



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA
DE GRANOLA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE
IMBABURA”**

**TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA; CPA**

AUTOR: MENDOZA YÉPEZ FRANKLIN ARMANDO

DIRECTOR: ECON. ESTUARDO AYALA

IBARRA, ABRIL, 2010

DECLARACIÓN

Yo, Franklin Armando Mendoza Yépez, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Franklin A. Mendoza Y.

ACEPTACION DEL TUTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el egresado Franklin Armando Mendoza Yépez, para optar por el Título de **Ingeniero en Contabilidad y Auditoria; CPA**, cuyo tema es: **“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Productora y Comercializadora de Granola en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura”**

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

En la ciudad de Ibarra, Abril del 2010.

Econ. Estuardo Ayala
DIRECTOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco a cada uno de mis maestros que con gran voluntad y paciencia, impartieron sus conocimientos durante esta etapa estudiantil, en especial al Economista Estuardo Ayala Director del Proyecto, por su colaboración incondicional en el desarrollo del presente Trabajo.

A todos quienes conforman la Universidad Técnica del Norte, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas (FACAE), que de una u otra manera hicieron posible la culminación del presente proyecto.

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado dedico a Dios, por regalarme una vida llena oportunidades. A mi madre que con sabiduría me supo inculcar grandes valores y gracias a su dedicación y sacrificio hizo posible la culminación de mi carrera, y a todos quienes de una u otra manera siempre estuvieron brindándome su apoyo incondicional en el desarrollo de este trabajo.

INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Carátula.....	i
Declaración.....	ii
Aceptación de Tutor.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Índice de Contenidos.....	vi
Índice de Cuadros.....	xiii
Índice de Ilustraciones.....	xv
Resumen Ejecutivo.....	xvi
Summary.....	xvii
Objetivos.....	xviii
Presentación.....	xix

CAPITULO I

1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL.....	1
1.1. Historia de la Ciudad de Ibarra	
1.2. Situación Geográfica.....	3
1.3. División Política	
1.4. Población.....	4
1.4.1. Proyección de la Población de Ibarra al año 2008.....	5
1.4.2. Población Económicamente Activa –PEA	
1.5. Clima.....	7
1.6. Flora y Fauna	
1.7. Educación.....	8
1.7.1. Niveles de Instrucción en Ibarra	
1.7.2. Tasas de Analfabetismo en la Ciudad de Ibarra.....	9
1.8. Salud	
1.9. Vivienda.....	10
1.10. Desarrollo Económico.....	11
1.10.1. Ibarra construyendo un Cantón Democrático y Participativo del Siglo XXI.....	12
1.10.2. La Asamblea Cantonal como espacio de Participación	
1.10.3. Ejes de Desarrollo de la Ciudad de Ibarra	13

1.11. Actividades Económicas	
1.11.1. Sector Agropecuario.....	14
1.11.2. Sector Industrial	
1.11.3. Sector Servicios.....	16

CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS.....	18
2.1. La Empresa	
2.1.1. Definición de Empresa	
2.1.2. Clasificación de las Empresas	
2.2. La Microempresa.....	19
2.2.1. Definición de Microempresa	
2.2.2. Características de una Microempresa	
2.3. Producción de la Granola.....	20
2.3.1. Concepto de la Granola	
2.3.2. Beneficios de la Granola.....	21
2.4. Estudio de Mercado.....	22
2.4.1. Producto.....	23
2.4.2. Mercado Meta	
2.4.3. Segmento de Mercado	
2.4.4. Oferta.....	24
2.4.5. Demanda	
2.4.6. Precio.....	25
2.4.7. Comercialización	
2.4.7.1. Canales de Comercialización.....	26
2.4.7.2. Promoción y Publicidad	
2.5. Estudio Técnico.....	27
2.5.1. Tamaño del Proyecto	
2.5.2. Localización del Proyecto	
2.5.2.1. Macro localización	
2.5.2.2. Micro localización	
2.5.3. Ingeniería del Proyecto.....	28
2.5.3.1. Procesos	
2.5.3.1.1. Flujograma de Procesos	
2.5.3.2. Tecnología	
2.5.3.3. Maquinaria y Equipo	
2.5.3.4. Obras Civiles.....	29
2.5.3.5. Presupuesto Técnico	
2.5.3.5.1. Inversiones Fijas	
2.5.3.5.2. Inversiones Diferidas	
2.5.3.5.3. Capital de Trabajo.....	30

2.6. Estudio Financiero	
2.6.1. Ingresos	
2.6.2. Egresos	
2.6.2.1. Materia Prima.....	31
2.6.2.2. Mano de Obra	
2.6.2.3. Costos Indirectos de Fabricación (CIF)	
2.6.2.4. Gastos Administrativos.....	32
2.6.2.5. Gastos de Ventas	
2.6.3. Balance General	
2.6.4. Estado de Pérdidas y Ganancias	
2.6.5. Flujo de Caja.....	33
2.6.6. Evaluación Financiera	
2.6.6.1. Valor Actual Neto (VAN)	
2.6.6.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)	
2.6.6.3. Costo/Beneficio.....	34
2.6.6.4. Periodo de Recuperación de la Inversión	
2.6.6.5. Punto de Equilibrio	
2.7. Estructura Organizacional.....	35
2.7.1. Misión	
2.7.2. Visión	
2.7.3. Organización Estructural	
2.7.3.1. Organigrama Estructural.....	36
2.7.3.2. Orgánico Funcional	
2.8. Impactos	
2.8.1. Impactos Social	
2.8.2. Impacto Económico.....	37
2.8.3. Impacto Educativo y Empresarial	
2.8.4. Impacto Ambiental	

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO.....	38
3.1. Presentación	
3.2. Objetivos del Estudio de Mercado.....	39
3.3. Producto.....	40
3.3.1. Granola “GRANOVIT”	
3.3.2. Características Nutricionales.	41
3.4. Segmento de Mercado.....	42
3.4.1. Niveles de Ingreso y Posición Geográfica	
3.4.2. Segmento de Mercado (Población Total).....	43

3.4.3. Segmento de Mercado (PEA).....	44
3.4.4. Identificación de la Población	
3.4.4.1. Proyección al Año 2008	
3.4.4.2. Cálculo de la Muestra.....	45
3.5. Mercado Meta.....	46
3.6. Análisis de la Demanda.....	47
3.6.1. Demanda Actual del Producto año 2008	
3.6.2. Proyección de la Demanda.....	48
3.7. Análisis de la Oferta.....	50
3.7.1. Oferta Actual del Producto	
3.7.2. Proyección de la Oferta.....	52
3.8. Determinación de la Demanda Insatisfecha Proyectada.....	53
3.8.1. Cantidad Proyectada del Proyecto	
3.9. Determinación del Precio del Producto.....	54
3.10. Comercialización de la Granola.....	55
3.10.1. Comercialización	
3.10.2. Presentación y Calidad del Producto.....	56
3.10.2.1. Logotipo de la Microempresa y del Producto Propuesto.....	57
3.10.2.1.1. Diseños que Intervienen en el logotipo de la empresa y en la etiqueta del producto.....	58
3.11. Promoción y Publicidad.....	61
CAPÍTULO IV	
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	62
4.1. Tamaño del Proyecto	
4.1.1. Mercado	
4.1.2. Disponibilidad de Recursos Financieros	
4.1.3. Disponibilidad de Mano de Obra	
4.1.4. Disponibilidad de Materia Prima.....	63
4.1.5. Definición de la Capacidad de Producción	
4.2. Localización del Proyecto.....	64
4.2.1. Macro Localización	
4.2.1.1. Mapa de Macro Localización	
4.2.2. Micro Localización.....	65

5.2.3.1. Sueldo al Personal de Ventas	
5.2.3.2. Gasto Publicidad	
5.2.3.3. Movilización y Transporte.....	91
5.3. Tabla de Amortización del Préstamo	
5.4. Depreciación de Activos Fijos.....	92
5.5. Resumen de los Egresos Proyectados.....	93
5.6. Balance General.....	94
5.7. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	95
5.8. Flujo de Caja.....	96
5.9. Evaluación Financiera.....	97
5.9.1. Costo de Oportunidad	
5.9.2. Calculo del Valor Actual Neto (VAN).....	98
5.9.3. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR).....	99
5.9.4. Relación Beneficio-Costo.....	100
5.9.5. Relación Ingresos-Egresos.....	101
5.9.6. Punto de Equilibrio.....	102
5.9.7. Periodo de Recuperación de la Inversión.....	104

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	105
6.1. Aspecto Legal de la Microempresa	
6.2. Organización de la Microempresa.....	106
6.2.1. La Empresa	
6.2.2. Misión.....	107
6.2.3. Visión	
6.2.4. Política de Calidad	
6.2.5. Objetivos Organizacionales	
6.2.5.1. Objetivos Generales	
6.2.5.2. Objetivos Específicos.....	108
6.2.5.3. Objetivos Estratégicos	
6.2.6. Valores Corporativos	
6.3. Organización Estructural.....	109
6.3.1. Organigrama Estructural.....	110
6.4. Orgánico Funcional.....	111
6.4.1. Funciones y Descripción del Puesto	

6.4.1.1. Junta General de Accionistas	
6.4.1.2. Directorio	
6.4.1.3. Gerente.....	112
6.4.1.4. Contador General y Auxiliar Contable.....	114
6.4.1.5. Bodeguero.....	115
6.4.1.6. Jefe de Producción.....	116
6.4.1.7. Obreros de Producción.....	117
6.4.1.8. Comercialización –Vendedor.....	118
6.4.1.9. Secretarias.....	119

CAPÍTULO VII

7. ESTUDIO DE IMPACTOS.....	120
7.1. Impacto Social.....	121
7.2. Impacto Económico.....	122
7.3. Impacto Educativo y Empresarial.....	124
7.4. Impacto Ambiental.....	125
7.5. Impacto General de Proyecto.....	126
CONCLUSIONES.....	127
RECOMENDACIONES.....	129
BIBLIOGRAFIA.....	131
ANEXOS.....	134

INDICE DE CUADROS

CAPITULO I

1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL

Cuadro N° 1 (Datos Generales del Cantón Ibarra).....	1
Cuadro N° 2 (División Política del Cantón Ibarra).....	4
Cuadro N° 3 (Población del Cantón Ibarra Censo INEC 2001)	
Cuadro N° 4 (Proyección Población Ibarra Año 2008).....	5
Cuadro N° 5 (Población Económicamente Activa, por Actividad, por sexo, Cantón Ibarra)	
Cuadro N° 6 (Población Económicamente Activa Urbana y Rural, Cantón Ibarra 2001).....	6
Cuadro N° 7 (Proyección Población Económicamente Activa, Urbana al año 2008)	
Cuadro N° 8 (Población Económicamente Activa Real, Urbana al año 2008)	
Cuadro N° 9 (Niveles de Instrucción del Cantón Ibarra).....	8
Cuadro N° 10 (Tasas de Analfabetismo en la Ciudad de Ibarra).....	9
Cuadro N° 11 (Censo de Vivienda).....	11

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

Cuadro N° 12 (Características Nutricionales de la Granola).....	42
Cuadro N° 13 (Criterios de Segmentación de Mercado).....	43
Cuadro N° 14 (Distribución de la Población de la Ciudad Ibarra)	
Cuadro N° 15 (Población Económicamente Activa de Ibarra 2001).....	44
Cuadro N° 16 (Proyección al Año 2008)	
Cuadro N° 17 (Determinación de la Población).....	45
Cuadro N° 18 (Consumo de Granola al Mes).....	47
Cuadro N° 19 (Consumo de Granola al Año)	
Cuadro N° 20 (Demanda Actual en Unidades Granola año 2008).....	48
Cuadro N° 21 (Proyección de la Demanda en Cantidad de Producto con la Tasa de Crecimiento del 3%).....	49
Cuadro N° 22 (Oferta de Granola al Mes).....	50
Cuadro N° 23 (Oferta de Granola al Año 2008).....	51
Cuadro N° 24 (Oferta Actual en Unidades Granola año 2008)	
Cuadro N° 25 (Proyección de la Oferta en Cantidad de Producto con el Incremento del 5%).....	52
Cuadro N° 26 (Demanda Insatisfecha de Producto Proyectada).....	53
Cuadro N° 27 (Cantidad Proyectada del Proyecto)	
Cuadro N° 28 (Proyección Precio del Producto).....	54
Cuadro N° 29 (Microempresa “NUTRIVIDA”).....	58
Cuadro N° 30 (Producto Granola “GRANOVIT”).....	59

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

Cuadro N° 31 (Flujograma de Producción).....	69
Cuadro N° 32 (Edificio).....	76
Cuadro N° 33 (Maquinarias y Equipos de Producción).....	77
Cuadro N° 34 (Muebles y Equipos de Oficina).....	78
Cuadro N° 35 (Equipos de Cómputo).....	79
Cuadro N° 36 (Inversión Fija)	
Cuadro N° 37 (Gastos de Constitución).....	80
Cuadro N° 38 (Capital de Trabajo)	
Cuadro N° 39 (Total Inversión).....	81
Cuadro N° 40 (Financiamiento)	
Cuadro N° 41 (Talento Humano).....	82

CAPITULO V

5. EVALUACION ECONOMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO

Cuadro N° 42 (Ingresos por Venta Proyectados).....	83
Cuadro N° 43 (Proyección de la Materia Prima Directa Avena).....	84
Cuadro N° 44 (Proyección del Salario Básico Unificado).....	85
Cuadro N° 45 (Proyección del Costo Total de la Mano de Obra Directa)	
Cuadro N° 46 (Materia Prima Indirecta).....	86
Cuadro N° 47 (Otros Costos Indirectos de Fabricación).....	87
Cuadro N° 48 (Proyección del Salario Básico Unificado).....	88
Cuadro N° 49 (Proyección del Gasto Total del Personal Administrativo)	
Cuadro N° 50 (Suministros y Materiales de Oficina).....	89
Cuadro N° 51 (Gastos Generales de Administración)	
Cuadro N° 52 (Proyección del Salario Básico Unificado).....	90
Cuadro N° 53 (Proyección del Gasto Total del Personal de Ventas)	
Cuadro N° 54 (Gasto Publicidad)	
Cuadro N° 55 (Movilización y Transporte).....	96
Cuadro N° 56 (Tabla de Amortización del Préstamo)	
Cuadro N° 57 (Depreciación de Activos Fijos).....	92
Cuadro N° 58 (Resumen de los Egresos Proyectados).....	93
Cuadro N° 59 (Estado de Situación Inicial).....	94
Cuadro N° 60 (Estado de Pérdidas y Ganancias).....	95
Cuadro N° 61 (Flujo de Caja).....	96
Cuadro N° 62 (Calculo de la Tasa de Redescuento).....	97
Cuadro N° 63 (Calculo del Valor Actual Neto).....	98
Cuadro N° 64 (VAN con Tasa Inferior).....	99
Cuadro N° 65 (VAN con Tasa Superior)	
Cuadro N° 66 (Ingresos y Egresos Actualizados).....	101
Cuadro N° 67 (Proyección del Punto de Equilibrio).....	102
Cuadro N° 68 (Periodo de Recuperación de la Inversión).....	104

CAPÍTULO VII

7. ESTUDIO DE IMPACTOS

Cuadro N° 69 (Tabla de Valoración de Impactos).....	120
Cuadro N° 70 (Impacto Social).....	122
Cuadro N° 71 (Impacto Económico).....	123
Cuadro N° 72 (Impacto Educativo y Empresarial).....	124
Cuadro N° 73 (Impacto Ambiental).....	125
Cuadro N° 74 (Impacto General de Proyecto).....	126

INDICE DE GRAFICOS E ILUSTRACIONES

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

Ilustración N° 1 (Comercialización del Producto “GRANOVIT”).....	55
Ilustración N° 2 (Presentación del Producto).....	56
Ilustración N° 3 (Logotipo de la Microempresa).....	57
Ilustración N° 4 (Etiqueta del Producto)	

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

Ilustración N° 5 (Mapa del Cantón Ibarra).....	64
Ilustración N° 6 (Ubicación Geográfica de la Microempresa Planos).....	67
Ilustración N° 7 (Ubicación del lote donde se Construirá la Microempresa).....	68
Ilustración N° 8 (Proceso “GRANOVIT”).....	70
Ilustración N° 9 (Hornos Industriales).....	72
Ilustración N° 10 (Cocinas Industriales)	
Ilustración N° 11 (Mezcladoras Industriales).....	73
Ilustración N° 12 (Selladoras)	
Ilustración N° 13 (Equipos Varios)	
Ilustración N° 14 (Plano de Instalaciones y Diseño de la Planta).....	75

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Ilustración N° 15 (Organigrama Estructural de “NUTRIVIDA”).....	110
---	-----

RESUMEN EJECUTIVO

Siendo el objetivo principal del presente estudio la creación de una microempresa de producción y comercialización de granola en la ciudad de Ibarra, se ha llevado a cabo el análisis de los diferentes aspectos que intervienen en esta investigación. Luego de conocer la situación actual del sector y tener una visión clara de la actividad microempresarial, se procedió a desarrollar el estudio de mercado en el que se analiza los niveles y condiciones en que se encuentra la producción y comercialización de la granola, así como también el comportamiento de la demanda, oferta, precio y las políticas de venta. Es también importante para llevar adelante este estudio, tener claro las conceptualizaciones de los asuntos que abordan este tema, permitiendo formar un criterio sostenido. Una vez conocido los resultados y siendo estos positivos, se procedió a establecer la macro y micro localización, el tamaño e ingeniería del proyecto; para lo cual se hizo el respectivo presupuesto de las inversiones que se van a requerir. Consecuentemente éstas se evaluaron y compararon con los ingresos mediante un análisis financiero, donde se ha determinado la viabilidad del proyecto. Posteriormente, se procedió a desarrollar la organización administrativa, donde las diferentes áreas están ubicadas acorde al los niveles jerárquicos que se muestran en el organigrama vertical, así mismo se detalla las funciones de cada individuo que conforme esta organización. Finalmente, para determinar que impactos tiene este proyecto en el medio, se hace un análisis en los aspectos sociales, económicos, educativos-empresariales y ambientales. Con la estructura antes mencionada y con los pasos aplicados eficientemente en la elaboración de este estudio, se justifica la necesidad de emprender el proyecto presentado y la conveniencia de la inversión.

SUMMARY

As the main objective of this study the creation of a Micro-Production and Marketing of Granola in the city of Ibarra, has carried out analysis of different aspects involved in this investigation. After meeting the current situation of the sector and have a clear vision of micro enterprise activity, we preceded to develop the market study which analyzes the level and conditions under which is the production and marketing of Granola, as well as the behavior of demand, supply, pricing and selling policies. It is also important to conduct this study, to be clear conceptualizations of the issues that address this issue, allowing forming a sustained approach. Once you know these results and being positive, we proceeded to set the macro and micro location, size and engineering of the project, which was done for the budget, investments that will be required. Consequently they are evaluated and compared with income through financial analysis, which determined the feasibility of the project. Then, we proceeded to develop the administrative organization, where different areas are located according to the hierarchy shown in the vertical organization, as it detailed the functions of each individual under this organization. Finally, to determine what impact has this project in the middle is an analysis on social, economic, educational, business and environmental. With the above structure and the steps applied efficiently in the preparation of this study, justifies the need to undertake the project as presented and the suitability of the investment.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de Granola en la Ciudad Ibarra, Provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional de la ciudad de Ibarra.
- Establecer las Bases Teóricas-Científicas que permita fundamentar la ejecución del presente estudio.
- Realizar un Estudio de Mercado donde se pueda determinar los niveles de oferta y demanda, el precio, la comercialización y la publicidad.
- Realizar el Estudio Técnico para determinar el tamaño, la localización, procesos productivos, tecnología, inversiones y el talento humano del proyecto.
- Elaborar un Estudio Económico-Financiero para determinar la factibilidad del estudio o proyecto.
- Determinar la Estructura Organizacional que identifique las funciones y las políticas de la microempresa productora y comercializadora de granola.
- Establecer Técnicamente los Impactos que el proyecto genere en los ámbitos social, económico, educativo-empresarial y ambiental.

PRESENTACIÓN

- En el Capítulo I se realizó un Diagnóstico Situacional, detallando información sobre la ciudad de Ibarra, permitiendo establecer las circunstancias actuales de la producción y comercialización de la granola, de esta manera se determinó la necesidad de emprender este proyecto, que pueda proporcionar fuentes de trabajo y por ende el mejoramiento de la calidad de vida en la ciudad.
- El Capítulo II que se refiere a las Bases Teóricas-Científicas es un detalle minucioso de una serie de aspectos científicos, contables, administrativos, financieros, entre otros; los cuales fueron analizados y captados de textos relacionados a la producción y comercialización de granola, los mismos que han facilitado la comprensión del presente estudio para llevar adelante la actividad microempresarial.
- En el Capítulo III se realizó técnicamente un Estudio de Mercado permitiendo determinar el número promedio de los posibles consumidores potenciales en la ciudad de Ibarra; es decir se estableció los niveles de oferta y demanda, y por ende la demanda insatisfecha y la cantidad de producción, así como también, se estableció las estrategias de comercialización para orientar las ventas, hacia la búsqueda de una buena competitividad en el mercado.
- En el capítulo IV se detalla paso a paso el Estudio Técnico del Proyecto que ha tenido un papel importante en la elaboración de esta investigación, ya que se ha logrado determinar entre otros aspectos, el tamaño del proyecto, su ubicación, sus procesos, su tecnología, su infraestructura física, las inversiones fijas y diferidas, el capital de trabajo, el financiamiento y su talento humano, permitiéndole así a la microempresa ofrecer un producto óptimo y rentable.
- El Capítulo V está orientado a realizar una Evaluación Financiera del Proyecto, en el cual se detalla la proyección a cinco años del nivel de ingresos y egresos que se generará, también se logra establecer el superávit o utilidad

del proyecto, y con la aplicación de criterios de evaluación financiera se ha logrado establecer la factibilidad de este proyecto.

- En el Capítulo VI se determina la Estructura Organizacional, aspectos legales de constitución de la microempresa, su misión y visión en la ciudad, sus objetivos organizacionales, su orgánico estructural y funcional permitiendo determinar las funciones y las políticas para el normal funcionamiento de la microempresa propuesta.
- Finalmente se concluye este trabajo con el Capítulo VII que es un análisis de los Impactos que genera la ejecución del presente proyecto, se ha considerado impactos en los campos social, económico, educativo-empresarial y ambiental, con el único afán de establecer el impacto general que tendrá en la en la ciudad de Ibarra.

CAPITULO I

1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL

Cuadro N° 1

DATOS GENERALES DE SAN MIGUEL DE IBARRA	
	
	
Cantón	Ibarra
Superficie	1.126 km ²
Población	153.256 hab. Censo (2001)
Gentilicio	Ibarreño, -ña
Idioma	Español, quichua
Altitud	2.192 metros
Alcalde	Jorge Martínez

FUENTE: Municipio de Ibarra

ELABORADO POR: El Autor

1.1. Historia de la Ciudad de Ibarra

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

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

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

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

En una amplia y verde planicie a los pies del Volcán Imbabura, se encuentra Ibarra, ciudad de tradición española que goza de un clima privilegiado y en la que conviven variedad de culturas y razas que enriquecen y hacen única a la provincia de Imbabura. Quien llega a Ibarra disfrutará de un ambiente plácido y ensoñador. Podrá recrear la mente y la vista en sus parques, plazas, iglesias, museos, lugares tradicionales, lagunas y cerros. La riqueza cultural, expresada a través de las diferentes manifestaciones de sus habitantes, la hace inconfundible, dentro de una provincia rica en identidad.

Ibarra, expone una ciudad pujante, educadora y progresista. Se ha trabajado en proyectos que ayuden a mejorar la calidad de vida de los ibarreños desarrollando estrategias de recuperación ciudadana de los espacios públicos y la construcción de servicios que han mejorado rotundamente los paisajes urbanísticos.

1.2. Situación Geográfica

La ciudad de Ibarra está ubicada al Norte del país, a 115 Km. al suroeste de Quito y 125 Km. al norte de Tulcán, con una altitud de 2192 metros sobre el nivel del mar, una población de 153.256 habitantes aproximadamente según el censo del año 2001, Población Urbana 108535, Población Rural 44721, su latitud bordea los 00° 21' N y su longitud 078° 07' O.

