la inversión total de proyecto.

**Cuadro N°30**  
**Cálculo cuota mensual**

|                                 |               |
|---------------------------------|---------------|
| <b>Monto Operación</b>          | 20.000        |
| <b>Tasa interés anual</b>       | 14,00%        |
| <b>Plazo (meses)</b>            | 60            |
| <b>Cuota Mensual a cancelar</b> | <b>465,37</b> |

Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela

**Cuadro Nº31**

**Tabla de amortización**

| <b>Cuota No.</b> | <b>Saldo Inicial</b> | <b>Cuota Mensual</b> | <b>Interés</b> | <b>Abono Capital</b> | <b>Saldo Final</b> |
|------------------|----------------------|----------------------|----------------|----------------------|--------------------|
| 1                | 20.000,00            | 465,37               | 233,33         | 232,03               | 19.767,97          |
| 2                | 19.767,97            | 465,37               | 230,63         | 234,74               | 19.533,23          |
| 3                | 19.533,23            | 465,37               | 227,89         | 237,48               | 19.295,75          |
| 4                | 19.295,75            | 465,37               | 225,12         | 240,25               | 19.055,50          |
| 5                | 19.055,50            | 465,37               | 222,31         | 243,05               | 18.812,45          |
| 6                | 18.812,45            | 465,37               | 219,48         | 245,89               | 18.566,57          |
| 7                | 18.566,57            | 465,37               | 216,61         | 248,76               | 18.317,81          |
| 8                | 18.317,81            | 465,37               | 213,71         | 251,66               | 18.066,15          |
| 9                | 18.066,15            | 465,37               | 210,77         | 254,59               | 17.811,56          |
| 10               | 17.811,56            | 465,37               | 207,80         | 257,56               | 17.554,00          |
| 11               | 17.554,00            | 465,37               | 204,80         | 260,57               | 17.293,43          |
| 12               | 17.293,43            | 465,37               | 201,76         | 263,61               | 17.029,82          |
| 13               | 17.029,82            | 465,37               | 198,68         | 266,68               | 16.763,14          |
| 14               | 16.763,14            | 465,37               | 195,57         | 269,80               | 16.493,34          |
| 15               | 16.493,34            | 465,37               | 192,42         | 272,94               | 16.220,40          |
| 16               | 16.220,40            | 465,37               | 189,24         | 276,13               | 15.944,27          |
| 17               | 15.944,27            | 465,37               | 186,02         | 279,35               | 15.664,92          |
| 18               | 15.664,92            | 465,37               | 182,76         | 282,61               | 15.382,32          |
| 19               | 15.382,32            | 465,37               | 179,46         | 285,90               | 15.096,41          |
| 20               | 15.096,41            | 465,37               | 176,12         | 289,24               | 14.807,17          |
| 21               | 14.807,17            | 465,37               | 172,75         | 292,61               | 14.514,56          |
| 22               | 14.514,56            | 465,37               | 169,34         | 296,03               | 14.218,53          |
| 23               | 14.218,53            | 465,37               | 165,88         | 299,48               | 13.919,05          |
| 24               | 13.919,05            | 465,37               | 162,39         | 302,98               | 13.616,07          |
| 25               | 13.616,07            | 465,37               | 158,85         | 306,51               | 13.309,56          |
| 26               | 13.309,56            | 465,37               | 155,28         | 310,09               | 12.999,47          |
| 27               | 12.999,47            | 465,37               | 151,66         | 313,70               | 12.685,77          |
| 28               | 12.685,77            | 465,37               | 148,00         | 317,36               | 12.368,40          |
| 29               | 12.368,40            | 465,37               | 144,30         | 321,07               | 12.047,34          |
| 30               | 12.047,34            | 465,37               | 140,55         | 324,81               | 11.722,52          |
| 31               | 11.722,52            | 465,37               | 136,76         | 328,60               | 11.393,92          |
| 32               | 11.393,92            | 465,37               | 132,93         | 332,44               | 11.061,49          |
| 33               | 11.061,49            | 465,37               | 129,05         | 336,31               | 10.725,17          |
| 34               | 10.725,17            | 465,37               | 125,13         | 340,24               | 10.384,93          |
| 35               | 10.384,93            | 465,37               | 121,16         | 344,21               | 10.040,73          |
| 36               | 10.040,73            | 465,37               | 117,14         | 348,22               | 9.692,50           |
| 37               | 9.692,50             | 465,37               | 113,08         | 352,29               | 9.340,22           |
| 38               | 9.340,22             | 465,37               | 108,97         | 356,40               | 8.983,82           |
| 39               | 8.983,82             | 465,37               | 104,81         | 360,55               | 8.623,27           |
| 40               | 8.623,27             | 465,37               | 100,60         | 364,76               | 8.258,51           |
| 41               | 8.258,51             | 465,37               | 96,35          | 369,02               | 7.889,49           |

|    |              |                  |                 |                  |             |
|----|--------------|------------------|-----------------|------------------|-------------|
| 42 | 7.889,49     | 465,37           | 92,04           | 373,32           | 7.516,17    |
| 43 | 7.516,17     | 465,37           | 87,69           | 377,68           | 7.138,49    |
| 44 | 7.138,49     | 465,37           | 83,28           | 382,08           | 6.756,41    |
| 45 | 6.756,41     | 465,37           | 78,82           | 386,54           | 6.369,87    |
| 46 | 6.369,87     | 465,37           | 74,32           | 391,05           | 5.978,82    |
| 47 | 5.978,82     | 465,37           | 69,75           | 395,61           | 5.583,21    |
| 48 | 5.583,21     | 465,37           | 65,14           | 400,23           | 5.182,98    |
| 49 | 5.182,98     | 465,37           | 60,47           | 404,90           | 4.778,09    |
| 50 | 4.778,09     | 465,37           | 55,74           | 409,62           | 4.368,46    |
| 51 | 4.368,46     | 465,37           | 50,97           | 414,40           | 3.954,06    |
| 52 | 3.954,06     | 465,37           | 46,13           | 419,23           | 3.534,83    |
| 53 | 3.534,83     | 465,37           | 41,24           | 424,13           | 3.110,71    |
| 54 | 3.110,71     | 465,37           | 36,29           | 429,07           | 2.681,63    |
| 55 | 2.681,63     | 465,37           | 31,29           | 434,08           | 2.247,55    |
| 56 | 2.247,55     | 465,37           | 26,22           | 439,14           | 1.808,41    |
| 57 | 1.808,41     | 465,37           | 21,10           | 444,27           | 1.364,14    |
| 58 | 1.364,14     | 465,37           | 15,91           | 449,45           | 914,69      |
| 59 | 914,69       | 465,37           | 10,67           | 454,69           | 460,00      |
| 60 | 460,00       | 465,37           | 5,37            | 460,00           | 0,00        |
|    |              |                  |                 |                  |             |
|    | <b>TOTAL</b> | <b>27.921,90</b> | <b>7.921,90</b> | <b>20.000,00</b> | <b>0,00</b> |

Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela

### Cuadro N°32

#### Cuadro resumen de la Tabla de Amortización

| PERIODO | INTERESES | CAPITAL  |
|---------|-----------|----------|
| AÑO 1   | 2.614,20  | 2.970,18 |
| AÑO 2   | 2.170,63  | 3.413,75 |
| AÑO 3   | 1.660,81  | 3.923,57 |
| AÑO 4   | 1.074,86  | 4.509,52 |
| AÑO 5   | 401,40    | 5.182,98 |

Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela

#### 5.7. Depreciación

Los compromisos de depreciación son gastos permitidos por las leyes ecuatorianas y en los porcentajes reconocidos por la Ley de Régimen Tributario Interno, para que el inversionista recupere la inversión inicial realizada.