1.3. División Política



El cantón Ibarra, cuya capital es San Miguel de Ibarra, está constituida por cinco parroquias urbanas y siete rurales, con una superficie total de 1.162,19 km², una densidad poblacional de 131,87 hab./Km² en el cantón, 2.604 hab./Km² en el área urbana y 39,1 hab./Km² en el área rural. La zona urbana del cantón cubre una superficie de 41,68Km², la zona rural incluida la periferia de la cabecera cantonal cubre una superficie de 1.120,51 Km².

El Cantón Ibarra está constituido por cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y la Dolorosa de Priorato y siete parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio, cada una rica en cultura, tradición, belleza y gente amable:

Cuadro N° 2
División Política del Cantón Ibarra

SUPERFICIE PARROQUIAS URBANAS	Km2
San Francisco	10,29
La Dolorosa del Priorato	9,47
Caranqui	6,53
El Sagrario	10,68
Alpachaca	4,71
Total	41,68

FUENTE: Municipio de Ibarra

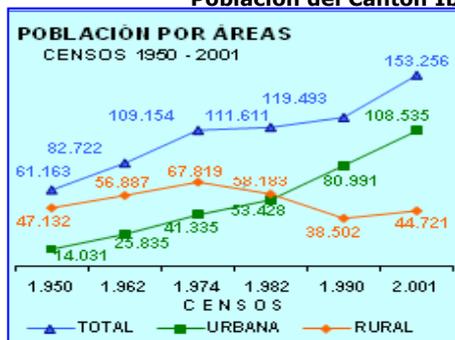
SUPERFICIE PARROQUIAS RURALES	Km2
Angochagua	123,93
La Esperanza	32,68
San Antonio	29,07
Ambuquí	139,94
Ibarra	237,27
Salinas	39,67
La Carolina	308,49
Lita	209,46
Total	1120,51

FUENTE: Municipio de Ibarra

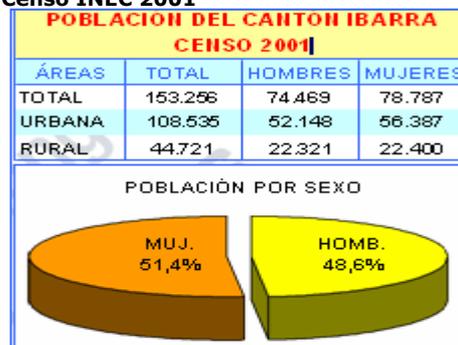
1.4. Población

La población total del Cantón Ibarra al año 2001 alcanza los 153.256 habitantes aproximadamente, de la cuál 108.535 habitan en el sector urbano y 44.721 en el sector rural, que en porcentaje corresponde al 70,82 % y 29,18 % respectivamente. El 51,40% corresponde a mujeres y 48,60% a hombres, según datos establecidos en el último censo del año 2001. El INEC considera para los próximos años una tasa de crecimiento promedio anual del 2,3%; por lo tanto al año 2008 la población total es de 179.700 habitantes aproximadamente.

Cuadro N° 3
Población del Cantón Ibarra Censo INEC 2001



FUENTE: INEC 2001



FUENTE: INEC 2001

1.4.1. Proyección de la Población de Ibarra al año 2008

Cuadro N° 4
Proyección Población Ibarra Año 2008

Año	Población Ibarra	Tasa de Crecimiento	Total Población Ibarra
2001	153256	2,3 %	156781
2002	156781	2,3 %	160387
2003	160387	2,3 %	164076
2004	164076	2,3 %	167850
2005	167850	2,3 %	171711
2006	171711	2,3 %	175660
2007	175660	2,3 %	179700
2008	179700		

FUENTE: INEC
ELABORADO POR: El Autor

1.4.2. Población Económicamente Activa –PEA

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

Cuadro N° 5
Población Económicamente Activa, por Actividad, por sexo, Cantón Ibarra

SEGÚN GRUPOS OCUPACIONALES				SEGÚN RAMAS DE ACTIVIDAD			
GRUPOS DE OCUPACIÓN	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	RAMAS DE ACTIVIDAD	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	60.082	39.205	20.877	TOTAL	60.082	39.205	20.877
MIEMBROS, PROFESIONALES				AGRICULTURA, GANADERÍA			
TECNICOS	7.142	4.009	3.133	CAZA, PESCA, SILVICULTURA	9.940	8.457	1.483
EMPLEADOS DE OFICINA	3.422	1.690	1.732	MANUFACTURA	8.250	5.304	2.946
TRAB. DE LOS SERVICIOS	10.796	5.046	5.750	CONSTRUCCIÓN	4.412	4.312	100
AGRICULTORES	5.421	4.398	1.023	COMERCIO	12.074	6.869	5.205
OPERARIOS Y OPERADORES				ENSEÑANZA	3.608	1.572	2.036
DE MAQUINARIAS	16.665	13.623	3.042	OTRAS ACTIVIDADES	21.798	12.691	9.107
TRAB. NO CALIFICADOS	11.829	7.252	4.577				
OTROS	4.807	3.187	1.620				

FUENTE: Censo INEC 2001

FUENTE: Censo INEC 2001

El INEC establece que la Población Económicamente Activa de Ibarra es de 60.082, teniendo el 77,49% en la cabecera cantonal y el 22,51% en las parroquias rurales.

Cuadro N° 6
Población Económicamente Activa Urbana y Rural, Cantón Ibarra 2001

PEA Urbana	77,49%	46558
PEA Rural	22,51%	13524
TOTAL PEA Ibarra	100%	60082

FUENTE: INEC 2001

Cuadro N° 7
Proyección Población Económicamente Activa, Urbana al año 2008

Año	Población (PEA)	Tasa de Crecimiento	Total Población (PEA)
2001	46558	2,3 %	47629
2002	47629	2,3%	48725
2003	48725	2,3%	49846
2004	49846	2,3%	50993
2005	50993	2,3%	52166
2006	52166	2,3%	53366
2007	53366	2,3%	54593
2008	54593		

FUENTE: INEC
ELABORADO POR: El Autor

Cuadro N° 8
Población Económicamente Activa Real, Urbana al año 2008

Población Económicamente Activa	54593
Proyectada al 2008 Ibarra	
Menos: 9,1% desempleo	(4968)
Total PEA Urbana Ibarra 2008	49625

FUENTE: INEC
ELABORADO POR: El Autor

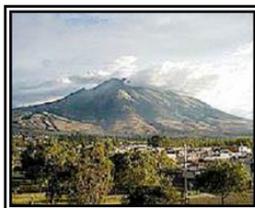
1.5. Clima

La ciudad de San Miguel de Ibarra se encuentra ubicada en la denominada Región Interandina. En esta región se observan dos estaciones lluviosas, de Febrero a Mayo y de Octubre a Noviembre, con una primera estación seca muy marcada entre Junio y Septiembre, y con una segunda menos acentuada en Diciembre-Enero. Los totales anuales de precipitación fluctúan entre los 700 y 1500 mm generalmente.

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

1.6. Flora y Fauna

Tiene espacios tropicales donde hay una gran variedad de plantas. La vegetación característica de las faldas de la cordillera de los andes es el bosque húmedo; los flancos de ambas cordilleras están densamente poblados del bosque en los que destacan la presencia de quina roja y con durango, donde predominan los extensos pajonales (cañas) y la grama de (gramíneas). Las tierras de cultivo de Otavalo y de Ibarra son muy fértiles por la erupción del volcán Imbabura, ya que se fertilizó con la expulsión de las cenizas, gran parte de su entorno territorial, lo que originó una gran variedad de vegetación.



A medida que el calor seco aumenta, parecen crecer también los cultivos de caña de azúcar, fréjol, yuca, plátano, papaya, guanábana, entre otros; que se mecen en el viento, entre las casas que se han convertido en improvisados locales de venta.

De pronto aparece un verde intenso entre árboles y arbustos, acompañado de un calor húmedo, áreas que proporcionan riquezas de flora y fauna, en algunos casos, únicos en la zona; básicamente agrícola, sus principales productos son maíz y fréjol seco, caña de azúcar y cabuya. Es importante su cabaña vacuna, equina, porcina y bovina. En las zonas bajas, la vegetación es de estepas herbáceas, y en las altas hay prados naturales.

1.7. Educación

Desde 1996 y con el aval de la Organización de Estados Iberoamericanos, para la Educación, la Ciencia y la Cultura, se ha establecido en la ciudad de Ibarra un programa con múltiples iniciativas de la ciudadanía y a los distintos grupos sociales produciendo exitosos resultados en el ámbito de la educación alternativa y la comunicación comunitaria.

La planeación, en la cual ha intervenido educadores, organizaciones, empresas, instituciones educativas, alumnos y ciudadanos comunes permitió un camino de realizaciones, actos y grandes desafíos.

1.7.1. Niveles de Instrucción en Ibarra

Más del 70% no tiene educación media, provocando falta de mano de obra calificada y es muy negativo para nuevas inversiones en el sector turístico e industrial.

Cuadro N° 9

CANTÓN IBARRA: POBLACIÓN DE 5 AÑOS Y MAS, POR SEXO Y AREAS, SEGÚN NIVELES DE INSTRUCCIÓN. Censo 2001									
NIVELES DE INSTRUCCIÓN	TOTAL			HOMBRES			MUJERES		
	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL
TOTAL	137.276	98.051	39.225	66.371	46.795	19.576	70.905	51.256	19.649
NINGUNO	7.525	3.003	4.522	2.461	948	1.513	5.064	2.055	3.009
CENTRO ALFAB.	388	280	108	211	149	62	177	131	46
PRIMARIO	69.506	44.878	24.628	34.717	21.949	12.768	34.789	22.929	11.860
SECUNDARIO	32.790	27.001	5.789	15.484	12.469	3.015	17.306	14.532	2.774
POST BACHILLERATO	890	772	118	391	336	55	499	436	63
SUPERIOR	16.233	14.812	1.421	7.993	7.265	728	8.240	7.547	693
POSTGRADO	263	238	25	175	158	17	88	80	8
NO DECLARADO	9.681	7.067	2.614	4.939	3.521	1.418	4.742	3.546	1.196

El promedio de años aprobados por la población de 10 años y más (escolaridad media) para el Cantón Ibarra es de 7,1 años, para la población del área urbana es de 7,3 años y para el área rural 5,1 años. Para hombres 7,3 y para mujeres 6,9 años

FUENTE: Censo INEC 2001

1.7.2. Tasas de Analfabetismo en la Ciudad de Ibarra

La noción de analfabetismo se vincula a personas mayores de 15 años que no saben leer ni escribir, que es como viene contabilizándose tradicionalmente el analfabetismo en términos estadísticos a nivel mundial. De ahí surge la asociación entre alfabetización y personas adultas. La noción de alfabetización infantil es extraña a la mayoría de personas y ha mostrado ser difícil de instalar en las políticas, no obstante que la alfabetización es la misión por excelencia del sistema escolar.

Cuadro N° 10



FUENTE: Censo INEC 2001

1.8. Salud

En la actualidad, la salud se encuentra regida por los Estatutos reformados mediante Acuerdo Ministerial, su misión es procurar el bienestar integral de la comunidad del Cantón Ibarra particularmente del niño, la mujer y la familia, a través de los servicios que brinda.

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

- 1.8.1.** Brindar asistencia social, cultural y económica a las clases desposeídas del Cantón Ibarra.

1.8.2. Programar y ejecutar la gestión social con Instituciones Públicas, privadas, Organizaciones Clasistas y Organismos No Gubernamentales (O.N.G.), y otras.

1.8.3. Fortalecer permanentemente los servicios, educación y comunitarios a través de sus instancias respectivas.

1.8.4. Desarrollar proyectos específicos que mejore la situación de niños, ancianos, mujeres y las familias de escasos recursos económicos.

1.9. Vivienda

Según el Ilustre Municipio de Ibarra y conjuntamente con el MIDUVI se busca dimensionar el sistema inmobiliario, por su importancia en la economía local y porque de éste depende el diseño y desarrollo urbano de la ciudad. Mediante políticas públicas y por intervención de los sectores públicos y privados, es necesario incentivar el acceso a una vivienda digna, especialmente de los sectores menos favorecidos, generando ofertas concretas que respondan a la capacidad económica de esos sectores, sin sacrificar la calidad de dichas viviendas y su entorno ambiental. Para el efecto, es necesario definir la localización, el diseño, equipamiento y servicios de tales proyectos habitacionales. Estos complejos habitacionales, desde el punto de vista ambiental, deberán adaptarse a las condiciones del entorno y al uso racional de los recursos naturales de la región. Lo anterior, también implica, por parte de la Municipalidad, intervenir en el mercado inmobiliario y buscar acuerdos entre todos los agentes públicos y privados para abaratar costos en el proceso de adquisición de terrenos, construcción y financiamiento de la vivienda.

Cuadro N° 11

CANTÓN IBARRA							
TOTAL DE VIVIENDAS, OCUPADAS CON PERSONAS PRESENTES, PROMEDIO DE OCUPANTES Y DENSIDAD POBLACIONAL Censo 2001							
ÁREAS	TOTAL DE VIVIENDAS	VIVIENDAS PARTICULARES OCUPADAS			POBLACIÓN TOTAL	EXTENSIÓN Km ²	DENSI-DAD Hab / Km ²
		HUMERO	OCUPANTES	PROMEDIO			
TOTAL CANTON	44.426	38.165	151.725	4,0	153.256	1.093,3	140,2
ÁREA URBANA	30.987	27.666	107.262	3,9	108.535		
ÁREA RURAL	13.539	10.499	44.463	4,2	44.721		

FUENTE: Censo Vivienda 2001
ELABORADO POR: INEC

1.10. Desarrollo Económico

PROIMBABURA, Afirma: “Actualmente se debe estar creando espacios, en donde se fusionen las necesidades de todos los sectores, para encontrar las mejores alternativas de solución; y, éstos se conviertan en las herramientas que permitan conseguir aquel desarrollo socio-económico a corto y largo plazo, para ello presentar propuestas de objetivos y alcances de competitividad, como directrices a ser implementadas con visión de equidad entre todos los sectores, como únicos beneficiarios, quienes habitamos en esta ciudad; y, siendo nuestra responsabilidad, crear una sociedad digna donde prime la filosofía del respeto al ser humano, como principio de todas las cosas”.

El desarrollo socio-económico y sostenido de la ciudad de Ibarra, involucra la participación decidida de todos los actores que viven en ella, es así como: el sector público, representado por las autoridades elegidas por voto popular; el sector privado, representado por las personas naturales y jurídicas que realizan una actividad productiva, y el sector social o conocida como sociedad civil, representada por todos los habitantes comunes permiten dar un valor agregado a los recursos naturales y humanos para beneficio de la ciudad o fuera de ella.

1.10.1. Ibarra construyendo un Cantón Democrático y Participativo del Siglo XXI.

Reconocer la ciudadanía, significa empezar a construir una ciudad con futuro, es pensar como un gobierno local puede crecer gracias a la calidad de sus ciudadanos, con criterio político y sentido de pertenencia, con sentido de ciudad formados con los valores de la democracia, conocedores de sus derechos, responsables de ellos y respetuosos con los derechos de los demás; dispuestos a pensar y actuar en el interés común por encima de los intereses individuales.

1.10.2. La Asamblea Cantonal como espacio de Participación

Somos ciudadanos que vivimos en escenarios de relaciones cotidianas como el barrio, la ciudad y el trabajo. En estos escenarios debemos crear espacios de encuentro entre diferentes actores sociales para reconocernos en nuestros derechos y proyectos de vida.

Los encuentros nos enriquecen y son posibilidades de nuevos saberes y soluciones conjuntas vía asambleas.

La Asamblea Cantonal es la instancia máxima en la toma de decisiones, su papel fundamental es articular políticas y proyectos que partan de consensos, como resultados de la práctica de instancias de PARTICIPACION CIUDADANA, en la búsqueda del bien común de los diversos sectores sociales para mejorar las condiciones y calidad de vida. El proceso de participación ciudadana de la ciudad está creado vía ordenanzas municipales como son:

- Ordenanza de creación de la Asamblea Cantonal y el Comité de Desarrollo Cantonal.
- Estatuto de la Asamblea Cantonal y el Comité de Desarrollo Cantonal.
- Ordenanza del Presupuesto Participativo.

A través de éstas normativas se dio inicio a la construcción y el fortalecimiento de las organizaciones barriales a nivel urbano y comunitario a nivel rural, mediante la realización de asambleas, en las que se elaboran Planes de Desarrollo Locales encaminados al Desarrollo Integral Socio-Económico de sus habitantes dando paso a una Democracia Participativa.

Los planes de desarrollo contienen las necesidades prioritarias en salud, vivienda, educación, cultura, medio ambiente y manejo de recursos naturales, además la organización de Microempresas Productivas o Empresas Comunitarias, lo que permitirá en una manera modesta reducir el desempleo y mejorar el ingreso de los hogares.

1.10.3. Ejes de Desarrollo de la Ciudad de Ibarra

1.10.3.1. Gestión democrática y transparente

1.10.3.2. Planificación institucional participativa

1.10.3.3. Desarrollo tecnológico

1.10.3.4. Cultura de calidad

1.10.3.5. Descentralización y desconcentración

1.10.3.6. Desarrollo económico y turístico

1.10.3.7. Desarrollo sustentable y sostenible

1.10.3.8. Seguridad y calidad de vida

1.10.3.9. Participación ciudadana con enfoque generacional

1.11. Actividades Económicas

Comercio interno de productos agrícolas, alimentos y bebidas. Las tierras templadas que permiten cultivos de cereales como avena, cebada, trigo, maíz, además de patatas y explotación forestal, y tierras más cálidas que se dedican al café, caña y frutales. Se puede establecer que la ciudad de Ibarra posee la siguiente clasificación de las actividades económicas y empresariales:

1.11.1. Sector Agropecuario

1.11.1.1. Agricultura

Comprende todos los pobladores que siembran y cosechan productos agrícolas para ofrecer en los diferentes mercados de la ciudad, es considerada como una de las actividades económicas más relevantes de la ciudad.

1.11.1.2. Pecuario

En el cantón ésta actividad comprende a la cría del ganado vacuno, equino, porcino y bovino.

1.11.2. Sector Industrial

1.11.2.1. Artesanales

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

1.11.2.2. Metalmecánica

Este importante sector de la microempresa en la Provincia de Imbabura y la ciudad de Ibarra está constituido por los talleres donde se transforma el hierro en productos terminados como puertas, ventanas, pasamanos, escritorios, papeleras, sillas, etc. Cabe señalar que este sector desarrolla su actividad paralelamente a la actividad de la construcción en forma complementaria.

1.11.2.3. Textiles y Confecciones

Caracterizadas por la elaboración de ropa con productos de tela y lana para toda clase de personas tanto en el mercado nacional como internacional.

1.11.2.4. De la construcción

A este sector se lo considera desde el punto de vista de la producción y comercialización de materiales necesarios para la construcción como por ejemplo la fabricación de ladrillos, bloques, adoquines, tubos que son necesarios en la construcción.

1.11.2.5. Maderero Forestal

Comprende las actividades que realizan los expendedores de madera para la fabricación de artículos artesanales, muebles y otros productos complementarios de la construcción.

1.11.2.6. Producción de Lácteos

Se reconoce a los productores de leche, quesos, yogurt y otros derivados de la leche, y se puede reconocer en la ciudad, la Floralp como una industria de lácteos más importante de la ciudad y del país.

1.11.2.7. Tababuela

Dentro del cantón existe la Industria Azucarera Tababuela reconocida a nivel nacional e internacional por la elaboración de tan reconocido producto como es la azúcar.

1.11.3. Sector Servicios

1.11.3.1. Alimenticio

Este sector está constituido por restaurantes, cafeterías, hoteles, actividades que se dedican a la elaboración y preparación de desayunos, almuerzos, meriendas y platos típicos. Las Culturas indígenas y mestizas, han creado en conjunto, múltiples recetas y se han prestado durante siglos sus saberes. Desde entonces Ibarra cuenta con una múltiple gama de sabores y colores en su gastronomía, de los cuales, se presentan algunas de las variedades gastronómicas de la Ciudad Blanca:

- a) Helados de Paila.- Los deliciosos helados de paila ya son una tradición, ubicados principalmente en el centro de la ciudad.
- b) El Alpargate.- Este sector está lleno de casas de adobe, además aquí están restaurantes que ofrecen comida típica.
- c) Nogadas y Arrope de mora.- Estas tradicionales golosinas están ubicadas en la Merced.
- d) Empanadas de morocho, humitas, quimbolitos, caldo de patas, tortillas con caucára, papas con cuero, fritada, hornado, entre otras delicias que se ofrece en la ciudad.

1.11.3.2. Servicios Turísticos

Su belleza escénica natural y cultural se pone de manifiesto en sus lagos, lagunas, montañas, ríos, artesanía, grupos étnicos, música, danza y gastronomía, todo esto conjugado con la amabilidad de su gente y el mejor clima del Ecuador. La iniciativa de varias personas ha permitido el

desarrollo de nuevas alternativas de servicios turísticos y forma de realizar el turismo, es así que el turismo comunitario, el turismo de hacienda, el turismo ecológico, el turismo de aventura, el turismo cultural, el turismo gastronómico, son productos que siempre existieron y que invitamos a disfrutar y explotar detalladamente. En Ibarra sus residentes han desarrollado actividades industriales, comerciales, empresariales y culturales vinculadas con el turismo, llegando a posicionarla como una de las “ciudades turísticas” del Ecuador.

1.11.3.3. Gráficas e Impresiones

Este sector está constituido por la actividad que realizan imprentas, tipográficas, diseños y estampados, copiadoras e inclusive actualmente centros de computación que brindan servicios a la colectividad en general e instituciones.

1.11.3.4. Servicios Técnicos y Profesionales

Se considera en este sector a aquellas actividades que independientemente realizan diferentes tipos de profesionales, especialmente en la prestación de servicios, como son por ejemplo, talleres de arreglo de radio y televisión, zapaterías, arreglos de bicicletas, mecánicas automotrices, despachos de abogados, consultorías y asesorías profesionales en general.

CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

2.1. La Empresa

2.1.1. Definición de Empresa

ZAPATA, Pedro; (2002), Pág. 13. Afirma: “Es la Organización de un negocio destinado a ofrecer bienes y servicios de buena calidad y a precios razonables a los consumidores”.

MARTINEZ, Patricio; (1999), Pág. 39. Afirma: “Es una unidad económica que mediante la combinación de los factores de la producción, ofrece bienes y/o servicios de excelente calidad a precios razonables para los consumidores, con el propósito de obtener un beneficio económico y/o social”.

Se ha seleccionado estas definiciones debido a que afirman; que toda empresa busca la combinación de los factores de la producción para ofrecer un bien y/o servicio a la colectividad para obtener un beneficio en común que es la obtención de utilidades para satisfacer necesidades económicas y sociales, y de igual forma, una empresa es la unión de una o varias personas que busca satisfacer las necesidades de sus consumidores (cliente, accionista, empleado, proveedor, sociedad), y de esta manera alcanzar y mantener el buen nombre de la empresa dentro de la comunidad.

2.1.2. Clasificación de las Empresas

Las empresas se clasifican por su tamaño y la magnitud de sus recursos económicos, capital y mano de obra, volumen de ventas anuales, áreas de operaciones de la empresa; local, regional, nacionales e internacionales, ya sea que la microempresa este organizada de tipo familiar, el mercado que abastece es pequeño, local y cuando mucho regional, la producción es muy mecanizada.

Existen algunos criterios para clasificar las empresas, para efectos contables se consideran más útiles los siguientes: Industriales, Comerciales y de Servicios.

2.2. La Microempresa

2.2.1. Definición de Microempresa

TORRES, Rodríguez; (1995), Pág. 16. Afirma: “Microempresa es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras, que tiene objetivos económicos, éticos y sociales. Su capital no supera los 20.000 USD y el número de trabajadores no sobrepasa los 10, aplican la autogestión y tienen gran capacidad de adaptarse al medio.”

MARTINEZ, Patricio; (1999), Pág. 67. Afirma: “Microempresa es la unidad de producción de mercancías o servicios que se caracteriza por su pequeña dimensión, por la relativa sencillez de la tecnología aplicada, por la escasa división de trabajo y por la forma artesanal en que se realiza el proceso productivo”

El propósito de estudio se basará en la microempresa industrial a la cual le servirá la aplicación del sistema contable de costos de producción para el mejoramiento de la administración y producción, en el cual es de vital importancia que se conozca cada uno de los elementos que contiene un producto y la buena aplicación en el proceso de producción.

2.2.2. Características de una Microempresa

- 2.2.2.1.** Un número considerable de microempresas se han mantenido en el mismo lugar donde comenzaron.
- 2.2.2.2.** La microempresa no cuenta con el apoyo significativo de recursos privados, por este motivo tienen que autofinanciarse.
- 2.2.2.3.** La microempresa se encuentra constituida por la aportación de capital de un solo socio, que viene a ser el propietario.
- 2.2.2.4.** Requiere mayor asistencia administrativa, ya que se presentan un mayor número de dificultades al momento de administrar el negocio.

- 2.2.2.5.** No cuenta con un número mayor de empleados, no supera los quince, que realizan labores administrativas y operativas.
- 2.2.2.6.** El gerente de la microempresa por lo general es el mismo dueño, en el que se concentra el control y la dirección de la misma.
- 2.2.2.7.** Tienen un número limitado de clientes.
- 2.2.2.8.** Predomina la técnica inicial, rara vez se realizan estudios de diseño y calidad.

Son unidades productivas que operan bajo riesgos propios en el mercado, desarrolla sus actividades sobre la base de tecnologías muy simples, con bajos niveles de inversión y con componentes de mano de obra de un grupo pequeño de personas. Es muy común en estas microempresas tener bajos niveles de producción, un cuestionado manejo administrativo-financiero, entre otras cosas.

2.3. Producción de la Granola

2.3.1. Concepto de la Granola

EMPRESA NUTRISA, Afirma: “La granola es uno de los cereales más completos que existen ya que proporciona energía, fibra, carbohidratos, proteínas y grasas de origen vegetal”.

La Granola es un tipo de cereal frío, natural, integral y balanceado hecho de  copos de avena y una variedad de otros ingredientes naturales. Es muy conocida por sus beneficios en la salud y la nutrición, pues no solo llevan avena sino que también fruta seca, semillas, miel, melaza, azúcar y néctar de agave. Todos estos componentes anteriormente nombrados se tuestan y le dan a la granola una textura crujiente y muy sabrosa. De manera que estará consumiendo un alimento nutritivo y sabroso. La granola es excelente aliada y alternativa para una alimentación sana y rica en fibra, porque mezcla diversos cereales como la avena y otros granos enteros.

2.3.2. Beneficios de la Granola

La Granola es altamente recomendada por médicos para toda la familia, debido a que es una fuente de energía para quienes desarrollan intensas actividades físicas e intelectuales. Es científicamente comprobado que el alto contenido de Complejo B, Vitamina E, Fibra, Hierro y Proteínas, es importante para el buen funcionamiento del Sistema Nervioso, Función Cerebral y Metabolismo. La fibra facilita el paso de la alimentación por el tracto digestivo, elimina el colesterol perjudicial y es ventajosa para el Sistema Cardiovascular. Haciéndola deliciosa y nutritiva para la salud.

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

La granola como posee un rico contenido calórico y aporta energía, favorece a la persona que la consume en el desempeño de sus labores diarias o actividades deportivas. Es un producto, recomendado para el desayuno o a la hora que mejor le agrade, que se puede consumir sin remordimientos y evitar la ingesta de golosinas no nutritivas.



Otro beneficio de la granola es que no aporta colesterol al organismo y sus azúcares son totalmente naturales. También, es una fuente de ácidos grasos omega 3, que reportan beneficios en la prevención del cáncer y enfermedades cardiovasculares. Es por ello que, la granola es considerada como una fuente de salud y vida.

Entre otros de los beneficios que proporciona la granola a la salud de una persona son:

2.3.2.1. Ayuda al buen funcionamiento del sistema nervioso.

- 2.3.2.2. Facilita el paso de la alimentación por el tracto digestivo, elimina grasas y restos de alimento que llegan a alojarse en él.
- 2.3.2.3. Elimina el colesterol perjudicial.
- 2.3.2.4. Es muy excelente para el sistema cardiovascular, reduce problemas causados en las arterias y enfermedades del corazón.
- 2.3.2.5. Modera el apetito y mejora la digestión.
- 2.3.2.6. Regula la absorción de azúcares y controla la obesidad.
- 2.3.2.7. Ayuda a prevenir padecimientos como el síndrome de intestino irritable, cáncer de colon y de mama, enfermedades cardiovasculares, nivel elevado de colesterol, diabetes y cálculos biliares.

2.4. Estudio de Mercado

ARBOLEDA, Germán; (2001), Pág. 46. Afirma: “El estudio de mercado trata de determinar la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada, también identifica a las empresas productoras y las condiciones en que éstas suministran el producto al mercado, así también el estudio de mercado, determina el régimen de formación del precio y de la manera como llega el producto de la empresa productora a los consumidores o usuarios”.

PHILIP, Gary; (1998), Pág. 48. Establece: “Un estudio de mercado servirá para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir nuestros productos que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un determinado período y a qué precio están dispuestos a obtenerlo”.

De las citas anteriormente descritas puede resumirse diciendo que el estudio de mercado es la función empresarial que identifica las necesidades y los deseos de los clientes, la oferta de bienes y/o servicios, los precios a los cuales se venden los mismos en un espacio y un tiempo determinado.

2.4.1. Producto

ARBOLEDA, Germán; (2001), Pág. 49. Afirma: “El producto es el resultado tangible de la acción del trabajo sobre y con los otros factores de producción, como medio que en el momento y circunstancias dadas, permite satisfacer las necesidades. El producto puede estar formado por uno o varios bienes y/o servicios, así como los subproductos y residuos generados durante el proceso de producción”.

ANDERSON, R y otros; (1997), Pág. 38. Afirman: “El producto es el resultado de la combinación de materiales y procesos definidos y establecidos de acuerdo con el diseño previo del mismo”.

Se puede concluir que el producto es el resultado de la combinación de todos y cada uno de los factores de producción para satisfacer las necesidades de la colectividad.

2.4.2. Mercado Meta

LEMMAN, R.; (1999), Pág. 55. Expresa: “Es la parte del mercado hacia la que conviene dirigir la atención, tomando en cuenta tanto su atractivo como la capacidad de la empresa para servir con ventaja a esa parte”.

Según el concepto de este autor el mercado meta es el mercado objetivo al cual se va a dirigir un producto de una empresa, que está básicamente determinado por la mayoría de personas que están dispuestas a adquirir el producto o servicio.

2.4.3. Segmento de Mercado

LEMMAN, R.; (1999), Pág. 54. Dice: “Como el mercado no es homogéneo, un trabajo clave consiste en identificar los sub-mercados o segmentos de que se compone”.

De acuerdo al concepto citado se puede establecer que segmentar el mercado significa dividir al mercado por grupos, por gustos, por edades, por sexo, por tamaño, por ingresos, entre otros.

2.4.4. Oferta

JACOME, Walter; (2005), Pág. 76. Afirma: “La Oferta esta 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 cuales son los posibles sustitutos para poder comparar con la demanda”.

ARBOLEDA, Germán; (2001), Pág. 56. Afirma: “Oferta es la cantidad de bienes y servicios producidos o que se pueden producir, dispuestos a llevar un mercado, en base a los precios que puedan alcanzar, en su intercambio por otros bienes o dinero”.

Según los conceptos antes mencionados, la oferta no es más que los bienes y servicios disponibles en el mercado por parte de los productores en un tiempo y precio determinados.

2.4.5. Demanda

MARTINEZ, Patricio; (1999), Pág. 34. Afirma: “Demanda es la cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos en condiciones de adquirir, en función de los diferente niveles de precios posibles, en determinado periodo de tiempo”.

ARBOLEDA, Germán; (2001), Pág. 51. Afirma: “Demanda es la expresión de la forma en la cual la comunidad desea sus recursos. Con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción”.

Partiendo de estos conceptos, el análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de factibilidad de un proyecto, ya que se debe tomar en cuenta la ocurrencia de los resultados del negocio que se va ha implementar con la aceptación del producto en el mercado.

Para el análisis de la demanda se necesita determinar las características de los consumidores actuales y potenciales del producto. Identificar sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, de tal manera que se pueda obtener un perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial.

Por lo tanto, el estudio de la demanda permite determinar el consumo de un bien o servicio con el fin de satisfacer las necesidades colectivas e individuales de una determinada sociedad.

2.4.6. Precio

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

MARTINEZ, Patricio; (1999), Pág. 77. Afirma: “El precio es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos”.

BACA URBINA, Gabriel; (2001), Pág. 122. Dice: “El precio es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”.

De los conceptos antes mencionados se puede concluir que el precio es el valor expresado en dinero de un bien o servicio ofrecido en el mercado, el mismo que se lo puede fijar de acuerdo a precios existentes, de acuerdo a los costos y gastos, de acuerdo a la oferta y demanda entre otros aspectos.

2.4.7. Comercialización

ARBOLEDA, Germán; (2001), Pág.56. Afirma: “La comercialización es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios”.

GRUPO EDITORIAL OCEANO; (2002), Pág. 95. Afirman lo siguiente: “Es la actividad que acelera el movimiento de bienes y servicios desde el fabricante hasta el consumidor, y que incluye todo lo relacionado con publicidad, distribución, técnicas de mercado, transporte y almacenamiento de bienes y servicios”.

Según estos conceptos se puede establecer que la separación geográfica entre compradores y vendedores, hace necesario el traslado de productos desde su lugar de producción hasta el consumidor, gestión que se le adopta con el nombre de comercialización o distribución.

2.4.7.1. Canales de Comercialización

GRUPO EDITORIAL OCEANO; (2002), Pág. 106. Afirman: “Es la ruta que sigue un producto desde el agricultor, fabricante o importador original hasta el último consumidor”.

Entre los canales de comercialización más sobresalientes se tiene los siguientes:

Productor - Consumidor Final

Productor - Minorista - Consumidor Final

Productor - Mayorista - Minorista - Consumidor Final

Productor - Representantes - Minoristas - Consumidor Final

Productor - Representantes - Mayoristas - Minoristas - Consumidor Final

Uno de los aspectos de gran trascendencia en el análisis del mercado es sin lugar a duda el de los canales de comercialización, debido a que son factores primordiales dentro de la distribución del producto, permitiendo llegar al lugar adecuado y en el momento oportuno.

2.4.7.2. Promoción y Publicidad

PHILIP, Gary; (1998), Pág. 126. Establece: “Promoción.- Parte del proceso de marketing utilizado para incentivar al comprador potencial, la promoción de venta se suele realizar mediante contacto directo entre comprador y vendedor”. “Publicidad.- Esta dirigida a grandes grupos humanos y suele recurrirse a ella cuando la venta es directa de vendedor a comprador es ineficaz”.

Realizando un análisis de la población beneficiaria de un proyecto se hace necesario desarrollar una estrategia de publicidad y promoción a fin de incentivar la aceptación de un producto por parte de los consumidores, tratando de lograr un posicionamiento en la mente del consumidor, la misma que se lo puede realizar a través de medios como televisión, radio, prensa, trípticos, revistas, vallas, hojas volantes, perifoneos, telecomunicaciones, conversaciones con los clientes, degustaciones, apoyos de carácter social, entre otros.

2.5. Estudio Técnico

El estudio técnico permite determinar el tamaño de una nueva unidad productiva, el sitio donde debe ubicársela y los procesos de producción, infraestructura física, inversiones y talento humano requeridos para su operación.

2.5.1. Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad a instalarse y a la capacidad de la maquinaria que se requiere para producir un bien o servicio.

2.5.2. Localización del Proyecto

La localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locacionales con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario.

2.5.2.1. Macro localización

La macro localización en términos generales consiste en determinar la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, es decir establecer la provincia, el cantón y la ciudad.

2.5.2.2. Micro localización

La micro localización consiste en elegir con exactitud el punto preciso, dentro de la macro zona en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.

2.5.3. Ingeniería del Proyecto

La ingeniería de un proyecto se refiere a la determinación de aspectos de gran importancia para la ejecución del proyecto como determinar los procesos productivos, la maquinaria a utilizarse, estructurar las obras civiles relacionadas con la infraestructura física, servicios básicos, que se requieren para la correcta consumación del proyecto.

2.5.3.1. Procesos

El proceso productivo es una combinación y acumulación ordenada y dinámica de todos y cada uno de los recursos de que dispone la producción, los mismos que deben ser ordenados, calculados, controlados, registrados y contabilizados adecuada y convenientemente para conseguir así una eficiencia y ahorro de tiempo en las actividades.

2.5.3.1.1. Flujograma de Procesos

El flujograma de procesos es un diagrama secuencial empleado en muchos campos para mostrar los procedimientos detallados que se deben seguir al realizar una tarea.

2.5.3.2. Tecnología

La tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se emplean para obtener el bien o para prestar el servicio.

2.5.3.3. Maquinaria y Equipo

Constituyen un conjunto de máquinas y equipos indispensables con el único fin de intervenir directa o indirectamente en la transformación de un producto o de un servicio.

El tipo y cantidad de maquinaria y equipos requeridos se pueden conocer a partir de la información que se tenga sobre el ámbito y tamaño del proyecto y el proceso tecnológico seleccionado.

2.5.3.4. Obras Civiles

Las obras civiles consiste en estimar las necesidades de espacios y estructuras y, por ende, definir las instalaciones y obras de ingeniería requeridas, con indicación de los costos correspondientes, estimados con base en la información contenida en planos elaborados a nivel de bosquejo o anteproyecto.

2.5.3.5. Presupuesto Técnico

El presupuesto técnico consiste en determinar las inversiones fijas, diferidas y capital de trabajo.

2.5.3.5.1. Inversiones Fijas

ARBOLEDA, Germán; (2001), Pág. 38. Afirma: “Son los activos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades.”

Se puede concluir que una inversión fija es un factor determinante dentro del estudio económico, ya que la gerencia precisa la cuantía de recursos por destinar al capital permanente o fijo.

2.5.3.5.2. Inversiones Diferidas

BACA URBINA, Gabriel; (2001), Pág. 206. Dice: “Dentro de las Inversiones Diferidas constan todos los gastos iniciales para la creación de una empresa que los debe realizar un abogado además de los tramites para obtener el registro sanitario; en este rubro también se incluye los gastos del estudio”.

Una inversión diferida constituye una inversión fundamental para la iniciación de un proyecto, como pueden ser los gastos de constitución e instalación, permisos de operación, registro sanitario, gastos de estudios, entre otros.

2.5.3.5.3. Capital de Trabajo

MARTINEZ, Patricio; (1999), Pág. 22. Afirma: “Activos corrientes menos pasivos corrientes. Una medida de la capacidad de pago de las deudas en el corto plazo”.

El capital de trabajo constituye todo lo que se requiere para la producción de un bien y/o servicio, hasta cuando el mismo genere los primeros ingresos.

2.6. Estudio Financiero

El estudio financiero determina los ingresos que pretende obtener un proyecto en determinados períodos de tiempo y la vez determinar los egresos a realizar como parte de su ejecución, con el fin de obtener la situación financiera y determinar su rentabilidad.

2.6.1. Ingresos

BRAVO, Mercedes; (2003), Pág. 65. Afirma: “Valor de cualquier naturaleza que recibe un sujeto sea en dinero o especie. Equivalente monetario de las ventas que la empresa ha realizado con sus clientes en un período de tiempo”.

De acuerdo a lo establecido en la cita anterior se concluye que el ingreso de una empresa es todo valor obtenido por la venta de un producto o servicio que la misma ofrece en la sociedad.

2.6.2. Egresos

HARGADON, Bernard; (1993), Pág. 40. Afirma: “Egresos o Gastos son los desembolsos (disminuciones de activos) que la empresa debe hacer para ayudar a crear la renta”.

Como lo menciona el autor de la definición antes mencionada un egreso es un desembolso de dinero que puede ser por materia prima, mano de obra, costos indirectos, desembolsos administrativos, de ventas, entre otros.

2.6.2.1. Materia Prima

La materia prima es un conjunto de productos básicos necesarios para elaborar, por medio del trabajo, objetos fabricados o terminados. Además son todos aquellos materiales adquiridos para ser empleados en la actividad productiva, objeto de la industria sean estos como Materia Prima o como insumos para la elaboración de la misma, y dentro del proceso productivo sufren una transformación, cambian de forma.

2.6.2.2. Mano de Obra

La mano de obra es la prestación de un servicio o la ejecución de una obra realizada por una persona natural o jurídica y que incide directa o indirectamente en el costo de producción de un bien final o intermedio.

También la mano de obra representa la labor empleada por las personas que contribuyen de manera directa o indirecta en la transformación de la materia prima, es la contribución física o mental para la elaboración de un bien o producto.

2.6.2.3. Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

Los costos indirectos de fabricación como lo indica su nombre son todos aquellos costos que no se relacionan directamente con la manufactura, pero constituyen y forman parte del costo de producción, mano de obra indirecta y materiales indirectos, calefacción, luz y energía para la fabricación, arriendo del edificio, entre otros.

2.6.2.4. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son los pagos que no tienen relación directa con la producción pero son comunes a diversas actividades administrativas de la empresa. En esta categoría están comprendidos aquellos gastos que no tienen relación directa con el movimiento de las ventas, sino que más bien se hacen como parte de la operación total del negocio, y se conocen con el nombre de gastos de administración o generales.

2.6.2.5. Gastos de Ventas

Los gastos de venta son aquéllos que se relacionan directamente con el movimiento de las ventas o, dicho de otra manera, aquéllos que tienden a variar, aumentar o disminuir, en la misma forma que las ventas. Por ejemplo los fletes en ventas, comisiones de vendedores, propagandas, gastos de despacho, remuneraciones de vendedores, transporte en ventas, entre otros.

2.6.3. Balance General

Es una fotografía instantánea de las operaciones de un negocio, que muestra los beneficios que corresponden a las distintas clases de propietarios en el valor del activo neto o líquido, conocido también como Estado Financiero, Estado de Activos y Pasivos, Estado de Recursos y Obligaciones, Estado de Situación o simplemente Estado, que muestra la naturaleza e importe de los Activos, Pasivos, y Capital (activo neto) de un negocio, en una fecha dada.

2.6.4. Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias es una forma resumida de mostrar las variaciones del capital en un determinado ejercicio. Relación de todos los ingresos, costos, gastos o pérdidas ocurridas en un ejercicio económico con la finalidad de establecer la utilidad o pérdida.

2.6.5. Flujo de Caja

El flujo de caja es un estado financiero de una empresa que resume sus orígenes y operaciones de efectivo durante un período específico.

2.6.6. Evaluación Financiera

La evaluación financiera establece y analiza los beneficios netos que obtendría exclusivamente el factor capital al comportamiento de un proyecto específico, la misma que tiene como objetivo, calcular y estimar los beneficios netos que se esperan de la inversión que se realiza en la implementación de la unidad económica de producción; para lo cual se usa y maneja las principales técnicas de evaluación.

2.6.6.1. Valor Actual Neto (VAN)

ROSS, WESTERFIEL, JORDAN; (1991), Pág. 267. Afirman: “Mediante el VAN se puede determinar el valor presente de los flujos futuros de efectivo y poder evaluar la inversión de capital utilizado en un periodo”.

WESTON, BRIGHAM; (1995), Pág. 196. Dicen: “Es el valor monetario que resulta de restar la suma de todos los flujos netos de efectivo descontados a la inversión inicial”.

El valor actual neto de una inversión es la diferencia entre su valor de mercado y su costo. La regla del VAN afirma que se debe emprender un proyecto si su VAN es positivo.

2.6.6.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

BREALEY; (1989), Pág. 226. Afirma: “Es la rentabilidad que devuelve la inversión en el futuro o en el tiempo y permite igualar a la inversión con los flujos futuros. En otras palabras la tasa interna de retorno hace nulo el valor actual neto del proyecto de inversión; para que el proyecto sea rentable la TIR tiene que ser superior al costo de capital”.

ROSS, WESTERFIEL, JORDAN; (1991), Pág. 281. Afirman: “Es al tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero es decir en otras palabras es la tasa que iguala la suma de los flujos netos de efectivo descontados a la inversión inicial”.

Se puede concluir que se llama tasa interna de retorno o de rendimiento porque supone que el dinero que se gana año por año se reinvierte su totalidad, es decir, se invierte y reinvierte en las aspiraciones de la empresa.

La tasa interna de retorno es aquella tasa de descuento que hace que el VAN estimado de una inversión sea igual a cero. La regla de la TIR afirma que se debe emprender un proyecto cuando su TIR es superior al rendimiento requerido.

2.6.6.3. Costo/Beneficio

El costo-beneficio, también llamado índice de rentabilidad se lo define como el valor presente de los flujos futuros de efectivo dividido por la inversión inicial. La regla del IR afirma que se debe emprender una inversión si su IR es superior a 1.

2.6.6.4. Periodo de Recuperación de la Inversión

El período de recuperación es el plazo que deberá transcurrir hasta que la suma de los flujos de efectivo de una inversión sea igual a su inversión. La regla del período de recuperación afirma que se debe emprender un proyecto si su período de recuperación es inferior que un cierto plazo mínimo (punto de corte).

2.6.6.5. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un instrumento para el análisis y decisiones de distintas situaciones de la empresa, entre ellas: volumen de

producción y ventas necesarias para no perder ni ganar, planeamiento de resultados, fijación de precios, de niveles de costos fijos y variables, entre otros.

2.7. Estructura Organizacional

La estructura organizacional tiene que ver con aspectos como la situación legal, organización, misión, visión, políticas, objetivos organizacionales, valores corporativos, con la organización estructural de una empresa establecida en un proyecto.

2.7.1. Misión

La misión consiste en definir el objetivo central de la empresa teniendo en cuenta sus valores donde si bien estos son estáticos, la misión es cambio es dinámica. La misión responde a la interrogante ¿Para qué existe la institución u organización?, es decir en la medida de definir la misión debemos tácitamente considerar la razón de ser de la empresa.

2.7.2. Visión

La visión expresa el marco de referencia de lo que una organización quiere llegar a ser. Señala el rumbo a seguir para pasar de lo que somos a lo que queremos ser. La visión por su parte responde a la pregunta ¿Qué queremos ser en los próximos años?, es decir establecer el rumbo a seguir a corto o largo plazo para llegar a ser lo que queremos ser en un tiempo determinado.

2.7.3. Organización Estructural

En toda empresa es necesario establecer una estructura organizativa, la misma que servirá como ente ejecutor, un método que sirve para lograr mayor coordinación, interrelación e integración de todas las actividades realizadas dentro

de ésta, con el único objetivo de cumplir con las metas deseadas. De igual manera ayuda a determinar las obligación, deberes y responsabilidades de los miembros que conforman las distintas unidades dentro de la organización.

2.7.3.1. Organigrama Estructural

El Organigrama Estructural es la orientación gráfica de la estructura orgánica que muestra la composición de las unidades administrativas que la integran y sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación y líneas de autoridad.

2.7.3.2. Orgánico Funcional

El Orgánico Funcional es una especificación de las tareas y requisitos necesarios a cada uno de los cargos y unidades administrativas que forman parte de la estructura orgánica, necesario para cumplir con las atribuciones de la organización.

2.8. Impactos

Los impactos constituyen un análisis detallado de las huellas y aspectos positivos y negativos que un proyecto generará en diferentes áreas o ámbitos.

2.8.1. Impactos Social

Un impacto social de un proyecto se refiere a la solución de posibles problemas que puede dar al desarrollo social dentro de una región del país con el fin de mejorar las condiciones de vida, tales como son; la satisfacción de las necesidades básicas, crecimiento económico, y, específicamente, en los terrenos educacional, profesional, social, cultural, entre otros.

2.8.2. Impacto Económico

El impacto económico es el más importante debido a que en este se basa el interés de la población, lo que se espera incrementar el ingreso familiar al mismo nivel de un salario obtenido en una determinada zona.

2.8.3. Impacto Educativo y Empresarial

El impacto educativo se reflejaría principalmente en el interés por mejorar la calidad de los suelos y por la búsqueda de nuevas tecnologías de mayor eficiencia para producciones comerciales dentro de una zona determinada, y así crear en la población un impacto de visión empresarial por crear ideas de emprendedores.