### Cuadro N°33

#### Depreciación de activos fijos

| <b>RUBROS</b>         | <b>AÑOS</b> | <b>VALOR</b>    | <b>AÑO 1</b>  | <b>AÑO 2</b>  | <b>AÑO 3</b>  | <b>AÑO 4</b>  | <b>AÑO 5</b>  |
|-----------------------|-------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Maquinaria y equipos  | 10          | 1.172,00        | 117,20        | 117,20        | 117,20        | 117,20        | 117,20        |
| Muebles y enseres     | 10          | 642,77          | 64,28         | 64,28         | 64,28         | 64,28         | 64,28         |
| Equipos de oficina    | 10          | 40,00           | 4,00          | 4,00          | 4,00          | 4,00          | 4,00          |
| Equipo de computación | 3           | 1.180,00        | 393,33        | 393,33        | 393,33        |               |               |
|                       |             | <b>3.034,77</b> | <b>578,81</b> | <b>578,81</b> | <b>578,81</b> | <b>185,48</b> | <b>185,48</b> |

Elaborado por: ROSERO, Maricela

### 5.8. Estados Financieros

Estos Estados proyectados son aquellos que se preparan al cierre de cada período, con el ánimo principal de satisfacer el bien común de evaluar la capacidad económica de la microempresa, para generar flujos favorables de fondos.

#### 5.8.1. Estado de Situación Financiera

Es el documento contable que informa en una fecha determinada la situación financiera de la microempresa, presentando en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, obligaciones y capital, valuados y elaborados de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados.

### Cuadro N°34

#### Balance general

| 1     | <b>ACTIVO</b>              | <b>VALOR</b>     | 2     | <b>PASIVO</b>                  | <b>VALOR</b>     |
|-------|----------------------------|------------------|-------|--------------------------------|------------------|
| 1.1   | <b>ACTIVO CORRIENTE</b>    |                  | 2.1   | <b>PASIVO NO CORRIENTE</b>     |                  |
| 1.1.1 | Bancos                     | 52.718,71        | 2.1.1 | Préstamo Bancario              | 20.000,00        |
| 1.2   | <b>ACTIVO FIJO</b>         |                  |       | <b>TOTAL PASIVOS</b>           | <b>20.000,00</b> |
| 1.2.1 | Propiedad, planta y equipo | 3.034,77         | 3     | <b>PATRIMONIO</b>              |                  |
|       |                            |                  | 3.1   | Capital                        | 35.753,48        |
|       |                            |                  |       | <b>TOTAL PATRIMONIO</b>        | <b>35.753,48</b> |
|       | <b>TOTAL ACTIVOS</b>       | <b>55.753,48</b> |       | <b>TOTAL PASIVO PATRIMONIO</b> | <b>55.753,48</b> |

Elaborado por: ROSERO, Maricela.

## 5.8.2. Estado de Resultados

El estado de resultados proyectado es un documento complementario, donde se informa detallada y ordenadamente como se obtendrá la utilidad del ejercicio contable, de los cinco años siguientes.

**Cuadro N°35**

### Estado De Resultados

| DETALLE                            | AÑO 1             | AÑO 2            | AÑO 3             | AÑO 4             | AÑO 5             |
|------------------------------------|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>1. Ingresos</b>                 | <b>0,00</b>       | <b>70.200,00</b> | <b>110.565,00</b> | <b>116.093,25</b> | <b>121.897,91</b> |
| Venta de Café                      | 0,00              | 70.200,00        | 110.565,00        | 116.093,25        | 121.897,91        |
|                                    |                   |                  |                   |                   |                   |
| <b>2. Costos</b>                   | <b>28.820,20</b>  | <b>12.599,39</b> | <b>13.822,90</b>  | <b>15.135,17</b>  | <b>16.574,55</b>  |
|                                    |                   |                  |                   |                   |                   |
| <b>UTILIDAD BRUTA</b>              | <b>-28.820,20</b> | <b>57.600,61</b> | <b>96.742,10</b>  | <b>100.958,08</b> | <b>105.323,36</b> |
|                                    |                   |                  |                   |                   |                   |
| <b>3. Gastos Administrativos</b>   | <b>19.364,30</b>  | <b>22.089,94</b> | <b>24.125,64</b>  | <b>26.356,83</b>  | <b>28.802,59</b>  |
|                                    |                   |                  |                   |                   |                   |
| 4, Depreciación                    | 578,81            | 578,81           | 578,81            | 185,48            | 185,48            |
|                                    |                   |                  |                   |                   |                   |
| <b>5. Gastos de Ventas</b>         | <b>1.920,00</b>   | <b>1.996,80</b>  | <b>2.076,67</b>   | <b>2.159,74</b>   | <b>2.246,13</b>   |
|                                    |                   |                  |                   |                   |                   |
| <b>6. Gastos Financieros</b>       | <b>2.614,20</b>   | <b>2.170,63</b>  | <b>1.660,81</b>   | <b>1.074,86</b>   | <b>401,40</b>     |
|                                    |                   |                  |                   |                   |                   |
| <b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>        | <b>-53.297,52</b> | <b>30.764,43</b> | <b>68.300,16</b>  | <b>71.181,17</b>  | <b>73.687,77</b>  |
| Participación trabajadores 15%     |                   | 4.614,66         | 10.245,02         | 10.677,18         | 11.053,17         |
|                                    |                   |                  |                   |                   |                   |
| <b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b> | <b>-53.297,52</b> | <b>26.149,77</b> | <b>58.055,14</b>  | <b>60.504,00</b>  | <b>62.634,61</b>  |
| Impuesto Renta Personal            |                   | 1.856,97         | 7.599,03          | 8.194,50          | 8.727,15          |
|                                    |                   |                  |                   |                   |                   |
| <b>UTILIDAD NETA</b>               | <b>-53.297,52</b> | <b>24.292,80</b> | <b>50.456,11</b>  | <b>52.309,50</b>  | <b>53.907,45</b>  |

| FRACCIÓN BÁSICA | FRACCIÓN EXEDENTE | IMPUESTO      |             |
|-----------------|-------------------|---------------|-------------|
|                 |                   | FRACC. BÁSICA | FRACC EXCED |
| A               | B                 | C             | D           |
| -               | 10.180,00         | -             | -           |
| 10.180,00       | 12.970,00         | -             | 5%          |
| 12.970,00       | 16.220,00         | 140,00        | 10%         |
| 16.220,00       | 19.470,00         | 465,00        | 12%         |
| 19.470,00       | 38.930,00         | 855,00        | 15%         |
| 38.930,00       | 58.390,00         | 3.774,00      | 20%         |
| 58.390,00       | 77.870,00         | 7.666,00      | 25%         |
| 77.870,00       | 103.810,00        | 12.536,00     | 30%         |
| 103.810,00      | En adelante       | 20.318,00     | 35%         |

| UTILIDAD  | DIFERENCIA | IMPUESTO       |                  |
|-----------|------------|----------------|------------------|
|           |            | FRAC. EXE.     | TOTAL            |
| <b>E</b>  | <b>A-E</b> | <b>(A-E)*D</b> | <b>C+(A-E)*D</b> |
| 26.149,77 | 6.679,77   | 1.001,97       | 1.856,97         |
| 58.055,14 | 19.125,14  | 3.825,03       | 7.599,03         |
| 60.504,00 | 2.114,00   | 528,50         | 8.194,50         |
| 62.634,61 | 4.244,61   | 1.061,15       | 8.727,15         |

Elaborado por: ROSERO, Maricela

## 5.9. Estructura del Financiamiento

Para la implementación de la microempresa luego de un análisis de las tasas de interés para créditos de las instituciones financieras, la mejor opción es obtener un crédito en una Cooperativa de Ahorro y Crédito quienes brindan más facilidades de endeudamiento. El financiamiento será del 36% de la inversión total, la cual asciende a \$ 20.000,00.