2.8.4. Impacto Ambiental

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

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación

En la actualidad, los cereales integrales como la granola son objeto de un reconocimiento bien merecido en el mercado, ya que en estos tiempos se ha logrado comprobar que las empresas cumplen con los niveles aceptados internacionalmente de azúcar, sal y grasas. Pese a los cambios cosméticos que han experimentado algunas variedades, la granola sigue siendo la reina indiscutida de los cereales saludables, nutritivos y, por supuesto, sabrosísimos.

En la actualidad se establecen proyectos y programas con el fin de divulgar y dar a conocer las propiedades beneficiosas de los cereales integrales como la granola. La tendencia de los alimentos funcionales como los cereales integrales (granola) representa un cambio sustancial en la dinámica de la industria de alimentos en un sector que ha llegado a la madurez y en algunos casos a la declinación, donde el único cambio puede esperarse en las tasas de crecimiento similares a las de la población, por ello, los alimentos funcionales deben introducir nuevos escenarios de crecimiento y una nueva lógica a la innovación, deben traer, además, una explosión de posibilidades y nueva combinación de productos, tecnologías, nichos de mercado y mecanismos de acceso al consumidor.

Actualmente cada vez se cuenta con más pruebas de la existencia de otras sustancias beneficiosas en los cereales integrales (granola): la vitamina E, varias vitaminas del complejo B, diversos minerales como hierro, magnesio, zinc y selenio y varias sustancias fotoquímicas protectoras. Esta gran cantidad de nutrientes y sustancias buenas para la salud podrían tener un efecto conjunto y energético, de modo que el "conjunto integral" proporcionaría más beneficios en un futuro a todos los productores de estos cereales.

3.2. Objetivos del Estudio de Mercado

- 3.2.1.** Realizar un análisis de mercado con todos sus principios y características a corto plazo, enfocado en la creación de la microempresa productora y comercializadora de granola y con el objetivo de determinar la aceptación del mercado hacia nuestra microempresa, nuestro producto y conocer la posible demanda y oferta.

- 3.2.2.** Formular y evaluar el mejor modelo de mercado para llevar a cabo la realización de esta microempresa.

- 3.2.3.** Conocer el estado actual de las microempresas productoras de granola que se encuentran en el mercado, planteando nuevas directrices que puedan servir de guía en la creación de una nueva microempresa en este sector.

- 3.2.4.** Definir las estrategias y políticas que se llevaran a cabo en la creación de la microempresa “NUTRIVIDA”.

- 3.2.5.** Identificar las promociones y publicidades que se llevaran a cabo en la microempresa “NUTRIVIDA”.

- 3.2.6.** Analizar ventajas y desventajas competitivas de nuestro mercado.

3.3. Producto

3.3.1. Granola “GRANOVIT”

La granola se compone de varios ingredientes pero en su mayor cantidad se le considera materia prima principal de este producto la avena, que es



un género de plantas de la familia de las poáceas; rica en proteínas de alto valor biológico, grasas y un gran número de vitaminas, minerales. Es el cereal con mayor proporción de grasa vegetal, un 65% de grasas no saturadas y un 35% de ácido linoleico. También contiene hidratos de carbono de fácil absorción, además de sodio, potasio, calcio, fósforo, magnesio, hierro, cobre, cinc, vitaminas B1, B2, B3, B6 y E. Además contiene una buena cantidad de fibras, que no son tan importantes como nutrientes pero que contribuyen al buen funcionamiento intestinal.

“NUTRIVIDA”, pone a disposición de los amantes de la alimentación sana esta alternativa de consumir a diario cereal granola “GRANOVIT”, en varias versiones como fuentes de fibra, nutrientes y vitaminas, las cuales presentan grandes beneficios para quienes los consuman.

El consumo de fibra es un elemento definitivamente natural, así como una reconocida fuente energética, las cuales presentan otras cualidades tales como la prevención de molestias, que van desde el estreñimiento hasta el cáncer de colón.

La granola como posee un rico contenido calórico y aporta energía, favorece a la persona que la consume en el desempeño de sus labores diarias o actividades deportivas. Es un producto, recomendado para el desayuno o a la hora que mejor le agrade, que se puede consumir sin remordimientos y evitar la ingesta de golosinas no nutritivas.

Otro de los grandes beneficios de los cereales granola “GRANOVIT”, es que su consumo no aporta colesterol al organismo, además sus azúcares son totalmente

naturales. El consumo de estos productos reportan beneficios en la prevención de cáncer y enfermedades cardiovasculares por tal motivo es catalogada como una fuente de vida y salud.

La marca cereales “GRANOVIT”, después que se realicen varios estudios y eligiendo la mejor fórmula se creará este cereal, contando con varias opciones de preparación de acuerdo al gusto de las personas. Las mismas que muy pronto se podrán encontrar a la venta en tiendas de conveniencia, supermercados y tiendas de toda la ciudad y provincia.

3.3.2. Características Nutricionales

3.3.2.1. No contiene colesterol, aporta Omega3, previniendo enfermedades cardiovasculares.

3.3.2.2. Alto contenido de genisteína antioxidante que ayuda a prevenir el cáncer.

3.3.2.3. Alcaliniza la sangre, evitando la Osteoporosis.

3.3.2.4. Con aminoácidos para controlar producción de insulina, estabilizando el nivel de azúcar, consumo apropiado en casos de diabetes.

3.3.2.5. Aporta isoflavonas, que previenen la formación de coágulos y el colesterol.

3.3.2.6. Elevado contenido de fibra, para facilitar el tránsito intestinal.

Cuadro N° 12
Características Nutricionales de la Granola

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
Tamaño por porción ½ taza (45g)	
Porciones por envase 9	
Cantidad por porción	
Calorías 180 Calorías de la grasa 40	
	% Valor Diario *
Grasa Total 4 g	6%
Grasa saturada 0.5 g	2.5%
Colesterol 0 mg	0%
Sodio 5 mg	0.2%
Potasio 190 mg	6%
Carbohidratos Totales 30 g	10%
Fibra Dietética 4 g	16%
Azúcares 13 g	
Proteínas 5 g	10%
Vit. B1 15%, B2 4%, B6 6%, E 4%, Niacina 4%.	
Calcio 4%, Hierro 10%, Fósforo 20%, Magnesio 15%	
* Porcentaje de Valores Diarios basados en una dieta diaria de 2000 calorías. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas.	

FUENTE: Productos Schullo
ELABORADO POR: El Autor

3.4. Segmento de Mercado

Dentro del estudio el producto que va a elaborar la microempresa está destinado a clientes que les gusta una alimentación sana para todos sus miembros de la familia, por lo tanto a continuación se presenta criterios empleados para determinar el segmento de mercado:

3.4.1. Niveles de Ingreso y Posición Geográfica

Para determinar el segmento de mercado al cual se va a dirigir este cereal se ha tomado en cuenta los siguientes criterios de segmentación:

Cuadro N° 13
Criterios de Segmentación de Mercado

Criterios de Segmentación	Segmentos del Mercado
<u>Geografía</u>	
Región	Sierra
Provincia	Imbabura
Ciudad	Ibarra
Sector	Norte, Centro y Sur
<u>Demográfica</u>	
Edad	Mayores de 5 años de edad.
Género	Masculino y Femenino
<u>Conductuales</u>	
Preferencia	Gusten de los cereales integrales como la Granola.
<u>Variable Socio-Económico</u>	
Nivel Económico	No se encuentre dentro del índice de pobreza de consumo es decir se encuentre en nivel económico medio-alto.

ELABORADO POR: El Autor

3.4.2. Segmento de Mercado (Población Total)

Según el VI censo nacional de la población realizado en el 2001, la población total del cantón Ibarra es:

Cuadro N° 14
Distribución de la Población de la Ciudad Ibarra

Población Urbana	108535
Población Rural	44721
Total Población	153256

FUENTE: INEC 2001
ELABORADO POR: El Autor

Para el estudio se considera los datos de la Población Económicamente Activa (PEA) de la ciudad de Ibarra, ya que el producto estará dirigido a la población que no se encuentre dentro del índice de pobreza de consumo; básicamente el producto estará encaminado a ofrecer a la población de nivel económico medio-alto, para lo cual se ha establecido los índices del PEA de la ciudad de Ibarra del 2001 con proyección en base a la tasa de crecimiento:

3.4.3. Segmento de Mercado (PEA)

Cuadro N° 15
Población Económicamente Activa de Ibarra (2001)

Población Económicamente Activa Urbana	46558
Población Económicamente Activa Rural	13524
Total Población Económicamente Activa	60082

FUENTE: INEC 2001
ELABORADO POR: El Autor

3.4.4. Identificación de la Población

3.4.4.1. Proyección al Año 2008

Para la proyección de la población se considerará solo la Población Económicamente Activa del sector Urbano de la ciudad de Ibarra y con una tasa de crecimiento anual del 2,3%.

Cuadro N° 16
Proyección al Año 2008

Año	Población (PEA) Ibarra	Tasa de Crecimiento	Total Población (PEA) Ibarra
2001	46558	2,3 %	47629
2002	47629	2,3 %	48725
2003	48725	2,3 %	49846
2004	49846	2,3 %	50993
2005	50993	2,3 %	52166
2006	52166	2,3 %	53366
2007	53366	2,3 %	54593
2008	54593		

FUENTE: INEC 2001
ELABORADO POR: El Autor

**Cuadro N° 17
Determinación de la Población**

Población Económicamente Activa Proyectada al 2008 Ibarra	54593
Menos: 9,1% desempleo	(4968)
<hr/> Total Población a Investigar Ibarra	<hr/> 49625

FUENTE: INEC
ELABORADO POR: El Autor

3.4.4.2. Cálculo de la Muestra

Fórmula de cálculo

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

En donde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

δ = Varianza de población, con el valor constante de 0,25

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza, su valor constante es de 95% (dos colas) equivalente a 1,96

N-1 = Es una corrección que se usa para muestras mayores de 30

ε = nivel de error (5%. Para población finita hasta 1000, 3% para población infinita más de mil)

Cálculo de la Muestra

$$n = \frac{49625 \times (1,96)^2 \times 0,25}{(0,05)^2 (49625-1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$n = \frac{49625 \times 3,8416 \times 0,25}{(0,0025) (49624) + (3,8416) (0,25)}$$

$$n = \frac{47659,85}{124,06 + 0,9604}$$

$$n = 381,22 \approx \mathbf{381}$$

3.5. Mercado Meta

Esta Granola “GRANOVIT” es recomendada por profesionales de la nutrición, como una fuente ideal de fibras y vitaminas, para personas de cualquier edad y condición física; por esta razón este cereal se podrá dirigir a todas las personas que deseen este producto, debido a que la granola posee una gran cantidad de ingredientes involucrados, se obtienen una gran cantidad de carbohidratos, grasas, proteínas, vitaminas y minerales que ayudan al adecuado desarrollo del organismo humano.

El mercado meta estará constituido por toda la población de la ciudad de Ibarra, mayores de 5 años de edad, sexo masculino y femenino, que gusten del consumo de cereales integrales como la granola y que básicamente se encuentre dentro de la población económicamente activa.

El mercado meta al cual se pretende llegar con el producto “GRANOVIT” es de 49.625 personas que estarían en la capacidad de adquirir este cereal.

3.6. Análisis de la Demanda

3.6.1. Demanda Actual del Producto año 2008

Según la encuesta realizada a los consumidores de este cereal se puede concluir que existe una demanda mensual la cual se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 18
Consumo de Granola al Mes

Total Población	Cantidad Consumo al Mes			
	Cantidad	Peso	Gramos	Total Gramos
1034	4	Libras	1814,37	1876059
1164	3,5	Libras	1587,57	1847932
646	3	Libras	1360,78	879064
1551	2	Libras	907,18	1407036
2327	1	Libras	453,592	1055509
2069	800	gramos	800	1655200
2457	575	gramos	575	1412775
11765	500	gramos	500	5882500
905	400	gramos	400	362000
1034	340	gramos	340	351560
4008	300	gramos	300	1202400
2844	275	gramos	275	782100
1939	250	gramos	250	484750
33745				19198885

FUENTE: Encuestas Consumidores
ELABORADO POR: El Autor

Cuadro N° 19
Consumo de Granola al Año

Consumo Mensual	Consumo Anual
gramos	gramos
1876059	22512703
1847932	22175178
879064	10548767
1407036	16884434
1055509	12666103
1655200	19862400
1412775	16953300
5882500	70590000
362000	4344000

351560	4218720
1202400	14428800
782100	9385200
484750	5817000
19198885	230386620

FUENTE: Encuestas Consumidores
ELABORADO POR: El Autor

Una vez aplicada la encuesta se puede determinar que un 65% de toda la población prefiere este producto que se distribuya en presentación por fundas de 500 gramos, convertimos en unidades en la siguiente tabla:

Cuadro N° 20
Demanda Actual en Unidades Granola año 2008

Consumo de Granola al Año	230.386.620 gramos
Fundas de 500 gramos	$230386620 / 500$
	460773 unidades

FUENTE: Encuestas Consumidores
ELABORADO POR: El Autor

3.6.2. Proyección de la Demanda

Fórmula

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

Simbología

D_p = Demanda Proyectada

DA = Demanda actual

1 = Valor constante

i = Tasa de crecimiento

n = Tiempo

Cuadro N° 21
Proyección de la Demanda en Cantidad de Producto
con la Tasa de Crecimiento del 3%

Año	Cantidad Fundas 500gr.
2009	474596
2010	488834
2011	503499
2012	518604
2013	534162

FUENTE: Estudio de Mercado
ELABORADO POR: El Autor

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

$$D_p = 460773 \text{ fundas } (1 + 0.03)^1$$

$$D_p = 474596 \text{ fundas de 500gr. para el año 2009}$$

3.7. Análisis de la Oferta

Para proceder al análisis de oferta, se realizó un previo Estudio de Mercado mediante encuestas a productores en este caso se realizó a los comercializadores, resultados que permitirán determinar con mayor exactitud el comportamiento de la oferta actual y a futuro, así como también conocer cual es el posible mercado potencial.

3.7.1. Oferta Actual del Producto

Según la encuesta realizada a los comercializadores de este cereal se puede concluir que existe una oferta mensual del año 2008, la cual se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 22
Oferta de Granola al Mes

Negocio	Ventas al Mes			
	Cantidad	Unidad	Peso (gramos)	Total en Gramos
Centro Naturista "EL EDEN"	400	Fundas	275	110000
Centro Naturista "EL CILO"	800	Fundas	250	200000
"STETIC CENTER INTERNATIONAL"	300	Fundas	250	75000
Productos Naturales "SUPERVIVENCIA"	400	Fundas	300	120000
Productos Naturales "LA SALUD"	350	Fundas	300	105000
Tienda Naturista "INTEGRAL"	800	Fundas	275	220000
Centro Natuista "LA OPTICA"	250	Fundas	300	75000
Centro Naturista "MCL"	150	Fundas	275	41250
Centro Naturista "WORLD MEDIK"	200	Fundas	300	60000
Tienda Naturista " LA SALUD"	300	Fundas	300	90000
Productos Naturales " EL PROPÓLEO"	1000	Fundas	300	300000
Centro Naturista "EL MANANTIAL"	600	Fundas	275	165000
Supermercado "EL OFERTON"	2000	Fundas y Cajas	275	550000
Centro de Despensa TIA	2500	Fundas y Cajas	275	687500
Supermaxi	4000	Fundas y Cajas	300	1200000
Supermercado AKI	3000	Fundas y Cajas	300	900000
Total				4898750

FUENTE: Encuestas Comercializadores
ELABORADO POR: El Autor

Cuadro N° 23
Oferta de Granola al Año 2008

Ventas Mensuales	Ventas Anuales
gramos	gramos
110000	1320000
200000	2400000
75000	900000
120000	1440000
105000	1260000
220000	2640000
75000	900000
41250	495000
60000	720000
90000	1080000
300000	3600000
165000	1980000
550000	6600000
687500	8250000
1200000	14400000
900000	10800000
4898750	58785000

FUENTE: Encuestas Comercializadores
ELABORADO POR: El Autor

Cuadro N° 24
Oferta Actual en Unidades Granola año 2008

Ventas de Granola al Año	58785000 gramos
Fundas de 500 gramos	58785000 / 500
	<hr/> 117570 unidades

FUENTE: Encuestas Comercializadores
ELABORADO POR: El Autor

3.7.2. Proyección de la Oferta

Fórmula

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

Simbología

Op = Oferta Proyectada

OA = Oferta actual

1 = Valor constante

i = Tasa de crecimiento

n = Tiempo

Cuadro N° 25
Proyección de la Oferta en Cantidad de Producto
con el Incremento del 5%

Año	Cantidad Fundas 500gr
2009	123449
2010	129621
2011	136102
2012	142907
2013	150052

FUENTE: Estudio de Mercado
ELABORADO POR: El Autor

Cálculo

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

$$Op = 117570 \text{ fundas } (1 + 0.05)^1$$

$$Op = 123349 \text{ fundas } 500\text{gr. para el año } 2009$$

3.8. Determinación de la Demanda Insatisfecha Proyectada

Cuadro N° 26
Demanda Insatisfecha de Producto Proyectada

Años	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2009	123449	474596	-351147
2010	129621	488834	-359213
2011	136102	503499	-367397
2012	142907	518604	-375697
2013	150052	534162	-384110

FUENTE: Estudio de Mercado
ELABORADO POR: El Autor

3.8.1. Cantidad Proyectada del Proyecto

Una vez establecida la demanda insatisfecha de producto, se determina que la microempresa estará en la capacidad de producir y cubrir aproximadamente un 20% de la misma en cada año, tal como se demuestra en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 27
Cantidad Proyectada del Proyecto

Años	Demanda Insatisfecha	Producción Microempresa “Nutrívida”
2009	-351147	70229 unidades
2010	-359213	71843 unidades
2011	-367397	73479 unidades
2012	-375697	75139 unidades
2013	-384110	76822 unidades

FUENTE: Estudio de Mercado
ELABORADO POR: El Autor

3.9. Determinación del Precio del Producto

Una vez realizado el estudio respectivo para determinar el precio de la funda de 500gr. de cereal granola en el año 2008, es de un promedio de \$2.50; ya que el 87% de personas estarían dispuestas a pagar por una funda de granola de 500gr. el valor comprendido entre \$2 y \$3.

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

Para los próximos años se hará un incremento de acuerdo a la tasa de inflación anual en nuestro país que para el año 2008 es del 8,83%:

Cuadro N° 28
Proyección Precio del Producto

Años	Precio Actual	Inflación Anual	Incremento del Precio
2009	2,50	8.83%	
2010	2,72	8.83%	0,22
2011	2,96	8.83%	0,24
2012	3,22	8.83%	0,26
2013	3,50	8.83%	0,28

FUENTE: Estudio de Mercado
ELABORADO POR: El Autor

3.10. Comercialización de la Granola

3.10.1. Comercialización

La microempresa a considerado que el sistema que va ha utilizar para hacer llegar el producto al consumidor, es sin intermediarios, lo que permitirá tener un precio final más bajo, debido a que su segmento de mercado está integrado por todas las familias de Ibarra que se encuentren fuera del índice de pobreza de consumo.

Comercialización del Producto “GRANOVIT”

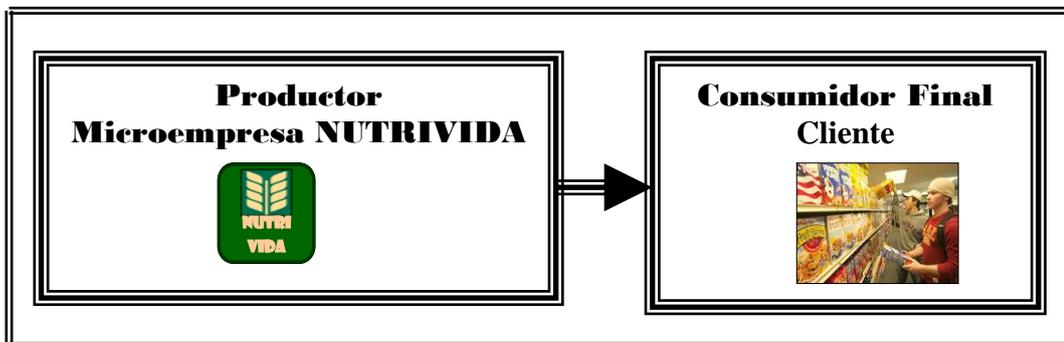


Ilustración N° 1 Comercialización del Producto
ELABORADO POR: El Autor

El objeto de este canal de distribución es colocar el producto a disposición del cliente en el lugar adecuado y en el momento oportuno. Se piensa que para los próximos años se pueda utilizar otros canales de comercialización con el único fin de posicionarle potentemente al producto en el mercado.

3.10.2. Presentación y Calidad del Producto

Todos los cereales tienen una presentación similar por no decirlo igual, se lo hace en fundas que por lo general son transparentes o también se lo hace en cajas.

“GRANOVIT” tendrá una presentación en fundas de polietileno A45 transparente de 500 gramos y en la parte superior se colocará una etiqueta en la cual se indicará el nombre del producto, el nombre de la microempresa, sus componentes, sus beneficios, la fecha de elaboración y vencimiento, su peso, su registro sanitario e información nutricional. Como se muestra en la siguiente presentación:

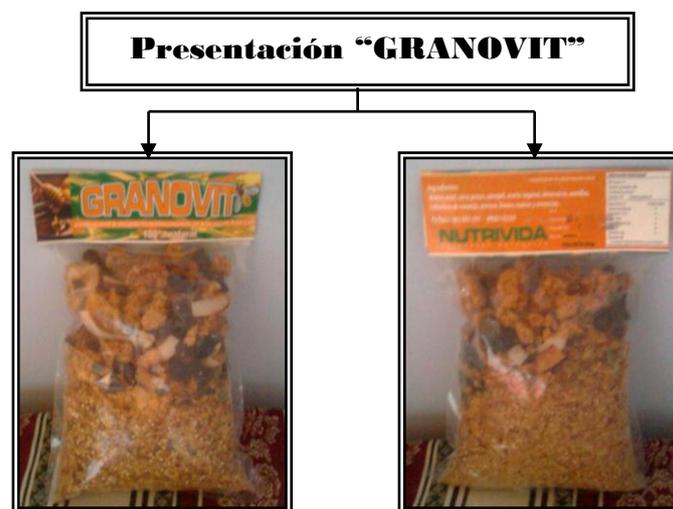


Ilustración N° 2 Presentación del Producto
ELABORADO POR: El Autor

La calidad es un factor muy importante, por tal razón se brindará al ciudadano Ibarreño en este caso un producto totalmente seleccionado por manos expertas y que conocen del tema, a bajo costo y de esta manera lograr una mayor rentabilidad como también un mejor posicionamiento en el mercado de la localidad. Este proyecto tiene como objetivo principal distribuir en fundas de 500 gramos y luego de posicionarse en el mercado se pretende también distribuir en fundas y cajas de diferentes tamaños.

3.10.2.1. Logotipo de la Microempresa y del Producto Propuesto

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

Microempresa “NUTRIVIDA”



Ilustración N° 3 Logotipo de la Microempresa
ELABORADO POR: El Autor

Etiqueta Granola “GRANOVIT”



Ilustración N° 4 Etiqueta del Producto
ELABORADO POR: El Autor

Parte Posterior



ELABORADO POR: El Autor

Parte Anterior



ELABORADO POR: El Autor

3.10.2.1.1. Diseños que Intervienen en el logotipo de la empresa y en la etiqueta del producto

Cuadro N° 29
Microempresa “NUTRIVIDA”

Diseño	Significado
	Recuadro Verde.- Un recuadro de fondo color verde representando la naturaleza.
	Espiguilla.- Representando a una espiguilla de la materia prima principal que es la AVENA. NUTRI = Proviene de la palabra NUTRICIÓN. Tipo de letra = Showcard Gothic Tamaño de letra = 28 pts VIDA = Significa mantenerse en buen estado de salud. Tipo de letra = Showcard Gothic Tamaño de letra = 28 pts

ELABORADO POR: El Autor

NUTRI
VIDA

Cuadro N° 30
Producto Granola “GRANOVIT”

Parte Anterior de la Etiqueta

Diseño

Significado



Miel.- Este gráfico representa la miel y el sabor muy agradable y delicioso del cereal completamente hecho con materia prima natural.



GRANO = Proviene de la palabra NUTRICIÓN.

Tipo de letra = WordArt. Bauhaus

Tamaño de letra = 72 pts

VIT = Proviene de la palabra VITAMINAS.

Tipo de letra = WordArt. Bauhaus

Tamaño de letra = 72 pts



Abeja.- Palabra que especifica que este producto contiene ingredientes 100% naturales.

granola un cereal de alto contenido nutritivo,

consúmalo con leche, yogurth, frutas o solo

Palabras “Granola un cereal de Alto Contenido Natural”.- Recomendada, como una fuente ideal de fibras y vitaminas, para personas de cualquier edad y condición física, que lo pueden consumir con leche, yogurth, frutas o solo.

Tipo de letra = Arial Unicote MS

Tamaño de letra = 16 pts

100% natural

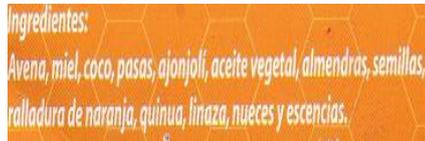
100% Natural.- Se especifica que este producto es netamente elaborado con ingredientes completamente naturales.

Tipo de letra = Britannic Bold

Tamaño de letra = 20 pts

Parte Posterior de la Etiqueta

Diseño



Significado

Se especifica cada uno de los ingredientes que contiene este cereal que entre los más importantes se tiene: Avena, miel, coco, pasas, ajonjolí, aceite vegetal, almendras, semillas, ralladura de naranja, quinua, linaza, nueces y escencias.

Tipo de letra = Berlin Sans

Tamaño de letra = 16 pts

NUTRI = Proviene de la palabra NUTRICIÓN.

Tipo de letra = Verdana

Tamaño de letra = 28 pts

VIDA = Significa mantenerse en buen estado de salud.

Tipo de letra = Verdana

Tamaño de letra = 28 pts



Alimentos Naturales.- Significa que este cereal es un alimento 100% natural.



Esta parte indica el número de lote, la fecha de elaboración del producto, la fecha de vencimiento y el registro sanitario.

Tipo de letra = Arial Narrow

Tamaño de letra = 10 pts



Se establece la unidad de peso del producto en esta caso son 500gr. de cereal GRANOVIT.

Tipo de letra = Impact

Tamaño de letra = 14 pts

Información Nutricional	
#Porciones: 10	
Tamaño de porción: 40g	
Cantidad por porción:	
Calorías: 150	Calorías grasas: 45
	% Valor diario
Grasa total: 5g	8
Grasa Saturada: 0g	0
Coolesterol: 0mg	0
Sodio: 7mg	0
Carbohidratos: 23g	8
Fibra: 1g	4
Azúcares: 14g	
Proteínas: 2g	

Se especifica toda la Información Nutricional que contiene este cereal natural.

Tipo de letra = Bell MT

Tamaño de letra = 10 pts

ELABORADO POR: El Autor

3.11. Promoción y Publicidad



3.11.1. Promover el consumo de los cereales integrales (granola), destacando su importancia y valores nutricionales especialmente de la granola, esto se lo puede hacer a través de presentaciones en radio, TV, y portadas en la prensa local.

3.11.2. Dentro de la presentación del producto se incluirá un tipo de receta para que el consumidor conozca la variedad de presentaciones que se la puede deleitar la granola, y por ende sería otra forma de promoción.

3.11.3. En cada una de las presentaciones se les promocionará con algún tipo de juguetes o stiker's que sean atractivos a la mirada de los consumidores en este caso para los niños.

3.11.4. Se proveerá de una página Web para mayor publicidad e información acerca de este cereal en la red del Internet.

3.11.5. Participación en las ferias artesanales y gastronómicas que se realicen en nuestra ciudad con el fin de dar a conocer el producto y establecer un sistema de degustación de la granola.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del Proyecto

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

4.1.1. Mercado

La demanda de la granola en la ciudad de Ibarra presenta un camino viable para la creación de la nueva unidad productiva, el mercado es altamente atractivo ya que de acuerdo a la información obtenida en la investigación de campo se determinó que el 93,98% de la población Ibarreña están dispuestos a adquirir este cereal, situación que muestra claramente que el producto que desea ofertar la nueva unidad productora es aceptado por los futuros compradores.

4.1.2. Disponibilidad de Recursos Financieros

La disponibilidad de recursos financieros se encuentra en parámetros aceptables, puesto que la inversión total se cubrirá con recursos propios y un préstamo bancario.

Se considerará la alternativa más conveniente para el proyecto, analizando primordialmente las tasas de interés, los plazos y la oportunidad en la entrega.

4.1.3. Disponibilidad de Mano de Obra

En lo que se refiere a la mano de obra, éste estudio determina que para el desarrollo efectivo de la nueva unidad productiva se requiere de personal

especializado, que tenga conocimientos sobre cereales, administración y conocimientos contables-financieros.

4.1.4. Disponibilidad de Materia Prima

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

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

Los proveedores más importantes serán los siguientes:

- a) Comercial Ibarra
- b) Comercial Pasquel
- c) Otros

4.1.5. Definición de la Capacidad de Producción

De acuerdo a la investigación de campo que se realizó en la ciudad de Ibarra, se establece que la capacidad de producción que podrá tener la microempresa “NUTRIVIDA” será de 70229 unidades de 500 gramos en el año de inicio de operación, aproximadamente 5852 unidades producirá mensualmente, 1463 unidades a la semana y diariamente tendrá la capacidad de producir 195 fundas de 500 gramos.

4.2. Localización del Proyecto

Para determinar la localización del proyecto, se realizó un análisis de macro y micro localización a través de métodos cuantitativos y cualitativos; con el fin de escoger la opción más conveniente que contribuya a una mayor rentabilidad sobre el capital a invertir y una minimización de los costos de producción.

4.2.1. Macro Localización

Para la elaboración de este cereal integral granola se debe considerar el lugar donde se va a desarrollar este proyecto productivo; tomando en cuenta todos los medios necesarios que permitan un adecuado funcionamiento de la planta productora.

4.2.1.1. Mapa de Macro Localización

Mapa del Cantón Ibarra



Ilustración N° 5 Mapa Cantón Ibarra
FUENTE: Municipio de Ibarra

Dentro del análisis de macro-localización de la microempresa se ha considerado ubicarla en el Cantón Ibarra, específicamente en la ciudad de Ibarra, que presenta condiciones favorables para iniciar esta actividad productiva, con sus límites al norte la Provincia del Carchi, al sur la Provincia de Pichincha, al este el Cantón Pimampiro y al oeste los Cantones Otavalo, Antonio Ante, San Miguel de Urcuquí.

Se considera a esta ciudad con el fin de reactivar su producción económica y con el propósito de convertirla en una ciudad productiva de este tipo de cereales integrales como la granola, permitiendo mantener el conocimiento cultural y de habilidades innatas en su gente que se dedica a la elaboración y producción de cereales integrales.

4.2.2. Micro Localización

Para la realización de este proyecto se ha considerado ubicar la planta productora en un terreno disponible propiedad de la Sra. Rosa Yépez ubicada en la Urbanización Ajaví Grande, en la calle Víctor Manuel Guzmán, para establecer lo antes mencionado se ha tomando en cuenta lo siguiente:

4.2.2.1. Costos y Medios de Transporte

El transporte que existe en la zona es variado y es mucho más económico transportar la materia prima ya que se encuentra en una parte central de la ciudad de Ibarra.

4.2.2.2. Costos y Disponibilidad de Mano de Obra

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

4.2.2.3. Cercanía de las fuentes de abastecimiento de Materias Primas

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

4.2.2.4. Infraestructura

La Infraestructura es nueva, se cuenta con los servicios básicos necesarios para empezar con el proceso de elaboración de la granola.

4.2.2.5. Cercanía al Mercado

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

4.2.2.6. Ambiente

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

4.2.2.7. Planos de la Micro Localización

Terreno ubicado en el Cantón Ibarra, Parroquia El Sagrario, Barrio-Urbanización Ajaví Grande en la calle Av. Víctor Manuel Guzmán, Número de manzana 2-48, lote N° 2, superficie 182,40 m², Frente 16 m.; como se puede observar en el siguiente gráfico.

Ubicación Geográfica de la Microempresa (Planos)

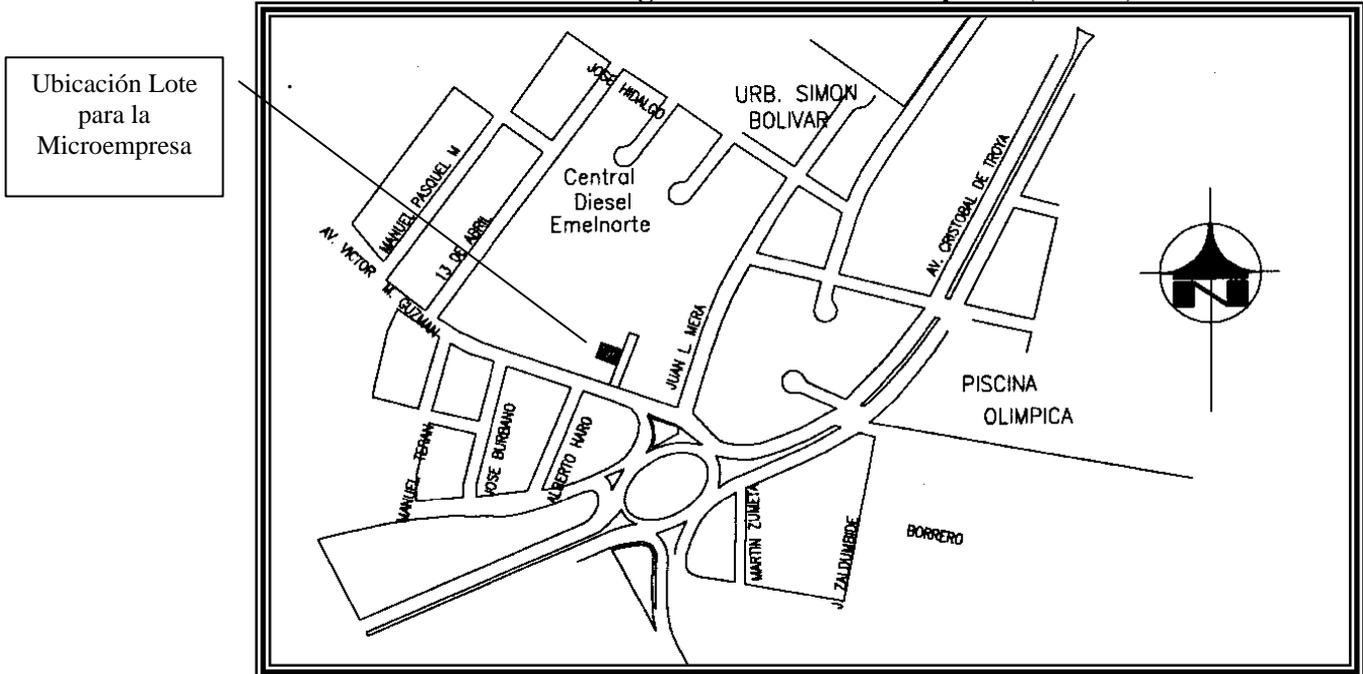
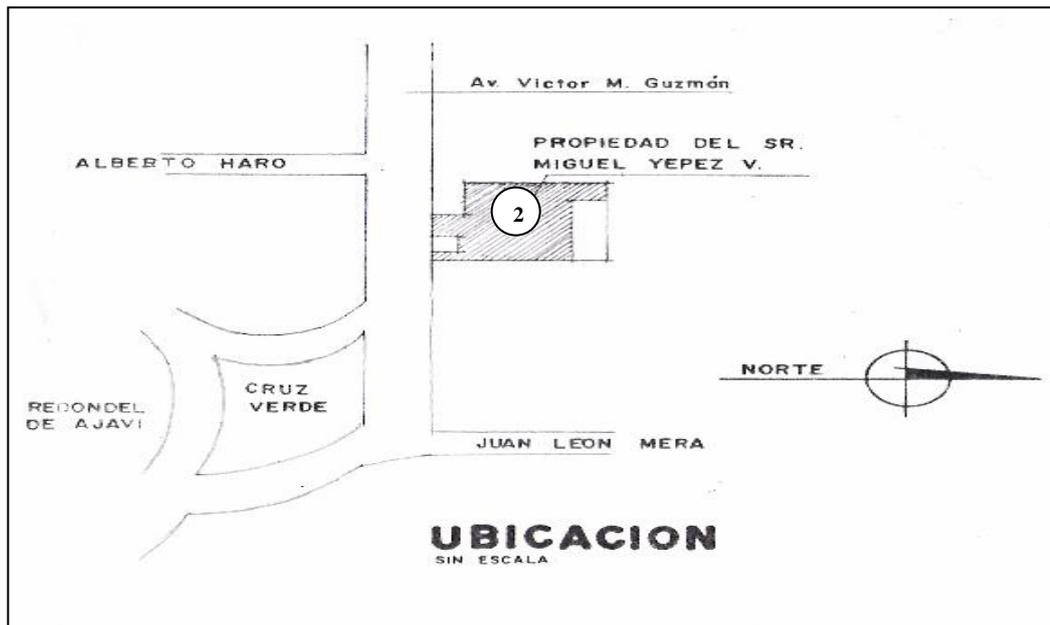


Ilustración N° 6 Plano de Ubicación Geográfica Microempresa
FUENTE: Municipio de Ibarra



FUENTE: Municipio de Ibarra

Ubicación del lote donde se Construirá la Microempresa

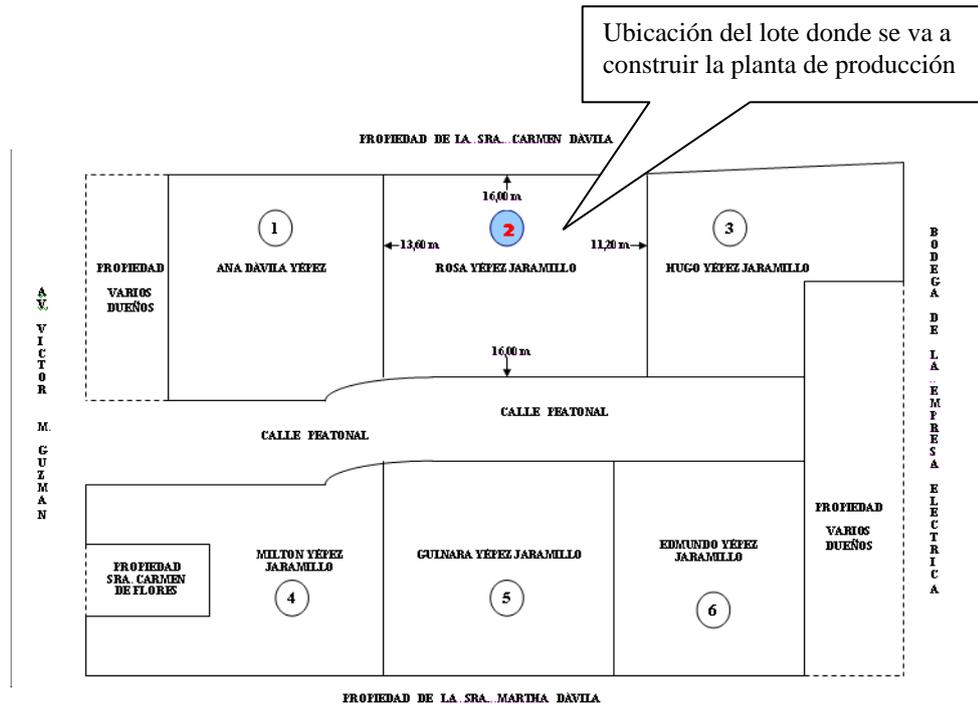


Ilustración N° 7 Ubicación del Lote Construcción Microempresa
FUENTE: Municipio de Ibarra

Linderos

Los linderos actuales según la escrituras de propiedad del inmueble son los siguientes:

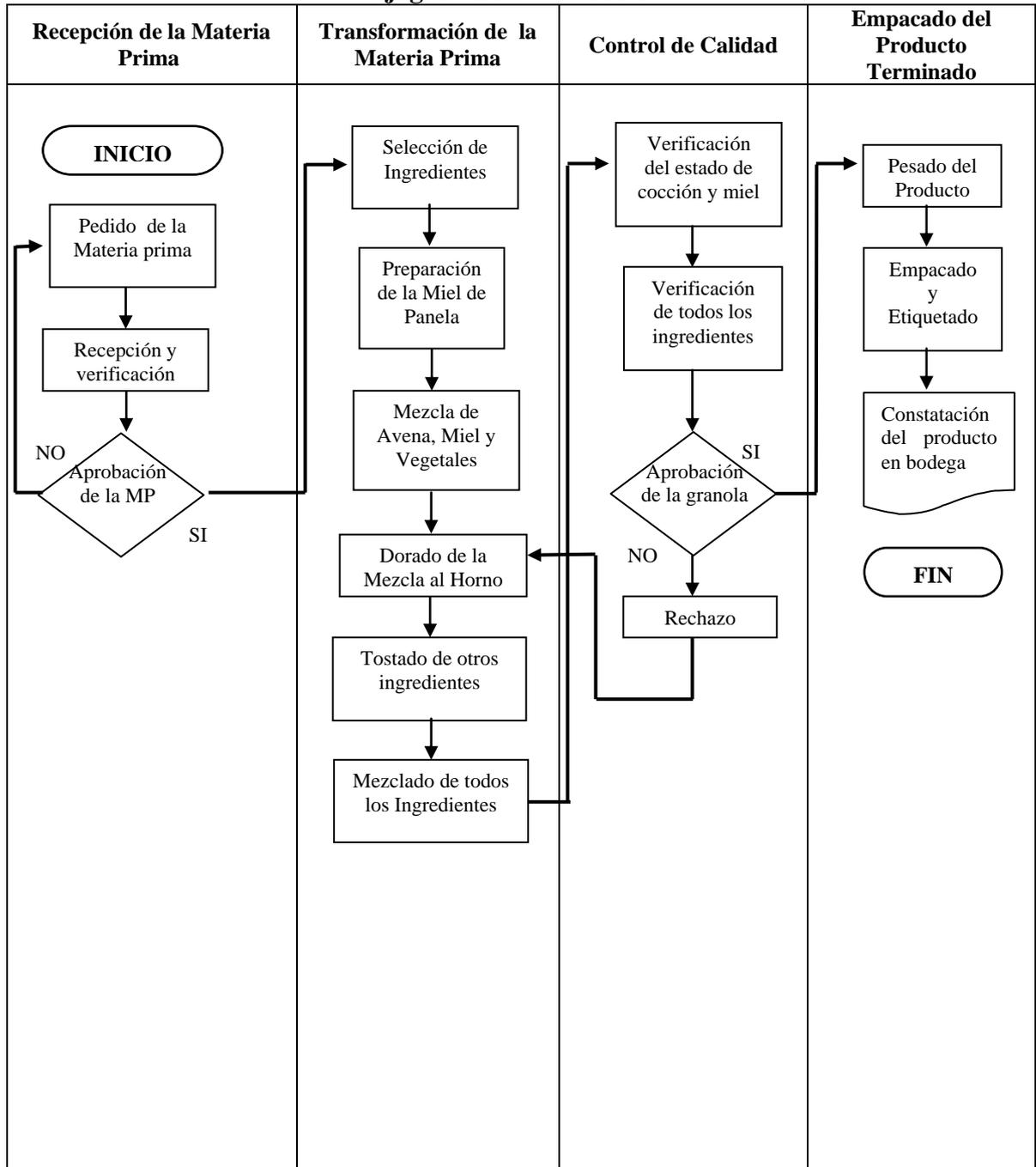
- Por el NORTE, con el lote N° 3 de propiedad del señor Hugo Yépez Jaramillo, con 11,20 metros;
- Por el SUR, con el lote N° 1 de propiedad de Ana Dávila Yépez, con 13,60 metros;
- Por el ORIENTE, con pasaje de ingreso, con 16 metros; y,
- Por el OCCIDENTE, con la propiedad de los herederos del señor Milton Vaca, con 16 metros.

4.3. Ingeniería del Proyecto

4.3.1. Procesos

4.3.1.1. Flujograma del Área de Producción de la Granola

Cuadro N° 31
Flujograma de Producción



ELABORADO POR: El Autor

4.3.1.2. Proceso de Elaboración del Producto “GRANOVIT”



Ilustración N° 8 Proceso de Producción
ELABORADO POR: El Autor

a) Selección de Ingredientes

Este es el primer proceso para elaborar la granola, el mismo que consiste en seleccionar minuciosamente cada uno de los ingredientes a utilizar.

b) Preparación de la Miel de Panela

Este proceso consiste en derretir la panela en un recipiente (tinajas, ollas) añadir esencias al gusto, en un punto medio de la panela sacar, dejar enfriar hasta que la miel de panela esté tibia agregar la avena.

c) Mezcla de Avena, Miel y Vegetales

Una vez agregada la avena (hojuela granel) en el recipiente de la miel, se procede a mezclar hasta formar una masa compacta, y continuamente agregar el aceite vegetal.

d) Dorado de la Mezcla al Horno

Este proceso consiste en preparar las latas del horno con la mezcla y poner al horno precalentado en un estado medio, revolver constantemente la masa durante unos 30 minutos hasta que se dore y obtenga un estado crujiente, evitando que se quemé, sacar y dejar enfriar.

e) Tostado de otros Ingredientes

Este proceso radica en tostar aparte en una paila, la quinua, linaza, pepas de zambo, almendras nueces y el ajonjolí, hasta que estos ingredientes tomen un estado de crujientes.

f) Mezcla de todos los Ingredientes

En este proceso se mezcla la masa crujiente de la avena y todos los ingredientes ya tostados anteriormente, agregamos coco, frutas secas y otros ingredientes naturales de acuerdo al gusto del cliente.

g) Pasado, Empacado y Etiquetado

Finalmente se procede al pesado del producto “Granovit”, el mismo que pesará 500 gramos, a continuación se sella la funda del producto y se pone la etiqueta en la parte superior de la funda.

4.3.2. Tecnología

“NUTRIVIDA” con el único objetivo de ofrecer un producto único y de calidad, va a emplear equipos y maquinaria de última tecnología que ofrecen los diferentes proveedores. A continuación se presenta algunas ilustraciones de la maquinaria y equipo a utilizar, que serán de fundamental importancia en la elaboración de la granola que va a llevar el nombre único e inconfundible “GRANOVIT”.