## 5.10. Costo de Capital y Tasa de Rendimiento Medio

### Cuadro N°36

#### Costo de capital y tasa de rendimiento medio

| Concepto                         | Inversión     | Porcentaje | Tasa Ponderada | Valor Ponderado |
|----------------------------------|---------------|------------|----------------|-----------------|
| <b>Capital Propio</b>            | 35.753,48     | 64%        | 4,60           | 2,95            |
| <b>Crédito</b>                   | 20.000,00     | 36%        | 14,00          | 5,02            |
| <b>Inversión Total</b>           | 55.753,48     | 100%       | 18,60          | 7,97            |
| <b>Costo de Capital</b>          | <b>7,97%</b>  |            |                |                 |
| <b>Tasa de Inflación</b>         | <b>5,00%</b>  |            |                |                 |
| <b>Tasa de Rendimiento Medio</b> | <b>13,37%</b> |            |                |                 |

Elaborado por: ROSERO, Maricela

## 5.10.1. Estado de Flujo de Caja

### Cuadro N°37

#### Flujo de caja

| DETALLE                       | AÑO 0             | AÑO 1             | AÑO 2            | AÑO 3            | AÑO 4            | AÑO 5            |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>UTILIDAD NETA</b>          |                   | <b>-53.297,52</b> | <b>24.292,80</b> | <b>50.456,11</b> | <b>52.309,50</b> | <b>53.907,45</b> |
| (+) Depreciaciones            |                   | 578,81            | 578,81           | 578,81           | 185,48           | 185,48           |
| (+) Venta de activos          |                   |                   |                  |                  |                  | 927,39           |
| (-) Inversiones               | -55.753,48        |                   |                  |                  |                  |                  |
| <b>FLUJO DE CAJA NETO USD</b> | <b>-55.753,48</b> | <b>-52.718,71</b> | <b>24.871,61</b> | <b>51.034,92</b> | <b>52.494,98</b> | <b>55.020,32</b> |

Elaborado por: ROSERO, Maricela

## 5.11. Evaluación Financiera

### 5.11.1. Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto es un criterio financiero que consiste en determinar el valor actual de los flujos de caja que se esperan en el transcurso de la inversión, tanto de los flujos positivos como de las salidas de capital (incluida la inversión inicial), donde éstas se representan con signo negativo, mediante su descuento a una tasa de capital adecuado al valor temporal del dinero y al riesgo de la inversión. Según este criterio, se recomienda realizar aquellas inversiones cuyo valor actual neto sea positivo, de acuerdo al análisis realizado el proyecto arroja un Van de 12.708,32; que nos muestra que el proyecto es viable.

$$\text{VAN} = \text{Inversión inicial} + \sum \frac{\text{FCN}}{(1+i)^n}$$

#### Cuadro N°38

#### Valor actual neto

| TRM: %     |           | 13,37%              |
|------------|-----------|---------------------|
| AÑOS       | FNC (USD) | VA                  |
| 0          | -55.753   | \$ -55.753,48       |
| 1          | -52.719   | \$ -46.501,22       |
| 2          | 24.872    | \$ 19.350,99        |
| 3          | 51.035    | \$ 35.024,04        |
| 4          | 52.495    | \$ 31.777,24        |
| 5          | 55.020    | \$ 28.882,75        |
| <b>VAN</b> |           | <b>\$ 12.780,32</b> |

Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela

### 5.11.2. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno ( TIR )

Devuelve la tasa interna de retorno de los flujos de caja representados por los números del argumento valores. Los flujos de caja deben ocurrir en intervalos regulares, como meses o años. La tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión con pagos (valores negativos) e ingresos (valores positivos) que ocurren en períodos regulares.

La tasa interna de retorno es de 17.70% que es el porcentaje de interés al que recuperaremos el valor total de la inversión.

$$TIR = TDi + (TDs - TDi) \left[ \frac{VANTi}{VANTs - VANTi} \right]$$

#### Cuadro N°39

##### Tasa interna de retorno

| TIR DEL PROYECTO |           | 17,70%         |
|------------------|-----------|----------------|
| AÑOS             | FNC (USD) | VA             |
| 0                | -55.753   | \$ -55.753,48  |
| 1                | -52.719   | \$ -44.789,36  |
| 2                | 24.872    | \$ 17.952,47   |
| 3                | 51.035    | \$ 31.296,64   |
| 4                | 52.495    | \$ 27.350,05   |
| 5                | 55.020    | \$ 23.943,68   |
| <b>VAN</b>       |           | <b>\$ 0,00</b> |

**Fuente:** directa

**Elaborado por:** ROSERO, Maricela

### 5.11.3. Razón Beneficio Costo B/C

Este parámetro nos permitirá juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos.

**Cuadro N°40**  
**Beneficio costo**

|                  |               |
|------------------|---------------|
| <b>INVERSION</b> | <b>55.753</b> |
| VA 1             | -46.501       |
| VA 2             | 19.351        |
| VA 3             | 35.024        |
| VA 4             | 31.777        |
| VA 5             | 28.883        |
| VAN              | 68.534        |
| <b>R B/C =</b>   | <b>1,23</b>   |

**Fuente:** directa  
**Elaborado por:** ROSERO, Maricela

Esto nos quiere decir que por cada dólar de gasto, se genera \$ 1,23 de ingresos, significa que ganamos 23 centavos.

**5.11.4. Período de Recuperación de la Inversión**

De acuerdo a la inversión realizada el periodo de recuperación de la inversión es de 3 años 7,5 meses.

**Cuadro N°41**

**Período de recuperación de la inversión**

|                  |                  |                       |
|------------------|------------------|-----------------------|
| <b>INVERSION</b> |                  | <b>55.753</b>         |
| <b>FNC</b>       | <b>(FNC) USD</b> | <b>SUMA (FNC) USD</b> |
| 1                | -52.719          | -52.719               |
| 2                | 24.872           | -27.847               |
| 3                | 51.035           | 23.188                |
| 4                | 52.495           | 75.683                |
| 5                | 55.020           | 129.776               |
| <b>PRI =</b>     | <b>3</b>         | <b>AÑOS</b>           |
|                  | <b>7,5</b>       | <b>MESES</b>          |

**Fuente:** directa  
**Elaborado por:** ROSERO, Maricela

### 5.11.5. Análisis de Sensibilidad del Proyecto

Durante el diseño y la aprobación de un proyecto uno de los puntos más relevantes para la toma de decisiones, es el análisis financiero del proyecto, es decir su rentabilidad y el retorno de la inversión. Una herramienta que facilitará la toma de decisiones es el análisis de sensibilidad, el cual permite diseñar escenarios en los cuales se puede analizar posibles resultados del proyecto, cambiando los valores de sus variables y restricciones financieras y determinar cómo éstas afectan el resultado final.

#### Cuadro N° 42

#### Análisis de sensibilidad

| TASA DE DESCUENTO       | 15%         | 16%         | 17%         | 18%        | 19%          |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|------------|--------------|
| VALOR ACTUAL NETO       | \$ 7.674,89 | \$ 4.725,79 | \$ 1.907,88 | \$ -785,68 | \$ -3.361,32 |
| TASA INTERNA DE RETORNO | 17,70%      |             |             |            |              |
| COSTO BENEFICIO         | 1,23        |             |             |            |              |

**Fuente:** directa

**Elaborado por:** ROSERO, Maricela

### 5.12. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio de una microempresa industrial, es aquel en el que a un determinado nivel de operación, ésta no obtiene utilidades, pero tampoco incurre en pérdidas. En la práctica, el análisis del punto de equilibrio de esta microempresa, en función de la información disponible, se realiza considerando un periodo determinado, normalmente un año, en este caso en el segundo año en donde se refleja ingresos y egresos.

### Cuadro N°43

#### Identificación de costos

| TIPO | GASTOS Y COSTOS                | AÑO 2            |
|------|--------------------------------|------------------|
|      | <b>Insumos</b>                 |                  |
| V    | Materia Prima                  | 1.062,00         |
|      | <b>Mano de Obra Directa</b>    |                  |
| F    | Técnico Agrónomo               | 5.785,68         |
| F    | Jornalero                      | 5.751,71         |
|      |                                |                  |
|      | <b>TOTAL COSTOS DIRECTOS</b>   | <b>12.599,39</b> |
|      | <b>Gastos en Personal</b>      |                  |
| F    | Gerente                        | 7.994,14         |
| F    | Contadora                      | 5.785,68         |
| F    | Vendedor                       | 5.751,71         |
|      | <b>Gastos Generales</b>        |                  |
| F    | Arriendo Terreno               | 1.872,00         |
| F    | Suministros de Oficina         | 124,80           |
| F    | Suministros de Limpieza        | 124,80           |
| V    | Energía Eléctrica              | 124,80           |
| V    | Agua Potable                   | 124,80           |
| V    | Teléfono                       | 187,20           |
| F    | Depreciación                   | 578,81           |
|      | <b>Gastos de Ventas</b>        |                  |
| V    | Publicidad                     | 499,20           |
| V    | Alquiler camioneta             | 1.497,60         |
|      | <b>Gastos Financieros</b>      |                  |
| F    | Intereses                      | 2.170,63         |
|      |                                |                  |
|      | <b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b> | <b>26.836,18</b> |
|      |                                |                  |
|      | <b>TOTAL USD</b>               | <b>39.435,57</b> |
|      |                                |                  |
|      | <b>COSTOS FIJOS</b>            | <b>35.939,97</b> |
|      | <b>COSTOS VARIABLES</b>        | <b>3.495,60</b>  |

Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela

#### Fórmula:

$$MC = PV - CVU$$

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

En donde:

- PE = Punto de equilibrio del proyecto  
 CF = Costo fijo  
 II = Inversión Inicial  
 PV = Precio de Venta  
 CVU = Costo variable unitario  
 MC = Margen de Contribución

### Cuadro N°44

#### Punto de equilibrio

| PUNTO DE EQUILIBRIO                          |               |
|--|---------------|
| DETALLE                                      | USD ANUAL     |
| CF (costo fijo)                              | 35.939,97     |
| CV (costo variable)                          | 3.495,60      |
| Pvu (precio variable unitario)               | 195,00        |
| Cantidad                                     | 360,00        |
| Cvu (costo variable unitario)                | 9,71          |
| MC (Margen de contribución unitario)         | 185,29        |
| <b>Peq (punto de equilibrio en unidades)</b> | <b>193,97</b> |

Elaborado por: ROSERO, Maricela.

### Cuadro N° 45

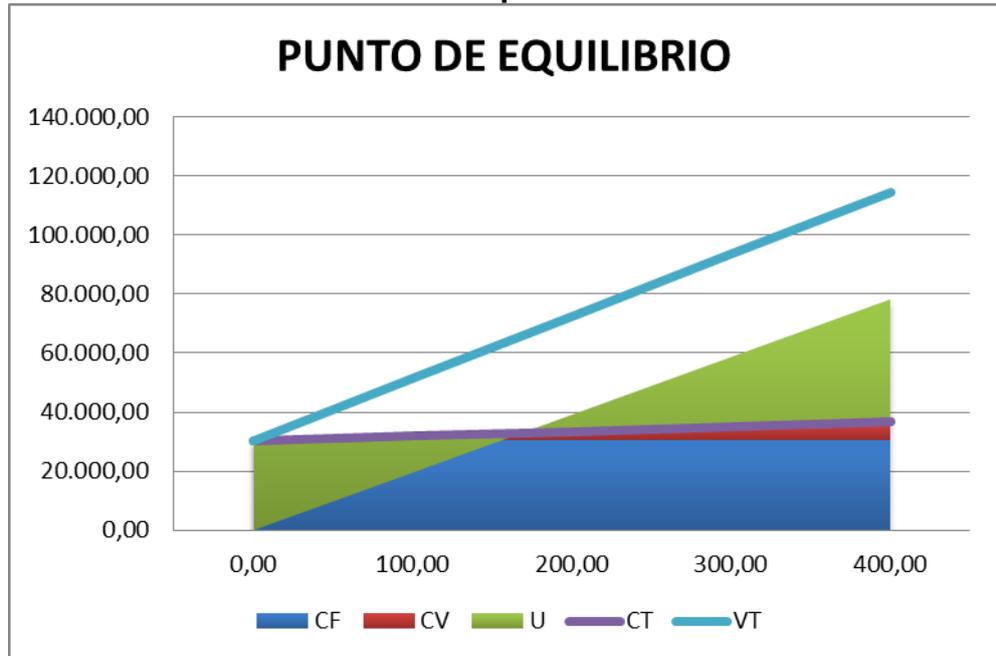
| Análisis del punto de equilibrio |           |            |            |           |           |           |
|----------------------------------|-----------|------------|------------|-----------|-----------|-----------|
| Productos vendidos               | PV        | 0,00       | 100,00     | 200,00    | 300,00    | 400,00    |
| <b>Ventas Totales</b>            | <b>VT</b> | 0,00       | 19.500,00  | 39.000,00 | 58.500,00 | 78.000,00 |
| <b>Costos Variables</b>          | <b>CV</b> | 0,00       | 1.574,36   | 3.148,73  | 4.723,09  | 6.297,45  |
| <b>Costos Fijos</b>              | <b>CF</b> | 30.232,26  | 30.232,26  | 30.232,26 | 30.232,26 | 30.232,26 |
| <b>Costo Total</b>               | <b>CT</b> | 30.232,26  | 31.806,62  | 33.380,99 | 34.955,35 | 36.529,71 |
| <b>Utilidad</b>                  | <b>U</b>  | -30.232,26 | -12.306,62 | 5.619,01  | 23.544,65 | 41.470,29 |

Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela

Gráfico N° 24

Punto de Equilibrio



Elaborado por: ROSERO, Maricela

## CAPITULO VI

### 6. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

#### 6.1. Razón Social: Apuecafe

#### 6.2. Misión

Producir y comercializar granos de café pergamino, ofreciendo la más alta calidad de producción y haciendo de esta actividad una oportunidad de desarrollo y auto realización con el compromiso de cumplimiento de normas para la microempresa cafetera, con el objetivo de dar satisfacción a nuestros clientes y el bienestar de nuestros colaboradores.

#### 6.3. Visión

Consolidarnos en el año 2018 como una organización líder e innovadora en el mercado cafetero en la zona 1, ser reconocidos como una empresa promotora de la cultura cafetera y oferente del mejor grano de café pergamino seco garantizando la calidad y excelencia de nuestro producto.