4.3.3. Maquinaria y Equipo



Ilustración N° 9 Hornos Industriales
FUENTE: Investigación de Campo



Ilustración N° 10 Cocinas Industriales
FUENTE: Investigación de Campo

Mezcladoras Industriales



Ilustración N° 11 Mezcladoras Industriales
FUENTE: investigación de Campo

Selladoras



Ilustración N° 12 Selladoras
FUENTE: Investigación de Campo

Equipos Varios



Ilustración N° 13 Equipos Varios
FUENTE: Investigación de Campo

4.3.4. Obras Civiles

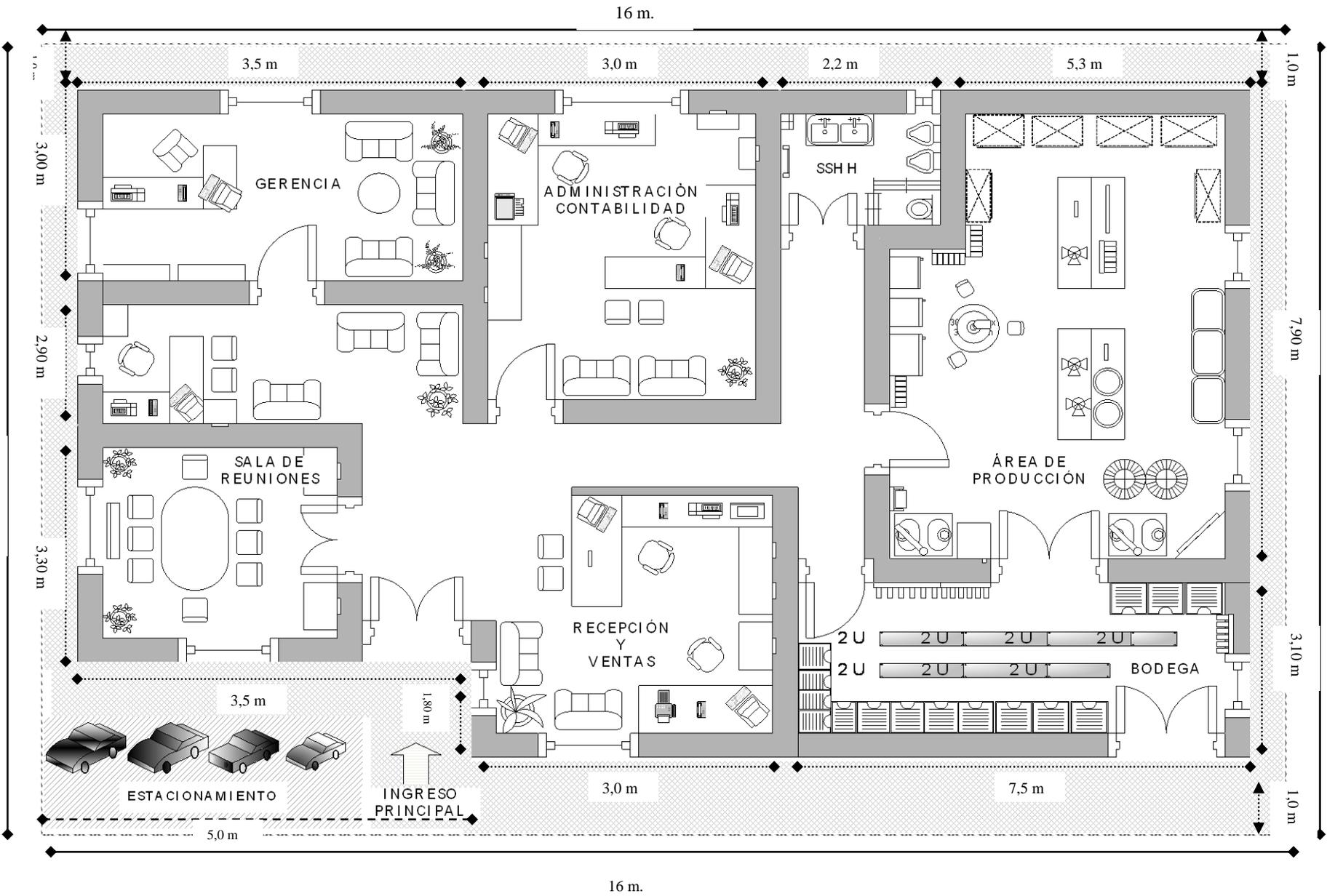
4.3.4.1. Diseño de Instalaciones y de la Planta

El diseño de la planta productora va acorde con los procesos para la elaboración y comercialización de la granola, determinando un espacio para el área de producción y almacenaje de materias primas y bodega para los productos elaborados y semielaborados.

Para la instalación de la planta y áreas de almacenamiento, administración y ventas, se tomará en cuenta aspectos como:

- a) El área de producción y almacenaje debe estar bien iluminado y con suficiente ventilación con el fin de que los obreros tengan suficiente luz para poder realizar a plenitud la producción de la granola.
- b) Las oficinas de los directivos se colocarán donde pueden mantener una amplia supervisión de sus departamentos, tenga acceso al cliente y pueda desempeñar un trabajo satisfactorio.
- c) Una planta y oficinas de apariencia ordenada y atractiva inducen respeto y comodidad a los visitantes y motiva la eficiencia de los empleados.

Ilustración N° 14
Plano de Instalaciones y Diseño de la Planta



ELABORADO POR: Arq. Milton Yépez R.

75

13 m.

16 m.

4.4. Presupuesto Técnico

4.4.1. Inversiones Fijas

4.4.1.1. Terreno

Para el proyecto se cuenta con un área de terreno propio, que son aproximadamente 182,40 m², el mismo que está avaluado en 15.000 dólares.

4.4.1.2. Infraestructura Física

Los costos se determinaron de acuerdo a la información entregada por empresas proveedoras y constructoras de los equipos requeridos para la producción de granola, entre ella está: Ferrindustrial, Cementos Lafarge, Bloquera Ruales, Pica, Metálicas Vaca, Provesum, World Computers, Hard Technology, varios proveedores, entre otros.

4.4.1.2.1. Construcción de las Instalaciones y de la Planta

Según proyección estimada del Arq. Milton Yépez Rivera para la construcción de las instalaciones de la microempresa tendrá un costo total de \$ 30.000, se calcula que aproximadamente el metro cuadrado de construcción esta valorado en \$ 168,54, y se estima que la construcción de las instalaciones y planta serán de 178 m²

Cuadro N° 32
Edificio

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Cimientos (columnas, pisos)	1	8000,00	8000,00
Paredes (columnas, paredes)	1	4000,00	4000,00
Cubierta y Acabados (techo,	1	10000,00	10000,00

ventanas, puertas, baños, otros)			
Instalaciones Interiores (eléctricas, agua, diseño interior, otros)	1	6000,00	6000,00
Instalaciones Exteriores (eléctricas, parqueadero, jardín, otros)	1	2000,00	2000,00
Total ⁴			30000,00

FUENTE: Arq. Milton Yépez R.
ELABORADO POR: El Autor

4.4.1.3. Maquinaria y Equipos de Producción

La Maquinaria y Equipos necesarios para la producción serán de fabricación nacional, debido a que se las puede adquirir a costos menores que las fabricadas en el extranjero.

Cuadro N° 33
Maquinarias y Equipos de Producción

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Hornos Industriales	4	1300,00	5200,00
Cocinas Industriales	4	200,00	800,00
Selladoras	2	600,00	1200,00
Mezcladoras	2	800,00	1600,00
Gas Industrial	7	50,00	350,00
Pailas	10	30,00	300,00
Ollas	10	22,00	220,00
Cucharones Grandes	15	6,00	90,00
Tinas de Plástico	15	6,00	90,00
Herramientas Manuales	10	10,00	100,00
Otros	5	30,00	150,00
Total			10100,00

FUENTE: Varios Proveedores
ELABORADO POR: El Autor

4.4.1.4. Muebles y Equipos de Oficina

Para iniciar el funcionamiento de la Microempresa, se requiere de un equipo básico de oficina, a medida que la organización crezca los requerimientos de Equipo de Oficina aumentarán.

Cuadro N° 34
Muebles y Equipos de Oficina

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorios de Oficina	5	90,00	450,00
Mesas para la elaboración del cereal	5	40,00	200,00
Muebles de Oficina de espera	4	150,00	600,00
Sillas de Oficina	12	25,00	300,00
Sillones de Oficina Gerencia	1	200,00	200,00
Mesa de reuniones	1	40,00	40,00
Perchas	8	100,00	800,00
Archivadores con divisiones	8	40,00	320,00
Teléfonos, fax	6	25,00	150,00
Total			3060,00

FUENTE: Varios Proveedores
ELABORADO POR: El Autor

4.4.1.5. Equipos de Cómputo

Los equipos de cómputo necesarios para la puesta en marcha de la Administración de la Microempresa son los básicos a utilizarse y se los detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 35
Equipos de Cómputo

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Equipos de Computación	5	660,00	3300,00
Impresoras Normales	5	40,00	200,00
Impresoras Multifunción	2	100,00	200,00
Otros Equipos	2	30,00	60,00
Total			3760,00

FUENTE: Varios Proveedores
ELABORADO POR: El Autor

4.4.1.6. Resumen de la Inversión Fija

En el siguiente cuadro se representa la Inversión Fija de la microempresa:

Cuadro N° 36
Inversión Fija

Detalle	Valor Total
Terreno	15000,00
Construcción de Instalaciones y Planta	30000,00
Maquinaria y Equipos de Producción	10100,00
Muebles y Equipos de Oficina	3060,00
Equipos de Computo	3760,00
Total Inversión Fija	61920,00

FUENTE: Cuadro N° 32, 33, 34, 35
ELABORADO POR: El Autor

4.4.2. Inversiones Diferidas

Cuadro N° 37
Gastos de Constitución

Detalle	Cantidad	Valor Total
Estudios y Diseños	1	500,00
Trámites de Constitución	1	1000,00
Gastos de Instalación	1	500,00
Total		2000,00

FUENTE: Varios Proveedores
ELABORADO POR: El Autor

4.4.3. Capital de Trabajo

El siguiente cuadro representa la inversión Variables del Proyecto en el primer año de funcionamiento ascendiendo a un valor total de 132065,32 USD.

Para el Capital de Trabajo se tomó en cuenta lo requerido para la operación de un mes.

Cuadro N° 38
Capital de Trabajo

Detalle	Valor en un Mes	Valor en un Año
Costos de Producción	8383,30	100599,57
Gastos Administrativos	2278,16	27337,90
Gastos de Ventas	343,99	4127,84
Total Capital de Operación	11005,44	132.065,32

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor

4.4.4. Inversión Total del Proyecto

La Inversión Total que se necesita para la producción y comercialización de granola es la siguiente:

Cuadro N° 39
Total Inversión

Detalle	Valor Total	Porcentaje
Inversión Fija	61920,00	82,64 %
Inversión Diferida	2000,00	2,67 %
Inversión Capital de Trabajo	11005,44	14,69 %
Total Inversión Proyecto	74925,44	100%

FUENTE: Estudio Técnico-Financiero
ELABORADO POR: El Autor

4.4.5. Financiamiento

La inversión total será financiada con recursos propios cuyo monto asciende a los \$ 20925,44, mientras que el saldo restante se lo obtendrá con recursos mediante un crédito a la CFN con el producto financiero CREDIPYME.

Cuadro N° 40
Financiamiento

Detalle	Monto	Porcentaje
Capital Propio	20925,44	27,93 %
Crédito	54000,00	72,07 %
Total	74925,44	100%

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor

4.4.6. Talento Humano

El talento humano indispensable para la puesta en marcha de la nueva unidad productiva será la que se detalla en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 41
Talento Humano**

Personal	Salario Básico Unificado 2009
Área Administrativa	
1 Gerente	400,00
1 Contador General	300,00
1 Asistente Contable	230,00
2 Secretarias	220,00
1 Bodeguero	218,00
Área de Producción	
1 Jefe de Producción	300,00
6 Obreros de Producción	230,00
Área de Ventas	
1 Vendedor	218,00

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor

CAPITULO V

5. EVALUACION ECONOMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO

5.1. Determinación de Ingresos Proyectados

La proyección de los ingresos, se obtiene multiplicando la cantidad por el precio, los mismos que fueron determinados en el estudio de mercado.

Cuadro N° 42
Ingresos por Venta Proyectados

Detalle	2009	2010	2011	2012	2013
Cantidad Proyectada	70229	71843	73439	75139	76822
Precio del Producto	2,50	2,72	2,96	3,22	3,50
Total	175572,50	195412,96	217379,44	241947,58	268877,00

FUENTE: Estudio de Mercado
ELABORADO POR: El Autor

Para la proyección del precio se consideró la tasa de inflación del año 2008 (8,83%).

5.2. Determinación de Egresos

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

<p>NOTA: Todos los cálculos para la proyección de los precios se realizó con el 8,83% según la inflación del año 2008.</p>

5.2.1. Costos de Producción

5.2.1.1. Materia Prima

Para la elaboración de 1 funda de 500gr. de granola se necesita 350gr. de avena, en el siguiente cuadro se demuestra el valor de la Materia Prima requerida para la producción en cada año, cabe señalar que para los próximos años la materia prima estará en función de la cantidad de producción proyectada.

Saco de Avena Hojuela Granel de 80 libras = \$ 24,00

1 libra = 453,592 gramos

Para 1 funda de 500gr. necesito 350gr. de avena

1 funda de 500gr \times 350gr. de avena $X = 24'580.150\text{gr.}$

70229 fundas 500gr. X

En libras = $\frac{24'580.150\text{gr.}}{453,592\text{gr.}} = 54189,99$ libras

En sacos = $\frac{54189,99 \text{ libras}}{80 \text{ libras}} = 677,37 \approx 677$ Sacos de Avena de 80 lbs.

Cuadro N° 43
Proyección de la Materia Prima Directa (Avena)

Detalle	2009	2010	2011	2012	2013
Saco de Avena Hojuela Granel 80 libras	677	693	708	724	741
Precio Saco	23,50	25,58	27,84	30,30	32,98
Total	15909,50	17726,94	19710,72	21937,20	24438,18

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor

5.2.1.2. Mano de Obra Directa

Cuadro N° 44
Proyección del Salario Básico Unificado

Detalle	2009	2010	2011	2012	2013
1 Jefe de Producción	300,00	326,49	355,32	386,69	420,84
6 Obreros	230,00	250,31	272,41	296,47	322,64
Total Mensual	530,00	576,80	627,73	683,16	743,48
Total Anual	6360,00	6921,60	7532,76	8197,92	8921,76
Total Salario Básico Unif.	20160,00	21940,13	23877,44	25985,82	28280,37

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor

Cuadro N° 45
Proyección del Costo Total de la Mano de Obra Directa

Detalle	2009	2010	2011	2012	2013
Salario Básico Unificado	20160,00	21940,13	23877,44	25985,82	28280,37
Aporte Patronal 12,15%	2449,44	2665,73	2901,11	3157,28	3436,06
Fondos de Reserva	1680,00	1828,34	1989,79	2165,48	2356,70
13° Sueldo	1680,00	1828,34	1989,79	2165,48	2356,70
14° Sueldo	1526,00	1526,00	1526,00	1526,00	1526,00
Total Costo Mano de Obra	27495,44	29788,54	32284,12	35000,07	37955,83

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor

5.2.1.3. Costos Indirectos de Fabricación

5.2.1.3.1. Materia Prima Indirecta

Cuadro N° 46
Materia Prima Indirecta

Detalle	2009	2010	2011	2012	2013
Panela					
Cantidad (sacos 60 unidades)	677	693	708	724	741
Precio	9,50	10,34	11,25	12,24	13,32
Subtotal	6431,50	7165,62	7965,00	8861,76	9870,12
Almendras					
Cantidad (libras)	3385,00	3462,79	3539,72	3621,66	3702,78
Precio	2,40	2,61	2,84	3,09	3,36
Subtotal	8124,00	9038,43	10053,60	11191,98	12442,08
Nuez					
Cantidad (libras)	5416,00	5540,47	5663,55	5794,65	5924,45
Precio	2,20	2,39	2,60	2,83	3,08
Subtotal	11915,2	13240,6	14726,4	16399,85	18245,92
Pepa de Zambo					
Cantidad (libras)	4062	4155	4248	4346	4443
Precio	1,52	1,65	1,80	1,96	2,13
Subtotal	6174,24	6855,75	7646,40	8518,16	9463,59
Ajonjolí					
Cantidad (libras)	1931	1975	2019	2066	2112
Precio	1,29	1,40	1,52	1,65	1,80
Subtotal	2490,99	2765,00	3068,88	3408,90	3801,60
Cocos					
Cantidad (unidades)	2809	2874	2937	3005	3073
Precio	0,60	0,65	0,71	0,77	0,84
Subtotal	1685,40	1868,10	2085,27	2313,85	2581,32
Pasas					
Cantidad (cajas 22 libras)	468	479	489	501	512
Precio	13,50	14,69	15,99	17,40	18,94
Subtotal	6318,00	7036,51	7819,11	8717,40	9697,28
Aceite Aerosol					

Cantidad (cajas 15 unidades)	451	461	472	483	493
Precio	16,50	17,96	19,55	21,28	23,16
Subtotal	7441,50	8279,56	9227,60	10278,24	11417,88
Fundas					
Cantidad (paquetes 100 unid.)	703	719	735	752	769
Precio	6,00	6,53	7,11	7,74	8,42
Subtotal	4218,00	4695,07	5225,85	5820,48	6474,98
Etiquetas					
Cantidad (paquetes 5000 unid.)	14,1	14,4	14,7	15,1	15,4
Precio	140,00	152,36	165,81	180,45	196,38
Subtotal	1974,00	2193,98	2437,41	2724,80	3024,25
Total Materia Prima Indirecta	56772,83	63138,62	70255,52	78235,42	87019,02

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor

Los cálculos se detallan en el Anexo N° 10

5.2.1.3.2. Otros Costos Indirectos de Fabricación

Cuadro N° 47
Otros Costos Indirectos de Fabricación

Detalle	2009	2010	2011	2012	2013
Agua Potable					
Cantidad (m ³)	95	97	99	102	104
Precio	0,37	0,40	0,44	0,48	0,52
Total Mensual	35,15	38,80	43,56	48,96	54,08
Total Anual	421,80	465,60	522,72	587,52	648,96

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor

Los cálculos se detallan en el Anexo N° 11

5.2.2. Gastos Administrativos

5.2.2.1. Sueldos al Personal Administrativo

Cuadro N° 48
Proyección del Salario Básico Unificado

Detalle	2009	2010	2011	2012	2013
1 Gerente General	400,00	435,32	473,76	515,59	561,12
1 Contador	300,00	326,49	355,32	386,69	420,84
1 Asistente Contable	230,00	250,31	272,41	296,47	322,64
2 Secretarias	220,00	239,43	260,57	283,58	308,62
1 Bodeguero	218,00	237,25	258,20	281,00	305,81
Total Mensual	1368,00	1488,79	1620,25	1763,32	1919,02
Total Anual	16416,00	17865,48	19443,00	21159,84	23028,24
Total Salario Básico Unif.	19056,00	20738,64	22569,87	24562,79	26731,68

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor

Cuadro N° 49
Proyección del Gasto Total del Personal Administrativo

Detalle	2009	2010	2011	2012	2013
Salario Básico Unificado	19056,00	20738,64	22569,87	24562,79	26731,68
Aporte Patronal 12,15%	2315,30	2519,75	2742,24	2984,38	3247,90
Fondos de Reserva	1588,00	1728,22	1880,82	2046,90	2227,64
13° Sueldo	1588,00	1728,22	1880,82	2046,90	2227,64
14° Sueldo	1308,00	1308,00	1308,00	1308,00	1308,00
Total Personal Administ.	25855,30	28022,83	30381,75	32948,96	35742,86

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor

5.2.2.2. Suministros y Materiales de Oficina

Cuadro N° 50
Suministros y Materiales de Oficina

Detalle	2009	2010	2011	2012	2013
Resma Papel Bon	60,00	65,30	71,06	77,34	84,17
Carpetas	20,00	21,77	23,69	25,78	28,06
Papel Fax	20,00	21,77	23,69	25,78	28,06
Agendas	20,00	21,77	23,69	25,78	28,06
Grapadora	20,00	21,77	23,69	25,78	28,06
Perforadora	15,00	16,32	17,77	19,33	21,04
CDS	35,00	38,09	41,45	45,11	49,10
Marcadores	20,00	21,77	23,69	25,78	28,06
Esferos, lápiz	15,00	16,32	17,77	19,33	21,04
Decoración	80,00	87,06	94,75	103,12	112,22
Otros	30,00	32,65	35,53	38,67	42,08
Total	335,00	364,58	396,77	431,81	469,94

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor

5.2.2.3. Gastos Generales de Administración

Cuadro N° 51
Gastos Generales de Administración

Detalle	2009	2010	2011	2012	2013
Luz Eléctrica	600,00	652,98	710,64	773,39	841,68
Agua Potable	177,60	193,28	210,35	228,92	249,14
Teléfono	350,00	380,91	414,54	451,14	490,98
Otros	20,00	21,77	23,69	25,78	28,06
Total	1147,60	1248,93	1359,21	1479,23	1609,85

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor

Los cálculos se detallan en el Anexo N° 13

5.2.3. Gasto de Ventas

5.2.3.1. Sueldo al Personal de Ventas

Cuadro N° 52
Proyección del Salario Básico Unificado

Detalle	2009	2010	2011	2012	2013
1 Vendedor	218,00	237,25	258,20	281,00	305,81
Total Mensual	218,00	237,25	258,20	281,00	305,81
Total Anual	2616,00	2847,00	3098,40	3372,00	3669,72
Total Salario Básico Unif	2616,00	2847,00	3098,40	3372,00	3669,72

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor

Cuadro N° 53
Proyección del Gasto Total del Personal de Ventas

Detalle	2009	2010	2011	2012	2013
Salario Básico Unificado	2616,00	2847,00	3098,40	3372,00	3669,72
Aporte Patronal 12,15%	317,84	345,91	376,45	409,69	445,87
Fondos de Reserva	218,00	237,25	258,20	281,00	305,81
13° Sueldo	218,00	237,25	258,20	281,00	305,81
14° Sueldo	218,00	218,00	218,00	218,00	218,00
Total Personal de Ventas	3587,84	3885,41	4209,25	4561,69	4945,21

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor

5.2.3.2. Gasto Publicidad

Cuadro N° 54
Gasto Publicidad

Detalle	2009	2010	2011	2012	2013
Publicidad Periódicos-Radio otros	150,00	163,25	177,66	193,35	210,42
Otros	30,00	32,65	35,53	38,67	42,08
Total	180,00	195,89	213,19	232,02	252,50

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor

Los cálculos se detallan en el Anexo N° 15

5.2.3.3. Movilización y Transporte

Cuadro N° 55
Movilización y Transporte

Detalle	2009	2010	2011	2012	2013
Transporte	360,00	391,79	426,38	464,03	505,01
Total	360,00	391,79	426,38	464,03	505,01

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor

Los cálculos se detallan en el Anexo N° 16

5.3. Tabla de Amortización del Préstamo

Préstamo	54000,00	dólares
Interés	11,25%	
Plazo	5	años

FUENTE: CFN
ELABORADO POR: El Autor

Cuadro N° 56
Tabla de Amortización del Préstamo

Años	Monto	Cuotas	Interés	Amortizado	Saldo
1	54000,00	10800,00	6075,00	4725,00	43200,00
2	43200,00	10800,00	4860,00	5940,00	32400,00
3	32400,00	10800,00	3645,00	7155,00	21600,00
4	21600,00	10800,00	2430,00	8370,00	10800,00
5	10800,00	10800,00	1215,00	9585,00	0,00

FUENTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor

5.4. Depreciación de Activos Fijos

Cuadro N° 57
Depreciación de Activos Fijos

DESCRIPCIÓN	2009	2010	2011	2012	2013
1.1.DEPRECIACIÓN EDIFICIO					
Edificio	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00
TOTAL	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQ.					
Hornos Industriales	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00
Cocinas Industriales	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Selladoras	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Mezcladoras	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
TOTAL	880,00	880,00	880,00	880,00	880,00
DEPREC. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN					
Equipo de Computación	1099,89	1099,89	1099,89	1099,89	1099,89
Impresoras Multifunción	66,66	66,66	66,66	66,66	66,66
Reinversión de Activos Fijos (Año 2011) Depreciación			699,93	699,93	699,93
TOTAL	1166,55	1166,55	1866,48	1866,48	1866,48
DEPREC. MUEBLES Y ENSERES					
Muebles de Oficina	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Sillones de Oficina Gerencia	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Perchas	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
TOTAL	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
TOTAL COSTO DEPRECIACIONES	3706,55	3706,55	4406,48	4406,48	4406,48

FUENTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor

Nota: Dentro del estudio contable se considera bienes depreciables aquellos que superan el valor de 100 USD, caso contrario son considerados bienes fungibles. El cálculo de la depreciación se detalla en el (VER ANEXO 17).