#### 6.4. Principios y Valores

En suma, los valores de quienes hacemos “APUECAFE” incluyen un trabajo honesto, esfuerzo y dedicación permanentes, cultura de la calidad, y estrecho vínculo entre el ambiente y su conservación; valores que están presentes tanto en el personal de” APUECAFE” como en cada habitante de la zona cafetera y que juega un papel importante en el dinamismo del sector.

**6.4.1. Conservación:** Velar porque nuestros productos sean producidos sin dañar al medio ambiente, así como también en la búsqueda de materiales más biodegradables.

**6.4.2. Ecología:** Proteger al ambiente como un deber y compromiso con nuestro planeta.

**6.4.4. Puntualidad:** En la entrega de los pedidos por nuestros clientes.

**6.4.3. Honestidad:** Actuar siempre con gran actitud e integridad, manteniendo un trato equitativo con nuestros semejantes en donde predomine la salvaguarda de los recursos.

**6.4.5. Trabajo en equipo:** Valorar y respetar el aporte de las personas para el logro de sus objetivos comunes

**6.4.6. Actitud de Servicio:** Ser amables, oportunos y eficaces en la prestación de nuestros servicios.

**6.4.7. Optimismo:** Forjar un modo de hacer entusiasta, dinámico, emprendedor y con los pies sobre la tierra, son las cualidades que nos distinguirán como personas optimistas.

**6.4.8. Compromiso:** Ir más allá de nuestras obligaciones, ponemos a prueba nuestras capacidades para sacar adelante todo aquello que se nos confía

**6.4.9. Innovación:** Buscar e imaginar la mejoría de nuestro servicio a los clientes, así como tener la libertad para expresar nuestras ideas.

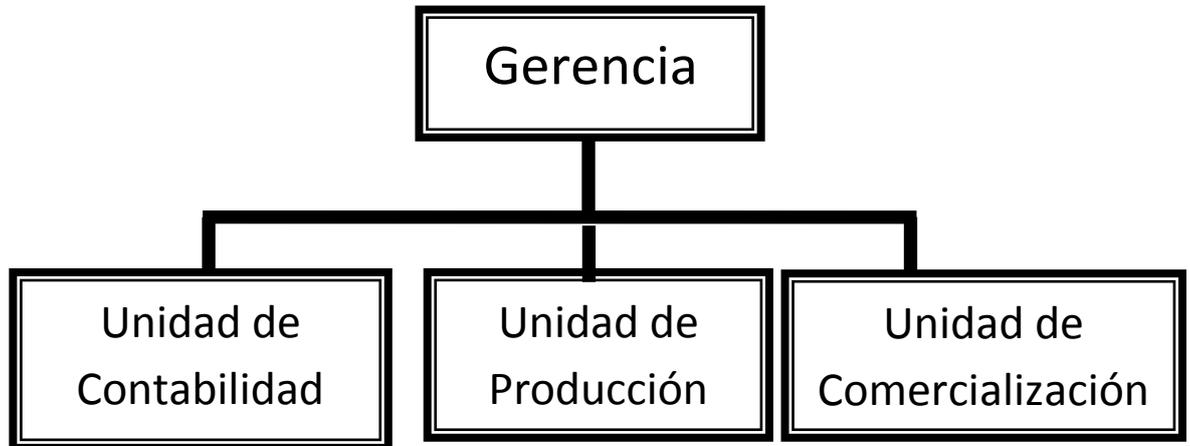
**6.4.10. Libre adhesión:** Significa que la microempresa debe tener sus puertas abiertas para admitir socios y el interesado cumpliendo ciertas condiciones ya previstas legalmente

**6.4.11. Integración cooperativa:** Los participantes de una cooperativa deben estar integrados lo que quiere decir que deben conformar una parte en un todo.

## 6.5.- Organigrama Estructural

Gráfico N° 25

Organigrama



Elaborado por: ROSERO, Maricela

## 6.6. Manual de Funciones

### 6.6.1. Manual de Funciones del Gerente General

**Nombre del puesto:** Gerente

**Dependencia:** Gerencia general

**Supervisa a:** Todo el personal de la Microempresa

**Misión del puesto:**

1. Optimizar la gestión de la microempresa y como tal ejercer la representación administrativa, comercial y judicial de la organización en forma conjunta.
2. Administrar los recursos humanos, económicos y financieros de la microempresa, asegurando su utilización en las mejores condiciones concordantes con los objetivos.

## **Requisitos para el puesto**

**Título universitario:** Ingeniero en Administración de Empresas, Agrónomo o carreras afines.

**Formación complementaria:** Agroindustria, Recursos Naturales o similares.

**Experiencia requerida:** 2 años o más en el ejercicio de la profesión.

**Habilidades:** Capacidad de análisis, síntesis y fluidez verbal.

### **Competencias:**

- Liderazgo
- Pensamiento Estratégico
- Relaciones públicas
- Dirección y delegación
- Dinamismo
- Responsabilidad
- Identificación con la organización

### **Funciones y responsabilidades**

1. Ejercer la representación administrativa, comercial y judicial de la sociedad, pudiendo representarla ante toda clase de autoridades políticas, administrativas y municipales.
2. Dirigir el régimen interno de la Sociedad y su administración, cuidando que sus actividades se efectúen de conformidad con la ley.
3. Dar ejecución a objetivos, estrategias y acciones específicas, para el desarrollo corporativo de la microempresa.
4. Proporcionar a todo el personal condiciones apropiadas de trabajo.
5. Establecer y mantener buenas y cordiales relaciones con toda organización colega.

6. Velar por la buena imagen de la microempresa mediante acciones de apertura hacia la sociedad y los clientes.

7. Otras que se asignen según el crecimiento micro empresarial

### **6.6.2.- Manual de funciones del contador**

**Nombre del puesto:** Contador

**Dependencia:** Gerencia General

**Supervisa a:** Ninguna persona a cargo

#### **Misión del puesto:**

Responder directamente por el manejo adecuado de toda la contabilidad de la microempresa.

#### **Requisitos para el puesto**

**Título universitario:** Ingeniero en Contabilidad, CPA

#### **Formación complementaria:**

Conocimiento de NIIF, Conocimiento de paquetes contables de office.  
Conocimientos en tributación.

**Experiencia requerida:** 1 año en el ejercicio de la profesión

**Habilidades:** Destreza del manejo de documento.

#### **Competencias:**

- Comunicación
- Trabajo en Equipo
- Ética e integridad
- Habilidad de Comunicación
- Capacidad de planificación y organización

- Alta adaptabilidad
- Productividad

### **Funciones y responsabilidades**

1. Elaborar, analizar, e interpretar y certificar los estados financieros de la entidad
2. Organizar y dirigir los servicios de contabilidad de la microempresa y del personal de su Área.
3. Orientar a la dirección en los servicios financieros
4. Controlar todos los documentos contables que se originan de las transacciones de la microempresa
5. Generar informes sobre la situación financiera y económica de la entidad.
6. Apoyar y asesorar en la solución de problemas y necesidades en el área contable y todas las dependencias de la microempresa.
7. Las demás inherentes al cargo que le fueran asignadas.
8. Mantener la documentación de respaldo contable en forma adecuada y cronológicamente acertada.

### **6.6.3. Manual de Funciones del Vendedor**

**Nombre del puesto:** Vendedor

**Dependencia:** Gerencia General

**Supervisa A:**

**Misión del puesto:**

Realizará las operaciones de comercialización y venta, ordenará los productos terminados para mantenerlos en perfecto estado.

## **Requisitos para el puesto**

**Título:** Bachiller de preferencia egresado de Ingeniería en Marketing

### **Formación complementaria:**

Chofer profesional, uso de computador y paquetes utilitarios

**Experiencia requerida:** Un año de experiencia progresiva, de carácter operativo y supervisión en el área de desarrollo de actividades comerciales

**Habilidades:** Organización de Trabajo, Control y Mantenimiento de Clientes

### **Competencias:**

- Construcción de relaciones
- Orientación de servicio
- Pensamiento Estratégico
- Responsabilidad
- Conocimiento del entorno organizacional

### **Funciones y responsabilidades**

1. Revisar que el producto esté correctamente etiquetado
2. Colaborar en actividades de traspaso, pedidos, devoluciones de los productos.
3. Participar en la toma física de inventarios periódicos.
4. Orientar al cliente en su decisión de compra.
5. Contactar clientes nuevos y promocionar el producto, vía telefónica, mediante visitas o correos electrónicos.

6. Mantener contacto directo y realizar visitas a clientes antiguos.
7. Cumplir con las actividades derivadas del plan de mercadeo.
8. Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.

#### **6.6.4. Manual de Funciones del Técnico Agrónomo**

**Nombre del puesto:** Técnico Agrónomo

**Dependencia:** Gerencia General

**Supervisa A:** Jornalero- Producción

**Misión del puesto:**

Participar en el desarrollo de producción agropecuaria, ejecutando actividades de investigación, asistencia y extensión, a fin de mejorar la producción de las áreas de cultivo.

**Requisitos para el puesto**

**Título universitario:** Técnico Superior Universitario en Agronomía o carrera afín

**Formación complementaria:**

Principios y prácticas de las técnicas del agro, Equipos y maquinaria, Química e inorgánica

**Experiencia requerida:** Un año de experiencia progresiva, de carácter operativo y supervisión en el área de desarrollo de actividades agropecuarias

**Habilidades:** Organización de Trabajo, Control y Mantenimiento de Tierras

### **Competencias:**

- Cultura de Seguridad y Cuidado al ambiente
- Pensamiento Estratégico
- Responsabilidad
- Identificación con la organización

### **Funciones y responsabilidades**

1. Ejecutar y controlar las actividades sanitarias del área agropecuaria.
2. Organizar y ejecutar programas de siembra de pastizales, evaluación alimenticia.
3. Realizar estudios de condiciones de explotación del agro.
4. Determinar costos de producción, precios y forma de adquisición de insumos.
5. Supervisar el manejo y mantenimiento de tierras para la siembra.
6. Solicitar y lleva control de los químicos, materiales y equipos necesarios para la ejecución de las actividades.
7. Hacer seguimiento y evaluación del desarrollo de las actividades.
8. Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.

#### **6.6.5. Manual de Funciones del Jornalero**

**Nombre del puesto:** Jornalero

**Dependencia:** Gerencia General - Técnico Agrónomo

**Supervisa a:** Ninguno a su cargo

**Misión del puesto:** Mantener en estado óptimo las tierras de producción.

**Requisitos para el puesto**

**Título:** Bachiller

**Formación complementaria:** Conocimientos en siembra, cosecha y pos cosecha, manejo de abonos orgánicos e inorgánicos

**Experiencia requerida:** 1 año

**Habilidades:** Capacidad de Interrelación.

**Competencias:**

- Comunicación
- Integridad
- Responsabilidad
- identificación con la organización

**Funciones y responsabilidades**

1. Realizar el ciclo de la siembra, riego y cosechas del producto.
2. Dar cuidado a la plantación
3. Realizar un control de crecimiento continuo
4. Dar informes pertinentes
5. Solicitar recursos necesarios para la plantación.

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS

#### 7.1. Bases Teóricas

El análisis de impactos permite determinar los beneficios que se generaría con la ejecución de un determinado proyecto, los beneficiarios directos e indirectos y conocer si existen posibles afectados con su aplicación. Con la finalidad de efectuar un análisis cuantitativo y cualitativo se ha realizado una Matriz de Valoración, la misma que señala una valoración de -3 a 3, que se califica de acuerdo a los siguientes criterios:

**Cuadro N°46**  
**Criterios**

| <b>PUNTAJE</b> | <b>SIGNIFICADO</b>         |
|----------------|----------------------------|
| <b>-3</b>      | Negativo en el nivel Alto  |
| <b>-2</b>      | Negativo en el nivel Medio |
| <b>-1</b>      | Negativo en el nivel Bajo  |
| <b>0</b>       | Indiferente                |
| <b>1</b>       | Positivo en el nivel Bajo  |
| <b>2</b>       | Positivo en el nivel Medio |
| <b>3</b>       | Positivo en el nivel Alto  |

**Fuente:** directa  
**Elaborado por:** ROSERO, Maricela

El indicador se constituye por cada uno de los criterios que se adoptan con la finalidad de realizar el análisis de un determinado impacto.

Para conocer el grado de impacto se emplea la siguiente ecuación:

$$\frac{\Sigma}{\text{Indicador}} = \text{Grado de impacto}$$

## 7.2 Impactos

### 7.2.1 Impacto Económico

**Cuadro N° 47**  
**Impacto Económico**

| ASPECTOS           | -3   | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
|--------------------|--|----|----|---|---|---|---|
| Competitividad     |  |    |    |   |   |   | X |
| Precios accesibles |  |    |    |   |   |   | X |
| Índices de empleo  |  |    |    |   |   | X |   |
| TOTAL              | Total $8/3 = 2,67 = 3$ positivo en el nivel alto |    |    |   |   |   |   |

Fuente: directa

Elaborado por: ROSERO, Maricela

#### Análisis:

El presente proyecto permitirá que a través del buen uso y optimización de los recursos se genere un producto de calidad que pueda competir en el mercado empresarial, generando rentabilidad y satisfacción en el

cliente, además se planteará precios accesibles para que la mayoría de la población pueda adquirirlo y se beneficie de sus propiedades.

### 7.2.2. Impacto Social

**Cuadro N°48**  
**Impacto Social**

| <b>ASPECTOS</b>                   | <b>-3</b>                                       | <b>-2</b> | <b>-1</b> | <b>0</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> |
|-----------------------------------|---|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| Productividad                     |   |           |           |          |          |          | <b>X</b> |
| Calidad de vida                   |   |           |           |          |          | <b>X</b> |          |
| Disminución de problemas sociales |   |           |           |          | <b>X</b> |          |          |
| <b>TOTAL</b>                      | <b>Total 6/3 = 2 positivo en el nivel medio</b> |           |           |          |          |          |          |

**Fuente:** directa

**Elaborado por:** ROSERO, Maricela

### **Análisis:**

El proyecto permite generar niveles de productividad beneficiosos que permitan a través de la producción del café pergamino se mejore la calidad de vida de los productores y comercializadores de dicho producto, también la población se verá beneficiada con la creación de fuentes de trabajo a nivel provincial y regional.

### 7.2.3. Impacto empresarial

**Cuadro N°49**

#### **Impacto Empresarial**

| <b>ASPECTOS</b> | <b>-3</b>                                       | <b>-2</b> | <b>-1</b> | <b>0</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> |
|-----------------|---|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| Responsabilidad |   |           |           |          |          |          | <b>X</b> |
| Iniciativa      |   |           |           |          |          | <b>X</b> |          |
| Garantía        |   |           |           |          |          |          | <b>X</b> |
| <b>TOTAL</b>    | <b>Total 9/3= 3 Impacto positivo nivel alto</b> |           |           |          |          |          |          |

**Fuente:** directa

**Elaborado por:** ROSERO, Maricela

#### **Análisis:**

El Proyecto desde un punto de vista empresarial se ajusta en la responsabilidad para responder íntegramente en las decisiones y acciones propias, la lealtad como compromiso con la sociedad y los diferentes miembros de la empresa al igual que la garantía que se brinda al cliente en cuanto al origen y componentes del producto, manejado de manera completamente higiénica y saludable.