5.5. Resumen de los Egresos Proyectados

Cuadro N° 58
Resumen de los Egresos Proyectados

DETALLE	2009	2010	2011	2012	2013
Costos Directos de Fabricación	43404,94	47515,48	51994,84	56937,27	62394,01
Costos Indirectos de Fabricación	57194,63	63604,22	70778,24	78822,94	87667,98
Gasto Administrativo	27337,90	29636,34	32137,74	34860,00	37822,65
Gasto Ventas	4127,84	4473,08	4848,81	5257,71	5702,71
Gasto Financiero	6075,00	4860,00	3645,00	2430,00	1215,00
Gasto Depreciación	3706,55	3706,55	4406,48	4406,48	4406,48
TOTAL EGRESOS PROYECTADOS	141846,87	153795,68	167811,11	182714,39	199208,83

FUENTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor

5.6. Balance General

Cuadro N° 59
EMPRESA “NUTRIVIDA”
Estado de Situación Inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
Bancos	175572,50	Interés Préstamo	6075,00
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	175572,50	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	6075,00
ACTIVOS FIJOS		PASIVOS A LARGO PLAZO	
Terreno	15000,00	Documentos por Pagar (crédito)	54000,00
Edificio	30000,00	TOTAL ACTIVOS LARGO PLAZO	54000,00
Maquinaria y Equipo	10100,00	OTROS PASIVOS	
Equipo de Cómputo	3760,00		
Muebles y Enseres	2910,00	TOTAL OTROS PASIVOS	0,00
Otros Equipos	150,00		
(-) Depreciación Acumulada	3706,55	TOTAL PASIVOS	60075,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	58213,45	PATRIMONIO	
OTROS ACTIVOS		Capital Social	175710,95
ACTIVOS INTANGIBLES		TOTAL PATRIMONIO	175710,95
Gastos de Constitución	1000,00		
Gastos de Instalación	1000,00	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	235785,95
TOTAL OTROS ACTIVOS	2000,00		
TOTAL ACTIVOS	235785,95		

FUENTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor

5.7. Estado de Pérdidas y Ganancias

Cuadro N° 60
Estado de Pérdidas y Ganancias

DETALLE	2009	2010	2011	2012	2013
INGRESOS	175572,50	195412,96	217379,44	241947,58	268877,00
EGRESOS					
(-) COSTOS DIRECTOS DE OPERACIÓN					
Materia Prima Directa	15909,50	17726,94	19710,72	21937,20	24438,18
Mano de Obra Directa	27495,44	29788,54	32284,12	35000,07	37955,83
Costos Indirectos de Fabricación	57194,63	63604,22	70778,24	78822,94	87667,98
SUBTOTAL	100599,57	111119,71	122773,08	135760,20	150061,99
(=) UTILIDAD BRUTA	74972,93	84293,25	94606,36	106187,38	118815,01
(-) OTROS GASTOS					
Gasto Administrativo	27337,90	29636,34	32137,74	34860,00	37822,65
Gasto de Ventas	4127,84	4473,08	4848,81	5257,71	5702,71
Gasto Financiero	6075,00	4860,00	3645,00	2430,00	1215,00
Gasto Depreciación	3706,55	3706,55	4406,48	4406,48	4406,48
TOTAL EGRESOS	41247,30	42675,98	45038,02	46954,19	49146,84
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	33725,63	41617,28	49568,33	59233,19	69668,17
(-) 15% Participación Trabajadores	5058,84	6242,59	7435,25	8884,98	10450,23
(=) UTILIDAD ANTES IR	28666,79	35374,69	42133,08	50348,21	59217,95
(-) 25% Impuesto Renta	7166,70	8843,67	10533,27	12587,05	14804,49
(=) SUPERA VIT O DEFICIT	21500,09	26531,01	31599,81	37761,16	44413,46

FUENTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor

5.8. Flujo de Caja

Cuadro N° 61
Flujo de Caja

DETALLE	AÑO 0	2009	2010	2011	2012	2013
Utilidad Operacional		33725,63	41617,28	49568,33	59233,19	69668,17
Capital Propio	20925,44					
Crédito	54000,00					
(-) Reversión Activo Fijo				2100,00		
(+)Depreciaciones		3706,55	3706,55	4406,48	4406,48	4406,48
(-) 15% Participación Trabajadores		5058,84	6242,59	7435,25	8884,98	10450,23
(-) 25% Impuesto a la Renta		7166,70	8843,67	10533,27	12587,05	14804,49
(+) Recuperación Venta de Activos						5706,00
TOTAL INVERSION	74925,44					
FLUJO NETO DE CAJA		25206,64	30237,56	33906,29	42167,64	54525,94

FUENTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor

5.9. Evaluación Financiera

5.9.1. Costo de Oportunidad

Cuadro N° 62
Calculo de la Tasa de Redescuento

Descripción	Estructura	% de Composición	Tasa de Rendimiento	Valor Ponderado
Inversión Auto Sustentable	20925,44	27,93%	4%	0,02951
Inversión Financiada	54000,00	72,07%	13%	0,07979
TOTAL DE LA INVERSIÓN	74925,44	100%		0,1093

FUENTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor

$$CK = \text{Costo de Oportunidad} \quad 0,1093 = 10,93\%$$

$$RP = \text{Riesgo País} = 16\%$$

$$i = (1 + CK) (1 + Rp) - 1$$

$$i = (1 + 0,1093) (1 + 0,16) - 1$$

$$i = 0,286788$$

$$i = 28,68 \%$$

5.9.2. Calculo del Valor Actual Neto (VAN)

Mediante el VAN se puede determinar el valor presente de los flujos futuros de efectivo y poder evaluar la inversión de capital utilizado en éste periodo, descontados a la tasa de redescuento del 28,68%.

Cuadro N° 63
Calculo del Valor Actual Neto

Años	Flujos Netos	Tasa Redescuento (28,68%)	Flujos Netos Actualizados
0	-74925,44		
1	25206,64	1,2868	19588,62
2	30237,56	1,65585424	18261,00
3	33906,29	2,130753236	15912,82
4	42167,64	2,741853264	15379,25
5	54525,94	3,52821678	15454,25
ΣFNA			84595,94

FUENTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor

$$\text{VAN} = \Sigma\text{FNA} - \text{Inversión}$$

$$\text{VAN} = 84595,94 - 74925,44$$

$$\text{VAN} = 9670,50$$

El Valor Actual Neto es mayor a cero por lo tanto el proyecto si es factible de llevarlo a cabo. Al invertir 74925,44 USD en 5 años se esta obteniendo 9670,50 USD más que la inversión realizada.

5.9.3. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para el cálculo de la TIR se procede a calcular el valor actual neto con una tasa superior e inferior para luego poder interpolar.

Cuadro N° 64
VAN con Tasa Inferior

Años	Flujos Netos	Tasa Redescuento (28,68%)	Flujos Netos Actualizados
0	-74925,44		
1	25206,64	1,2868	19588,62
2	30237,56	1,65585424	18261,00
3	33906,29	2,130753236	15912,82
4	42167,64	2,741853264	15379,25
5	54525,94	3,52821678	15454,25
∑FNA			84595,94
VAN TASA INFERIOR			9670,50

FUENTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor

Cuadro N° 65
VAN con Tasa Superior

Años	Flujos Netos	Tasa Redescuento (34,34%)	Flujos Netos Actualizados
0	-74925,44		
1	25206,64	1,3434	18763,32
2	30237,56	1,80472356	16754,68
3	33906,29	2,42446563	13985,06
4	42167,64	3,257027128	12946,66
5	54525,94	4,375490244	12461,68
∑FNA			74911,40
VAN CON TASA SUPERIOR			-14,04

FUENTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor

Datos para aplicar la formula de interpolación:

Tasa Inferior	28,68
Tasa Superior	34,34
VAN Tasa Inferior	9670,50
VAN Tasa Superior	-14,04

Su formula es:

$$TIR = Tasa Inferior + (Tasa Superior - Tasa Inferior) \left[\frac{VAN Tasa inferior}{VAN Tasa Inferior - VAN Tasa Superior} \right]$$

$$TIR = 28,68 + (34,34 - 28,68) \left[\frac{9670,50}{(9670,50 - (-14,04))} \right]$$

$$TIR = 28,68 + 5,65179451$$

$$TIR = 34,33179451 \approx 34,33\%$$

El TIR calculada es del 34,33 % y es mayor a la tasa del costo de Oportunidad, afirmando la factibilidad del proyecto.

5.9.4. Relación Beneficio-Costo

Esta relación refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los beneficios y costos determinándose, por cada dólar invertido recupero 1,14 USD.

Formula:

$$\text{Beneficio costo} = \frac{\sum \text{FNE ACTUALIZADOS}}{\text{INVERSION}}$$

$$\text{Beneficio-Costo} = \frac{84595,94}{74925,44} = 1,13$$

El Beneficio-Costo es mayor que uno. Entonces el proyecto si es aceptable.

Por cada dólar invertido se recupera 1,13 USD, o a su vez por cada dólar se obtiene un superávit de 0,13 centavos de dólar.

5.9.5. Relación Ingresos-Egresos

Cuadro N° 66
Ingresos y Egresos Actualizados

Años	Ingresos	Egresos	Tasa Redescuento (28,68%)	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
2009	175572,50	141846,87	1,2868	136441,17	110232,26
2010	195412,96	153795,69	1,65585424	118013,38	92879,97
2011	217379,44	167811,10	2,130753236	102020,00	78756,70
2012	241947,58	182714,39	2,741853264	88242,35	66639,01
2013	268877,00	199208,83	3,52821678	76207,62	56461,62
∑ Ingresos y Egresos Actualizados				520924,52	404969,56

FUENTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor

Formula:

$$\text{Ingresos-Egresos} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{Ingresos-Egresos} = \frac{520924,52}{404923,73} = 1,29$$

La relación Ingresos y Egresos es de 1,29; por lo tanto por cada dólar invertido en gastos hay un ingreso de \$1,29 o a su vez por cada dólar se obtiene un superávit de 0,29 centavos de dólar respecto al gasto.

5.9.6. Punto de Equilibrio

Cuadro N° 67
Proyección del Punto de Equilibrio

DETALLE	2009	2010	2011	2012	2013
INGRESOS					
Ventas	175572,50	195412,96	217379,44	241947,58	268877,00
COSTOS FIJOS					
Gasto Administrativo	27337,90	29636,34	32137,74	34860,00	37822,65
Gasto de Ventas	4127,84	4473,08	4848,81	5257,71	5702,71
Depreciaciones	3706,55	3706,55	4406,48	4406,48	4406,48
Gasto Financiero	6075,00	4860,00	3645,00	2430,00	1215,00
TOTAL COSTOS FIJOS	41247,30	42675,98	45038,02	46954,19	49146,84
COSTOS VARIABLES					
Materia Prima Directa	15909,50	17726,94	19710,72	21937,20	24438,18
Mano de Obra Directa	27495,44	29788,54	32284,12	35000,07	37955,83
Costos Indirectos de Fabricación	57194,63	63604,22	70778,24	78822,94	87667,98
TOTAL COSTOS VARIABLES	100599,57	111119,71	122773,08	135760,20	150061,99
PUNTO DE EQUILIBRIO (dólares)	96593,41	98933,65	103485,02	106984,96	111218,73
PUNTO DE EQUILIBRIO (unidades)	38637	36373	34961	33225	31777

FUENTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor

Formulas Punto de Equilibrio

Año 2009

$$\text{PE \$} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - (\text{Costos Variable} / \text{Ventas})}$$

$$\text{PE \$} = \frac{41247,30}{1 - (100599,57 / 175572,50)} = 96593,41 \text{ dólares}$$

$$\text{PE u} = \frac{\text{PE \$}}{\text{Precio de Venta Unitario}}$$

$$\text{PE u} = \frac{96593,41}{2,50} = 38637 \text{ unidades}$$

5.9.7. Periodo de Recuperación de la Inversión

Para obtener esta información se relaciona los flujos netos de efectivo con la inversión inicial.

Cuadro N° 68
Periodo de Recuperación de la Inversión

Año	Flujos de Efectivo Actualizados	Flujos Netos Acumulados
1	19588,62	
2	18261,00	37849,62
3	15912,82	53762,44
4	15379,25	69141,69
5	15454,25	84595,94

FUENTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor

Su cálculo es:

$69141,69 = \sum 4 \text{ año}$
$74925,44 = \text{Inversión}$
$74925,44 - 69141,69 = 5783,75$
$15454,25 / 12 = 1287,85 \text{ (mes)}$
$5783,75 / 1287,85 = 4,49 \text{ (4 meses)}$
$0,49 * 30 = 14,7 = 15 \text{ días}$

FUENTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor

La inversión inicial que se realizará en la Microempresa, se recuperará en 4 años, 4 meses y 15 días, es decir que el negocio es rentable.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. Aspecto Legal de la Microempresa

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

6.1.1. Obtener Registro Único de Contribuyentes (RUC). Requisitos:

6.1.1.1. Original y copia de la cédula de identidad.

6.1.1.2. Original del último certificado de votación.

6.1.1.3. Original del documento que indique la dirección domiciliaria actual o donde se desarrolle la actividad económica (sea una planilla de agua, luz o teléfono).

6.1.1.4. El documento original de la calificación Artesanal, si es Artesano.

6.1.2. Permiso de Bomberos.

6.1.3. Cédula de identidad del Representante Legal de la Microempresa.

6.1.4. Constitución de la Empresa o Microempresa.

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

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

La disolución de la Organización, se practicará con arreglo y de acuerdo a las normas que establezcan en el contrato de constitución.

6.2. Organización de la Microempresa

6.2.1. La Empresa

Las leyes de la Superintendencia de Compañías distinguen 4 clases de compañías según la titularidad de propiedad de la Microempresa: Compañía en Nombre Colectivo, Compañía en Comandita Simple y Dividida por Acciones, Compañía de Responsabilidad Limitada y Compañía Anónima.

La Microempresa se constituirá como Sociedad Anónima con la aportación de los capitales de los socios.

La compañía se constituirá con dos socios, y si durante su existencia jurídica se requiere incremento de capital se considerará la posibilidad de aceptar a nuevos socios, lo que permitirá realizar cambios en la titularidad de las acciones.

Razón Social.- " NUTRIVIDA S.A"



El nombre que se ha considerado para la Microempresa es de “NUTRIVIDA” que significa Nutrición y Vida; la misma va a producir su principal producto la granola cuyo nombre es “GRANOVIT, unión de palabras de Granola y de Vitaminas; con este nombre se quiere hacer comprender al ciudadano que el consumo de este alimento natural es una fortaleza para su salud.

6.2.2. Misión

NUTRIVITAL es una microempresa especializada en la producción y comercialización de Granola, manteniendo características de origen y calidad exigidas por el mercado, que aseguran una relación personal, justa y transparente con nuestros clientes, proveedores, la comunidad y el medio ambiente.

6.2.3. Visión

Alcanzar el crecimiento sustentable especializado en la producción de Granola a nivel local y regional, aprovechando nuestra experiencia y armonía organizacional, que sirvan de base para la formación de un grupo empresarial y familiar que impulse iniciativas para mejorar las condiciones nutricionales, culturales, de educación y medio ambiente tanto para sus miembros como para la comunidad, sus clientes y proveedores.

6.2.4. Política de Calidad

Superar las expectativas de calidad en los productos y servicios que entregamos a nuestros clientes externos e internos, aplicando el sistema de gestión de calidad, a través de un mejoramiento continuo en los procesos, con la activa participación de todos los que integramos la empresa, formando un equipo de trabajo con clientes, proveedores, comunidad y en armonía con el medio ambiente.

6.2.5. Objetivos Organizacionales

6.2.5.1. Objetivos Generales

- a) Consolidar posicionamiento en mercados actuales.
- b) Penetrar en nuevos mercados.
- c) Fomentar la innovación.
- d) Fomentar, desarrollar y comunicar eficientemente aplicación de gestión sustentable.
- e) Consolidar posicionamiento en el mercado.

6.2.5.2. Objetivos Específicos

- a) Incrementar rentabilidad.
- b) Desarrollar sistema de información que facilite la toma de decisiones.
- c) Desarrollar, implementar y fortalecer cadena de valor.

6.2.5.3. Objetivos Estratégicos

- a) Incentivar producción de granola en el Ecuador.
- b) Desarrollar nichos de mercado a nivel local y regional.

6.2.6. Valores Corporativos

Los valores corporativos que harán parte del día a día, y que siempre han hecho parte integral de una organización, serán formalizados constantemente, con el fin de fortalecer aún más el enraizamiento de los valores por parte del público interno, se realizaron talleres de sensibilización.

6.2.6.1. Se vivirá la Puntualidad, Honestidad, Transparencia, Compromiso Social, Ética, Liderazgo, Sencillez y Solidaridad con los seres humanos.

6.2.6.2. La Microempresa se caracterizará por ser Respetuosos, Leales, Nobles, Justos, Constantes y Consistentes.

6.2.6.3. Se buscará mejorar la Productividad, Competitividad, la Versatilidad, la Conciliación, Mejoramiento Continuo y Calidad.

6.2.6.4. Se alcanzará el referente de la Microempresa de Granola en Ecuador por nuestra capacidad de Innovación y Armonía Organizacional.

6.3. Organización Estructural

En toda empresa es necesario establecer una estructura organizativa, la misma que servirá como ente ejecutor, es un método que sirve para lograr mayor coordinación, interrelación e integración de todas las actividades realizadas dentro de ésta, con el único objetivo de cumplir con las metas deseadas.

De igual manera ayuda a determinar las obligaciones, deberes y responsabilidades de los miembros que conforman las distintas unidades dentro de la organización.

También se requiere que éstos tengan conocimientos de los niveles de relación, autoridad y direccionamiento de la empresa, con el fin de lograr armonía en las actividades que realizarán.

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

La microempresa tiene dos niveles jerárquicos, Administrativo Gerencia con la colaboración Contabilidad, Bodega y secretarias; y el segundo nivel de Producción y Comercialización, donde también se hace el control de calidad durante su proceso.

6.3.1. Organigrama Estructural

Organigrama Estructural de “NUTRIVIDA”

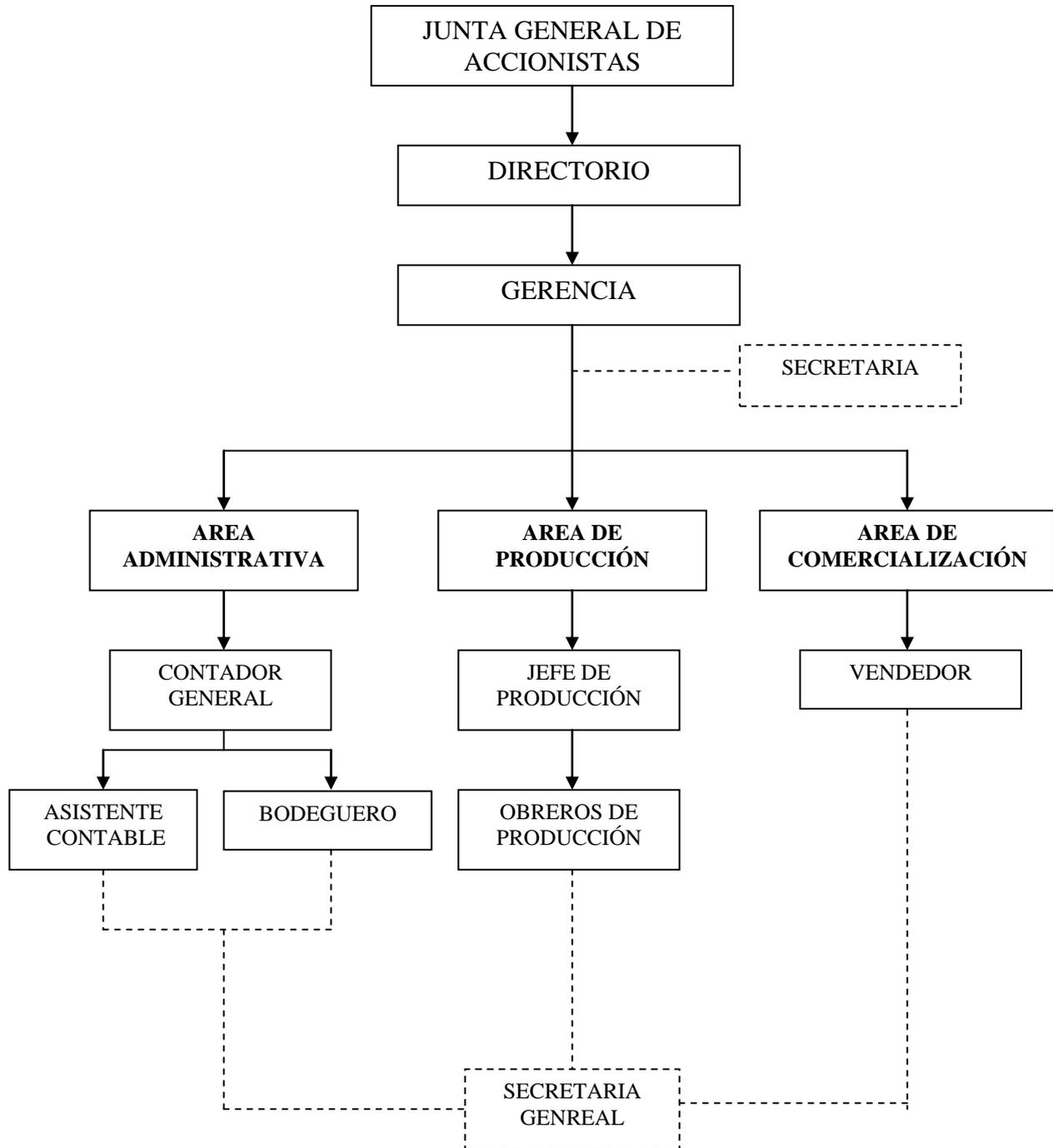


Ilustración N° 15 Organigrama Estructural

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: El Autor

6.4. Orgánico Funcional

6.4.1. Funciones y Descripción del Puesto

6.4.1.1. Junta General de Accionistas

LEY GENERAL DE INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO; (2004), ART. 29. Expresa: “La junta general de accionistas se reunirá en la forma y para los efectos determinados en la Ley de Compañías, dentro de los noventa días siguientes al cierre de cada ejercicio anual, con el fin de conocer y resolver sobre el informe del Directorio relativo a la marcha del negocio, los estados financieros y distribución de utilidades”.

Representa la máxima autoridad por esta razón no tiene ninguna dependencia funcional con los otros niveles de la Microempresa. Las principales funciones que deben cumplir son:

- a) Nombrar y remover al Presidente, Gerente, Directores, cuando la organización así lo requiera.
- b) Determinar los lineamientos generales e importantes para el funcionamiento de la Microempresa.
- c) Aprobar los Estados Financieros de la Microempresa.
- d) Resolver la distribución de beneficios sociales.
- e) Aprobación d estatutos, modificaciones de contratos sociales, transformación o disolución de la Microempresa.

6.4.1.2. Directorio

LEY GENERAL DE INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO; (2004), Art. 30. Dice: “Los miembros del Directorio serán civil y penalmente responsables por sus

acciones u omisiones en el cumplimiento de sus respectivas atribuciones y deberes, como son:

- a) Definir la política financiera y crediticia de la institución y controlar su ejecución.
- b) Analizar y pronunciarse sobre los informes de riesgo crediticio, y a la proporcionalidad y vigencia de las garantías otorgadas.
- c) Emitir opinión bajo su responsabilidad, sobre los estados financieros y el informe de auditoría interna, que deberá incluir la opinión del auditor, referente al cumplimiento de los controles para evitar el lavado de dinero.
- d) Conocer y resolver sobre el contenido y cumplimiento de las comunicaciones de la Superintendencia de Bancos y Seguros, observaciones, recomendaciones o iniciativas sobre la marcha de la institución; y,
- e) Cumplir y hacer cumplir las disposiciones emanadas de esta ley, de la Superintendencia de Bancos y Seguros, en la órbita de su competencia, de la Junta General y del mismo Directorio.

6.4.1.3. Gerente

a) Perfil

- Ser responsable en sus funciones encomendadas.
- Creativo, innovador en sus labores y actividades.
- Estar dispuesto a trabajar bajo presión.
- Capacidad de liderazgo.
- Trabajar y coordinar las actividades en equipo.
- Tener estabilidad emocional.
- Ser flexible y a la vez tener seguridad y firmeza.
- Agilidad para tomar decisiones.

b) Requerimientos

- Profesional en Administración de Empresas, Economía, Contabilidad y Auditoría o carreras afines.
- Experiencia en trato al personal y al cliente.
- Experiencia en la estructuración y función de la microempresa.
- Edad mínima de 25 años.

c) Funciones

- Cumplir y hacer cumplir con las políticas y normas de la empresa.
- Crear políticas para un mejor control interno de la empresa.
- Realizar la planificación, organización, coordinación y control, de los procesos administrativos y productivos.
- Someter a conocimiento y aprobación de la Junta General de Accionistas.
- Gestionar la concesión de créditos en las instituciones financieras de la localidad.
- Promover los cursos de capacitación tanto para trabajadores como para la comunidad relacionada con la producción de granola.
- Velar por el cumplimiento de los objetivos planteados en la empresa.
- Informar a sus funcionarios sobre las acciones a seguir en la empresa.
- Realizar estrategias de comercialización con el fin de abrir nuevos mercados.