#### 7.2.4. Impacto Ambiental

**Cuadro N°50**  
**Impacto Ambiental**

| <b>ASPECTOS</b>                 | <b>-3</b>                                | <b>-2</b> | <b>-1</b> | <b>0</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> |
|---------------------------------|--|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| Conservación del medio ambiente |  |           |           |          |          |          | <b>X</b> |
| Manejo de residuos              |  |           |           |          |          |          | <b>X</b> |
| <b>TOTAL</b>                    | <b>Total 6/2=3 impacto positivo alto</b> |           |           |          |          |          |          |

**Fuente:** directa

**Elaborado por:** ROSERO, Maricela

#### **Análisis:**

El presente proyecto en el aspecto ambiental pretende evitar la contaminación, dando importancia a la conservación del medio ambiente que es el proveedor de los diferentes recursos naturales para poder cultivar el producto a comercializar, sus residuos serán manejados de manera eficiente, por tal razón no se causarían daños en el ambiente, de igual manera se utilizarán fundas biodegradables para empacar el producto como son los costales que pueden ser reutilizados varias veces y su material no contamina al ambiente, aportando positivamente a su conservación.

### 7.2.5. Impacto General

**Cuadro N°51**  
**Impacto General**

| <b>ASPECTOS</b> | <b>-3</b>                                       | <b>-2</b> | <b>-1</b> | <b>0</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> |
|-----------------|---|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| Social          |   |           |           |          |          | X        |          |
| Económico       |   |           |           |          |          |          | X        |
| Empresarial     |   |           |           |          |          |          | X        |
| Ambiental       |   |           |           |          |          |          | X        |
| <b>TOTAL</b>    | <b>Total 8/3= 2.67= 3 Impacto Positivo alto</b> |           |           |          |          |          |          |

**Fuente:** directa

**Elaborado por:** ROSERO, Maricela

#### **Análisis:**

El proyecto tiene un impacto positivo en el nivel alto, lo que permite determinar que su aplicación es viable, se generará ventajas y oportunidades a nivel local y regional, permitiendo mejorar la economía de la Zona de Intag.

## **INTRODUCCIÓN**

Luego de finiquitado el proyecto denominada: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ PERGAMINO SECO EN LA PARROQUIA APUELA DE LA ZONA INTAG, PROVINCIA DE IMBABURA”, se considera que se tiene información suficiente y precisa, que admite destacar las siguientes conclusiones y posteriormente las recomendaciones:

## **CONCLUSIONES**

De acuerdo al Estudio Diagnóstico realizado se concluye que en la parroquia de Apuela en la zona de Íntag por su situación geográfica, clima, temperaturas, humedad relativa, pluviosidad anual y horas luz día; cultura y organización, es un lugar apto para el cultivo de café y se prestan para todas las facilidades como para poner en marcha el proyecto.

En el desarrollo del Marco Teórico se conoció los diferentes temas que fueron de gran provecho ya que se detallan significaciones y términos que se manejaron a lo largo del presente trabajo de investigación, dejando sentado que existen las suficientes bases teóricas que sustentan al mismo.

El Estudio de Mercado local se indica que en la parroquia de Apuela no existe la suficiente oferta de café pergamino seco, y excélsior ni para el mercado nacional e internacional por el poco interés que prestan los campesinos en el cultivo de café.

En el Estudio Técnico realizado se determinó los requerimientos necesarios de talento humano, materia prima, sitio estratégico para la localización óptima, infraestructura precisa, equipos y maquinaria

requeridos para la operación eficaz del proyecto de acuerdo a la concepción del producto que se pretende ofrecer, además de la inversión requerida para que la unidad productiva sea implantada.

En el Estudio Financiero del proyecto se comprobó la viabilidad para el desarrollo del mismo, mediante la aplicación de indicadores financieros, dando como resultado significativo un VAN positivo de **12.780.32** y una TIR de **17,70%** En referencia a la tasa de redescuento del **13,37%** por lo que se concluye que es un proyecto rentable.

A través del Estudio Organización Empresarial se concluyó que la estructura orgánica debe ser sencilla y posible de emplazar, conformada por personal administrativo y operacional para cada área de acuerdo a su perfil profesional, de igual manera se establece la misión, visión y valores con los que se manejará la organización, además de un manual de funciones que aclara dudas sobre las tareas de cada área.

Finalmente del Análisis de Impactos realizado se evidenció los efectos positivos y negativos que se darán al poner en marcha la unidad productiva dando como resultado un impacto positivo en el nivel alto lo mismo que le da viabilidad al proyecto.

En consecuencia, el Estudio de Factibilidad para la producción y comercialización de café pergamino seco en la parroquia de Apuela de la zona de Íntag, provincia de Imbabura, ha manifestado que en el aspecto económico es realizable y rentable.

## RECOMENDACIONES

Dado que el estudio realizado dio como resultado que si es factible llevar a cabo el proyecto propuesto sería conveniente tomar en cuenta algunos puntos a mejorar con el propósito de optimizar los beneficios:

Del Estudio Diagnóstico realizado se puede recomendar el aprovechamiento de la ubicación del terreno de la parroquia Apuela.

De acuerdo al Marco Teórico realizado se recomienda conceptualizar más los temas de café y su cultivo.

De lo extraído del Estudio de Mercado se recomienda realizar capacitaciones técnicas continuamente a los productores de café para la cosecha y aprovechamiento del terreno.

Del Estudio Técnico se recomienda tomar en cuenta todas las actividades desarrolladas dentro del mismo ya que son primordiales y necesarias para la buena marcha del proyecto, en cuánto al talento humano se debe buscar siempre una constante capacitación a quienes cosechan el cultivo de café .

En el Estudio Financiero se puede recomendar interesarse por la oportunidad de realizar este emprendimiento ya que los indicadores de evaluación financiera reflejan un adecuado nivel de rentabilidad por lo que se convierten en la base poder ejecutar el mismo.

En la Organización Empresarial es recomendable manejar buena toma de decisiones y un buen manejo del manual de funciones y de esta manera se certificará la existencia de una buena administración empresarial y rentabilidad.

Se recomienda realizar un monitoreo de los impactos más relevantes durante los primeros años.

## BIBLIOGRAFÍA

ACCID, (2011), Plan General de Contabilidad Real, Profit, 1era ED, Madrid, Pág 109, Pág 112

ARBOLEDA, Germán, Proyectos, Formulación, Evaluación y Control - Cuarta Edición 2001 –AC Editores – Colombia.

AVILES Carmen, (2008), Las NIC y su influencia en la reforma contable, Dykinson, 1era ED, Madrid, Pág 130

BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos. Editorial MC Graw - Hill, México, 2006.

BRAVO, Mercedes; Contabilidad General, 3<sup>a</sup> Edición, Editorial Universidad Central del Ecuador, Quito \_ Ecuador, 2000.

COSTALES, Bolívar. Diseño, Elaboración y Evaluación de Proyectos – Copyright 2002- Segunda Edición – Lazcano Editorial – Quito.

DECENZO, Robbins; MOON Henry, (2009), Fundamentos de Administración, Conceptos esenciales y aplicaciones, Pearson Prentice Hall, 6ta ED, México, Pág 6.

DIAZ Manuel; VAZQUEZ, Nitzia. (2008), NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA, Profit, 1era ED, España, Pág 306. Pág 26. Pag 27. Pág 59. Pág 118.

DUQUE, Hernando Análisis económico de doce prácticas para mejorar el desempeño de las fincas cafeteras, Cenicafé, 2001 57p.

FERNANDEZ José Luis; CASADO Manuel, (2008), Contabilidad Financiera Para Directivos, Esic, 7ma ED, España, Pág. 214

GALINDO, Miguel Angel, (2008), Diccionario de Contabilidad, Auditoría y Control de Gestión, Volumen 3, Ecobook, 1era ED, Madrid, Pág 157

GRIFFIN, Ricky. (2011), Administración, Cengage Learning, 10ma ED, México.

GUTIÉRREZ Manuel, (2008), Aplicación del borrador del nuevo PGC y de las NIIF a las empresas, Edición Fiscal, CIIS, 1era ED, Madrid. Pág 168, 169

HURTADO, Darío. (2008), Principio de Administración, Textos Académicos, 1era ED, Colombia.

INIAP. Manual del Cultivo del Café, Quevedo, 1993.

JACOME, Walter. Bases teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, 2005.

JOHNSON, Gerry.et al (2006), Dirección Estratégica, Pearson Prentice Hall, 7ma ED, Madrid. Pág 14.

MARCIAL, Córdova. Formulación y Evaluación de Proyectos –Bogotá: ECOE Ediciones 2006.

ROBBINS, Stephe; DECENZO, David (2012), Fundamentos Administración, 6ta ED, Pearson Education, México.

RODRIGUEZ José, (2008), Organización y dirección de empresas hoteleras, Síntesis, 1era ED, Madrid. Pág 227.

RUIZ DE VELASCO, Adolfo. (2007), Manual de Derecho Mercantil, Ormag, 1era ED, Madrid.

SALDIAS, Carlos; OSPINA, Héctor. "Cartilla Cafetera", Tomo I  
Cenicafé, Bogotá – Colombia, 2004.

SALDIAS, Carlos; OSPINA, Héctor. "Cartilla Cafetera", Tomo II  
Cenicafé, Bogotá – Colombia, 2004.

.SARMIENTO, Rubén. Contabilidad General      Décima      Edición,  
Quito-Ecuador, Marzo, 2005

## **LINCONGRAFÍA:**

[http://imbabura.gob.ec/lavoz/index.php?option=com\\_content&view=article&id=18&Itemid=20](http://imbabura.gob.ec/lavoz/index.php?option=com_content&view=article&id=18&Itemid=20)

[http://shuqush.com/joomla1.5/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=36&Itemid=61](http://shuqush.com/joomla1.5/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=36&Itemid=61)

[http://www.spcafe.org.mx/wb3/wb/spc/spc\\_clasificaciones](http://www.spcafe.org.mx/wb3/wb/spc/spc_clasificaciones)

<http://definicion.de/cafe/>

[http://www.mcdepk.com/premiumroastcoffee/media/hoja\\_de\\_datos\\_del\\_cafe\\_5.pdf](http://www.mcdepk.com/premiumroastcoffee/media/hoja_de_datos_del_cafe_5.pdf)

<http://www.jmestrada.com/es/beneficio-seco/monitores/cafe-pergamino-seco>

<http://www.turevista.uat.edu.mx/Volumen%203%20numero%201/cafeina-origen.htm>

<http://www.corecaf.org/interna.php?IDPAGINA=26&TIPOPAS=Tips>

<http://www.mundodelcafe.com/baristas.html>

<http://www.mipymes.gov.co/microempresario/NewsDetail.asp?ID=89&IDCompany=45>

# ANEXOS

## ANEXO A

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

EL OBJETIVO DE ESTA ENCUESTA ES PARA MEDIR EL GRADO DE ACEPTACION QUE TENDRÍA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ PERGAMINO SECO EN LA PARROQUIA APUELA DE LA ZONA DE INTAG.

#### Encuesta Dirigida A Productores De Café:

#### DATOS TÉCNICOS

Fecha: .....

Género: Masculino----- Femenino-----

Edad: .....

Lugar de residencia-----

#### 1. ¿Cuántas hectáreas cultiva?

.....

#### 2. ¿Dónde vende el café

En Finca

Bodega

Intermediario

Industria

#### 3. A qué precio vende el quintal de café pergamino seco.

Precio: \_\_\_\_\_

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ANEXO B

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

EL OBJETIVO DE ESTA ENCUESTA ES PARA MEDIR EL GRADO DE ACEPTACION QUE TENDRÍA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ PERGAMINO SECO EN LA PARROQUIA APUELA DE LA ZONA DE INTAG.

#### Encuesta Dirigida Al Gerente Comercial De La Empresa Café Moro.

1. Compra su empresa café pergamino seco?

SI  NO  A veces

2. ¿Con qué frecuencia adquiere café pergamino seco?

Semanalmente

Quincenalmente

Mensualmente

3. ¿Cuántos quintales de café pergamino seco adquiere?

\_\_\_\_\_

4. A qué precio adquiere el quintal de café pergamino seco?

Precio: \_\_\_\_\_

5. Estaría de acuerdo que en la parroquia de Apuela se genere un proyecto de producción y comercialización de café pergamino seco?

SI  NO

6. Compraría café pergamino seco de Apuela?

SI  NO

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.**

**ANEXO C**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

EL OBJETIVO DE ESTA ENCUESTA ES PARA MEDIR EL GRADO DE ACEPTACION QUE TENDRÍA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ PERGAMINO SECO EN LA PARROQUIA APUELA DE LA ZONA DE INTAG.

**Encuesta Dirigida Al Gerente Comercial Rio Íntag**

**1. Compra su empresa café pergamino seco?**

SI  NO  A veces

**2. ¿Con qué frecuencia adquiere café pergamino seco?**

Semanalmente

Quincenalmente

Mensualmente

**3. ¿Cuántos quintales de café pergamino seco adquiere?**

\_\_\_\_\_

**4. A qué precio adquiere el quintal de café pergamino seco?**

Precio: \_\_\_\_\_

**5. Estaría de acuerdo que en la parroquia de Apuela se genere un proyecto de producción y comercialización de café pergamino seco?**

SI  NO

**6. Compraría café pergamino seco de Apuela?**

SI  NO

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.**

## ANEXO D

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

EL OBJETIVO DE ESTA ENCUESTA ES PARA MEDIR EL GRADO DE ACEPTACION QUE TENDRÍA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ PERGAMINO SECO EN LA PARROQUIA APUELA DE LA ZONA DE INTAG.

#### Entrevista Dirigida A Técnicos Agropecuarios

12. Tiene experiencia en cultivo de café?
13. Cuál es la altitud óptima que debe tener el terreno para el cultivo de café?
14. Qué clima es el oportuno para el cultivo de café?
15. Qué variedades de café son las más aptas para el cultivo en la región norte del país?
16. La parroquia de Apuela se presta para el cultivo de café?
17. Qué se necesita para el cultivo de café referente a: materia prima, herramientas, talento humano.
18. Qué rendimiento se tiene por hectárea expresado en quintales?
19. En una hectárea solo se debe sembrar café o existe algún asociado del mismo?
20. Que enfermedades de la planta tiene el cultivo del café?
21. Se mitigan las enfermedades?
22. En dónde se debería comercializar el café?

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ANEXO E



**Encuesta al Gerente de la Empresa Café Moro**



**Encuesta al Gerente de la Empresa Café Río Íntag**

## ANEXO F

### Fotos de Apuela

**Entrada de Apuela**



**Centro de Salud de Apuela**



**Vías en malas condiciones**



**Feria los Domingos**



**Lugar Turístico de Apuela: El Apuc-Hila**



## ANEXO G

### Fotos de la Planta Café Pergamino Seco



### Café Pergamino Seco