6.4.1.4. Contador General y Auxiliar Contable

a) Perfil

- Responsable de su trabajo.
- Trabajo en equipo.
- Seguridad y firmeza.
- Ética moral y profesional.

b) Requerimientos

- Título de Contador legalmente autorizado y afiliado al respectivo Colegio Profesional.
- Experiencia en manejo de sistemas contables.
- Edad mínima 23 años.
- Experiencia en cargos similares y trato con el personal.

c) Funciones

- Estar constantemente actualizándose con lo que respecta al Servicio de Rentas Internas y asuntos afines a su cargo.
- Realizar los pagos autorizados por la gerencia y realizar las retenciones dispuestas por la ley.
- Tener la documentación del control contable al día.
- Cumplir con el pago de remuneraciones, servicios, bienes y otros gastos.
- Estar pendiente e informar a gerencia sobre el vencimiento de documentos.
- Elaborar Estados Financieros y poner a conocimiento de la gerencia el presupuesto anual.

6.4.1.5. Bodeguero

a) Perfil

- Responsable de su trabajo.
- Trabajo en equipo.
- Seguridad y firmeza.
- Ética moral y profesional.

b) Requerimientos

- Tener conocimiento de almacenamiento.
- Experiencia en cargos similares y trato con el personal.
- Experiencia en manejo de sistemas contables.
- Edad mínima 23 años.

c) Funciones

- Realizar el almacenamiento de materias primas, productos en proceso y de productos terminados.
- Mantener un control efectivo del inventario.
- Mantener un stock de materiales suficientes para mantener una producción permanente de Granola.
- Mantener un correcto almacenamiento de los materiales para evitar que se deterioren.
- Clasificación de materias primas directas e indirectas de acuerdo a su utilización.
- Llevar un registro organizado de entradas y salidas de los inventarios.
- Realizar un informe mensual del inventario existente en materias primas, productos en proceso, productos terminados de tal manera que refleje la situación de producción de la Microempresa.

6.4.1.6. Jefe de Producción

a) Perfil

- Actitud de trabajo en equipo.
- Estabilidad emocional.
- Ética moral.
- Don de mando.
- Responsabilidad y honestidad.
- Capacidad en toma de decisiones.
- Tener buena comunicación con el personal.

b) Requerimientos

- Tener conocimiento en producción de la granola.
- Experiencia en el campo microempresarial.
- Estudios realizados en Agro industrias o carreras afines.
- Edad no ser menor a 22 años.

c) Funciones

- Planificar, supervisar y verificar la producción.
- Responsabilidad en el manejo de los recursos humanos y materiales de producción.
- Vigilar las operaciones que se desarrollen en el área de producción.
- Participar en las reuniones con voz informativa.
- Informar oportunamente al gerente sobre aspectos relacionados con la producción.
- Controlar la entrada y salida de equipos de trabajo, algún tipo de maquinaria, insumos y otros.
- Control del orden y limpieza del área de producción.
- Verificar la calidad del producto terminado.
- Controlar que cada proceso esté correctamente ejecutado.

6.4.1.7. Obreros de Producción

a) Perfil

- Responsable, puntual, honesto
- Trabajo en Equipo
- Ética moral y profesional.
- Facilidad de comunicación, buenas relaciones humanas.

b) Requerimientos

- Experiencia en trato al personal.
- Tener conocimiento producción de cereales.
- Profesional en cualquier ámbito (no indispensable).
- Edad mínima 23 años.

c) Funciones

- Elaboración de la Granola.
- Elaboración de órdenes de requisición de materias primas y materiales de aseo.
- Entrega de productos terminados en el tiempo requerido y de la calidad deseada.
- Mantenimiento y aseo del área de producción.
- Aplicar eficientemente cada proceso establecido para la elaboración de la granola.
- Optimizar tiempos y costos en la producción.

6.4.1.8. Comercialización -Vendedor

a) Perfil

- Responsable, puntual, honesto.
- Ética moral y profesional.
- Facilidad de comunicación, buenas relaciones humanas.
- Trato al cliente.

b) Requerimientos

- Experiencia en trato al personal y al cliente.
- Tener conocimiento de comercialización de cereales.
- Profesional en especialidades afines a mercadotecnia.
- Edad mínima 23 años.

c) Funciones

- Ventas directas en la planta de producción
- Responsable en la venta y promoción del producto de la microempresa.
- Constatar antes de confirmar una venta si la producción está dentro de las exigencias del cliente.
- Informar oportunamente a gerencia para la toma de decisiones.
- Participar en las reuniones y ferias con voz informativa.
- Verificar los cobros por venta y ayudar a la facturación.
- Abrir nuevas plazas para el producto.
- Elaborar informes estadísticos con el fin de realizar análisis profundos de incidencia en el mercado.
- Dirección, Control y Mejoramiento del servicio al cliente con el fin de mantener la distribución y comercialización de l producto elaborado.
- Mantener un carácter apropiado para la atención al cliente.

6.4.1.9. Secretarias

a) Perfil

- Responsabilidad en las funciones encomendadas.
- Disposición para trabajar bajo presión.
- Iniciativa en el trabajo.
- Buenas relaciones humanas.
- Estar en capacidad de afrontar dificultades.
- Sentido de puntualidad, seguridad y firmeza.

b) Requerimientos

- Experiencia en manejo de sistemas contables.
- Buena presencia.
- Experiencia en cargos similares.
- Edad mínima 20 años.

c) Funciones

- Mantener los archivos bajo custodia.
- Asumir las responsabilidades en el manejo de la información a su cargo.
- Elaboración y reproducción de los informes relacionados con su área.
- Coordinar las labores de relaciones públicas y comunicación.
- Coordinar con la gerencia en las sesiones.
- Organizar, vigilar y atender los servicios generales y requerimientos de la administración de la microempresa.

CAPÍTULO VII

7. ESTUDIO DE IMPACTOS

El presente capítulo constituye un análisis detallado de las huellas y aspectos positivos y negativos que el proyecto generará en diferentes áreas o ámbitos. De las variadas metodologías existentes para realizar análisis de impactos, se ha escogido la que más se adapta en contexto de la presente investigación, además tiene la ventaja de que operativamente es de fácil desarrollo y fundamentalmente es efectiva, real y de fácil interpretación.

A continuación se detalla el procedimiento que se ha seguido para realizar los impactos que el proyecto generará.

Se ha determinado una serie de áreas, para en cada una de ellas aplicar la siguiente mecánica operativa sobre las bases de matrices:

En primer lugar se ha creído conveniente establecer un rango de nivel de impacto, que impacto va desde menos 3 hasta 3 positivo con la valoración de la siguiente tabla.

Cuadro N° 69
Tabla de Valoración de Impactos

-3	Impacto Alto Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-1	Impacto Bajo Negativo
0	No Hay Impacto
1	Impacto Bajo Positivo
2	Impacto Medio Positivo
3	Impacto Alto Positivo

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: El Autor

En segundo lugar se coloca en cada matriz los rangos de cada impacto en forma

horizontal mientras que verticalmente se determina una serie de indicadores que darán información a cada una de las áreas seleccionadas.

A continuación se asigna un nivel de impacto a cada uno de los indicadores sobre la base de la tabla del literal a.

Se determina el nivel de impacto de área o ámbito matemáticamente, para lo cual se obtiene la sumatoria de los indicadores establecidos y este resultado se lo divide para el número de indicadores.

Bajo cada matriz se realiza un breve análisis de indicador por indicador, en el cual se argumente o se explique las razones por la que se asignó determinado nivel de impacto de cada indicador.

Una vez realizado las matrices de cada área o ámbito se plantea una matriz general de impactos que utilizando los ítems mencionados anteriormente, permiten establecer el impacto global del proyecto lógicamente en la primera columna se sustituye los indicadores de la áreas o ámbitos

7.1. Impacto Social

7.1.1. Fuentes de Trabajo

El beneficio social más importante encontrado en la elaboración del proyecto es principalmente la generación de fuentes de trabajo con lo que muchas familias de la zona serían beneficiadas, con lo cual disminuiría los índices delincuenciales y otros problemas sociales.

7.1.2. Mejorar la Nutrición de los Consumidores

El presente proyecto tiene por objetivo contribuir a mejorar la calidad de vida de los consumidores Granola por los múltiples beneficios que tiene el producto para la salud.

7.1.3. Contribuir al Desarrollo Socio-Económico de la Ciudad Ibarra

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

Cuadro N° 70
Impacto Social

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fuentes de Trabajo							X
Mejorar la Nutrición de los Consumidores						X	
Contribuir al desarrollo socio-económico de la ciudad						X	
Total						4	3

$$E = 7$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = 7/3 = 2,33 \quad 2 \longrightarrow \text{Impacto Medio Positivo}$$

7.2. Impacto Económico

7.2.1. Rentabilidad del Proyecto

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

7.2.2. Costo de Producción

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

7.2.3. Incentivo al Consumo

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

7.2.4. Ingresos Empresa

El proyecto tocará la empresa privada, ya que se necesitará de los medios de comunicación, de las empresas de publicidad que elaborarán las estrategias de marketing para así dar a conocer el producto en los centros de expendio.

Cuadro N° 71
Impacto Económico

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Rentabilidad del Proyecto							X
Costo de Producción						X	
Incentivo al Consumo							X
Ingreso de Empresa						X	
Total						4	6

$$E = 10$$

$$\text{Impacto Económico} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Económico} = 10/4 = 2,50 \quad 3 \longrightarrow \text{Impacto Alto Positivo}$$

7.3. Impacto Educativo y Empresarial

7.3.1. Generación de Conocimientos

El tener un negocio implica que como microempresario se tenga la necesidad de capacitarnos para administrar adecuadamente los fondos financieros que ha adquirido, esto se lo logra a partir de acciones de capacitación que son fundamentales ya que permitirán a los micros emprendedores a conseguir los objetivos propuestos.

7.3.2. Estrategias Innovadoras

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

**Cuadro N° 72
Impacto Educativo y Empresarial**

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de Conocimientos						X	
Estrategias Innovadoras							X
Total						2	3

E = 5

$$\text{Impacto Educativo y Empresarial} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

Impacto Educativo y Empresarial = 5/2 = 2,50 3 → Impacto Alto Positivo

7.4. Impacto Ambiental

7.4.1. Conservación del Medio Ambiente

Constituir una microempresa en la cual se respete las ordenanzas municipales y en sí el medio ambiente.

7.4.2. Aprovechamiento de Recursos

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

Cuadro N° 73
Impacto Ambiental

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Conservación del Medio Ambiente							X
Aprovechamiento de Recursos							X
Total							6

$$E = 6$$

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Ambiental} = 6/2 = 3 \quad 3 \longrightarrow \text{Impacto Alto Positivo}$$

7.5. Impacto General de Proyecto

Cuadro N° 74
Impacto General de Proyecto

Impacto General	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto Social						X	
Impacto Económico							X
Impacto Educativo-Empresarial							X
Impacto Ambiental							X
Total						2	9

E = 11

$$\text{Impacto General} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

Impacto General = 11/4 = 2,75 3 —→ Impacto Alto Positivo

Análisis:

El Impacto en General es alto positivo, lo cual genera muy buenas expectativas de la implantación de este proyecto, ya que, no solo la Microempresa va ha ser beneficiada, sino también, la comunidad en general de la ciudad de Ibarra, de la provincia y del país.

CONCLUSIONES

- La producción de Granola en la ciudad, tiene una considerable aceptación, permitiendo contar con una segura comercialización que conlleva a una positiva ejecución del presente proyecto, así dar soluciones a los agravantes problemas sociales.
- La demanda de Granola en el mercado local, tiene un gran potencial, aspecto que es considerado de gran importancia en el presente estudio, lo que incide en la búsqueda de nuevas alternativas dentro de la cadena alimenticia; la granola es un cereal que a más de tener características nutritivas, brinda al consumidor la oportunidad de escoger la forma de consumirlo dependiendo de las necesidades del mismo.
- El estudio realizado establece que la producción de granola no requiere de procesos muy complejos, materia prima fácil de adquirirla, maquinarias y equipos no muy sofisticados, que pueden ser adquiridos fácilmente en el medio y a bajos costos.
- La producción de la Granola no solo conlleva a la búsqueda de una rentabilidad monetaria, también es una actividad que está en armonía con una alimentación natural, nutritiva y sana, garantizando la salud de la

población y el cuidado al medio ambiente, que a lo largo es productivo para la microempresa y para la red de consumidores finales.

- La estructura orgánica para la conformación de la microempresa es simple, esta conformada por el personal administrativo y operativo designado para cada área, acorde a su perfil profesional y capacidad; al incursionar el proyecto planteado permitirá la generación de empleo directo e indirecto, situación que beneficia a los productores como microempresarios y a la comunidad en general, al permitirles integrarse al desarrollo y progreso de la ciudad.

- Mediante el estudio económico y financiero se ha determinado que si es factible la creación de la Microempresa Productora y Comercializadora de Granola en la ciudad de Ibarra, ya que genera rentabilidad garantizando así el éxito en la ejecución de la misma.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda al Estado impulsar la producción y comercialización de cereales naturales y nutritivos como la Granola, ya que es una buena alternativa para reactivar la economía del país.
- Es conveniente apoyar este tipo de proyectos, ya que la comunidad es la más beneficiada, tomando conciencia del alcance y logros que se puede tener cuando se une esfuerzos y trabajo por un mismo fin, personas con carácter emprendedor son las que hoy necesita el país, que sean capaces de enfrentar muchas dificultades que vayan en contra del desarrollo de las actividades productivas y comerciales.
- Es importante que el sector microempresarial o de la pequeña empresa tenga el suficiente apoyo financiero que permita a este sector tener los suficientes recursos de capital, que sirvan para adquisición de activos fijos, mejoramiento de la tecnología y compras de materia prima, para poder mejorar y ser más competitivos; y de esta manera contribuir a la disminución del alto porcentaje de desempleados existentes en la ciudad.
- Se plantea intensificar campañas de difusión dirigidas a la población, sobre las bondades de la Granola, y más aún por sus propiedades nutritivas; para lograr que este cereal sea uno más dentro de la tradición de la cultura alimenticia de los consumidores.

- A pesar de que la microempresa puede ser pequeña es recomendable que posea una organización adecuada en lo que tiene que ver con la documentación contable-financiera, costos y otros aspectos financieros para la toma de decisiones, además se recomienda realizar un Manual de Funciones que haga énfasis en la descripción de cargos y responsabilidades que tienen todos los miembros de la microempresa, garantizando la existencia de una buena administración empresarial.

- Debe existir un mayor apoyo por parte de las autoridades locales para la creación de proyectos que promuevan el desarrollo y mejoramiento del nivel de vida de la comunidad.

- Por todo lo anteriormente expuesto se recomienda la implantación de este proyecto.

BIBLIOGRAFIA

ANDERSON, R y otros; (1997), "Administración de Ventas", Segunda Edición.

ARBOLEDA VELEZ, Germán; (2001), "Formulación, Evaluación y Control de Proyectos", Cuarta Edición, Colombia.

BACA URBINA, Gabriel; (2001), "Evaluación de Proyectos", Cuarta Edición, México.

BRAVO VALIDIVIEZO, Mercedes; (2003), "Contabilidad General", Quinta Edición, Quito Ecuador.

BREALEY; (1989), "Fundamentos de Finanzas Corporativas"

CHAVENEATO, Idalberto; (2000), "Administración de Recursos Humanos", Quinta Edición, Bogotá Colombia.

CHECA, Juan; (1997), "Contabilidad de Costos Teoría y Práctica", Primera Edición, Quito-Ecuador.

CHILQUINGA, Manuel (2001); "Costos por Ordenes de Producción", Primera Edición, Ecuador.

EMPRESA NUTRISA, Productos Naturales, Quito-Ecuador

FIBRAWEN S.A., Producción de Cereales, Quito-Ecuador

GALCERAN, Jorge; (1998), "Enciclopedia Pequeña y Mediana Empresa", Tercera Edición, Madrid-España.

GOMEZ, Oscar; (1998), "Contabilidad de Costos", Tercera Edición, Colombia.

GRUPO EDITORIAL OCEANO; (1991), “Prácticas de Administración de la Pequeña y Mediana Empresa”, Tomo II, Bogotá-Colombia.

GRUPO EDITORIAL OCEANO; (2002), “Diccionario de Administración y Finanzas”, Bogotá-Colombia.

HARGADON, Bernard; (1993), “Principios de Contabilidad”, Tercera Edición, Colombia.

JACOME, Walter; (2005), “Bases Técnicas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión”, Primera Edición, Ibarra-Ecuador.

LEMMAN, R.; (1999), “Inventario y Análisis de Mercado”, Cuarta Edición.

MARTINEZ, Patricio; (1999) “Diccionario Económico Básico”, Primera Edición, Quito-Ecuador.

PHILIP KOTLER, Gary; (1998), “Dirección de Mercadotecnia”, Primera Edición, México.

PRODUCTOS SCHULLO S.A, Productora de Granola, Quito-Ecuador

RODRIGUEZ, Joaquín; (1998), “Contabilidad General”

ROSS, WESTERFIEL, JORDAN; (1991), “Fundamentos de Finanzas Corporativas”

ROSSEMBERG; (1990), “Diccionario de Administración y Finanzas”, Editorial Océano.

TORRES, RODRÍGUEZ; (1995), "La Microempresa en el Ecuador", Segunda Edición, México.

VASCONEZ ARROYO, José Vicente; (2001), "Contabilidad General para el Siglo XXI", Primera Edición, Quito-Ecuador.

WESTON, BRIGHAM; (1995), "Finanzas en Administración"

ZAPATA, Pedro; (1998), "Contabilidad General", Segunda Edición, Quito-Ecuador.

PERIÓDICOS DE INFORMACION LOCAL, REGIONAL Y NACIONAL.

EL COMERCIO, (26 de diciembre del 2008), "La capacitación es un reto Individual".

HOY, (8 de septiembre del 2007), "¿Por qué crear microempresas?".

LIDERES, (13 de noviembre del 2007), "Emprender es un Deporte de Contacto".

LIDERES, (27 de noviembre del 2008), "Entrevista, especialista en microfinanzas".

LIDERES, (30 de octubre del 2007), "De Líderes a Líderes".

LINCONGRAFIA

www.granola.com

www.cereales integrales. Php.htm.

www.cfn.fin.ec

www.foramarketing.com

www.cepyme.ec

www.monografías.com

ANEXOS

ANEXO N° 1

Identificación de la Población

PROYECCIÓN AL AÑO 2008

Para la proyección de la población se considerará solo la Población Económicamente Activa del sector urbano y con una tasa de crecimiento anual del 2,3%:

AÑO	POBLACIÓN (PEA)	TASA DE CRECIMIENTO	TOTAL POBLACIÓN (PEA)
2001	46558	2,3 %	47629
2002	47629	2,3%	48725
2003	48725	2,3%	49846
2004	49846	2,3%	50993
2005	50993	2,3%	52166
2006	52166	2,3%	53366
2007	53366	2,3%	54593
2008	54593		

DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA PROYECTADA AL 2008 IBARRA	54593
MENOS: 9,1% DESEMPLEO	(4968)
TOTAL POBLACIÓN A INVESTIGAR IBARRA	49625

Cálculo de la muestra con las siguientes variables y constantes

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

δ = Varianza de población, con el valor constante de 0,25

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza, su valor constante es de 95% (dos colas) equivalente a 1,96

N-1 = Es una corrección que se usa para muestras mayores de 30

ϵ = nivel de error (5%. Para población finita hasta 1000, 3% para población infinita más de mil)

Fórmula de cálculo

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

$$n = \frac{49625 \times (1,96)^2 \times 0,25}{(0,05)^2 (49625-1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$n = 381,22 \approx \mathbf{381}$$

MATRIZ DEL ESTUDIO DE MERCADO

Matriz de Relación de Objetivos, Variables e Indicadores, Instrumentos y Públicos Intervinientes

OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS	PÚBLICO
Realizar un análisis de mercado con todos sus principios y características a corto plazo, enfocado en la creación de la microempresa productora y comercializadora de granola y con el objetivo de determinar la aceptación del mercado hacia nuestra microempresa, nuestro producto y conocer la posible demanda y oferta.	Producción	<ul style="list-style-type: none"> - Proceso de Producción - Control de Calidad - Volumen de Producción - Tecnología - Materia Prima - Mano de Obra 	- Primaria	<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta, Observación - Encuesta, Opinión - Encuesta, Entrevista - Encuesta, Entrevista - Encuesta, Entrevista - Encuesta, Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> - Productores - Productores - Productores - Productores - Productores - Productores
Formular y evaluar el mejor modelo de mercado para llevar a cabo la realización de esta microempresa.	Control Contable Financiero	<ul style="list-style-type: none"> - Registros Básicos - Informes Contables - Fuentes de Financiamiento - Rentabilidad - Costos - Precio de Venta 	- Primaria	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevista - Entrevista - Encuesta, Entrevista - Entrevista - Entrevista - Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> - Productores - Productores - Productores - Productores - Productores - Productores
Conocer el estado actual de las microempresas productoras de granola que se encuentran en el mercado, planteando nuevas directrices que puedan servir de guía en la creación de una nueva microempresa en este sector.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> - Mercado Meta - Canales de Distribución - Competencia - Presentación del Producto - Cultura del Consumo - Atención al Cliente 	- Primaria	<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta, Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> - Productores - Productores - Productores - Consumidores - Consumidores - Consumidores

OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS	PÚBLICO
Definir las estrategias y políticas que se llevaran a cabo en la creación de NUTRIDA.	Estrategias Competitivas	<ul style="list-style-type: none"> - Políticas Empresariales - Objetivos y Metas 	- Primaria	<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta, Entrevista - Encuesta, Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> - Productores - Productores
Identificar las promociones y publicidades que se llevaran a cabo en NITRIVIDA.	Promoción	<ul style="list-style-type: none"> - Publicidad - Estrategias de Marketing - Degustaciones - Estrategias Impulsadoras 	- Primaria	<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta, Entrevista - Encuesta, Entrevista - Encuesta, Entrevista - Encuesta, Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> - Productores - Productores - Productores - Productores
Analizar ventajas y desventajas competitivas de nuestro mercado.	Mercado	<ul style="list-style-type: none"> - Canales de Distribución - Nuevos Mercados 	- Primaria	<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta, Entrevista - Encuesta, Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> - Productores - Productores

ANEXO N° 3

DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION

ANEXO 3.1. Diseño de la encuesta para consumidores



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACION DE LA CIUDAD DE IBARRA

OBJETIVO

Identificar la demanda del cereal granola en la ciudad de Ibarra y establecer el grado de conocimiento del producto y sus beneficios que genera.

DEMANDA DEL PRODUCTO:

1.- ¿Consume usted Cereal Integral Granola?

SI () NO ()

2.- ¿Conoce los Beneficios para su salud al consumir la Granola?

SI () NO ()

3.- ¿Con qué frecuencia consume Cereal Granola?

Todos los días ()
Dos veces a la semana ()
Una vez a la semana ()
Una vez al mes ()
Nunca ()

4.- ¿Qué cantidad en libras, kilogramos o gramos consume al mes este cereal?

Especifique.....

5.- ¿En qué lugar realiza la compra de la Granola?

Centros Naturistas ()
Supermaxi ()
Supermercados-Comisariatos ()
Otros ()

Cuál.....

6.- ¿Con qué le consume usted este cereal?

Con leche o yogurt ()
Con fruta ()
Solo ()
Otro ()

Cuál.....

7.- ¿Considera importante crear una cultura de alimentación sana y nutritiva con el consumo de este cereal integral como es la Granola?

SI () NO ()

Porqué.....

8.- ¿En qué presentación le gustaría que venga este producto?

Por cajas ()
Por fundas ()
Por envases ()
Otros ()

Cuál.....

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

SI () NO ()

Porqué.....

10.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por este cereal?

\$2,00 a \$2,50 funda de 500g. ()
\$2,50 a \$3,00 funda de 500g. ()
\$3,00 a \$3,50 funda de 500g. ()
\$3,50 a \$4,00 funda de 500g. ()

11.- ¿Cree usted que la Creación de una Microempresa de Producción y Comercialización de Granola es conveniente en la ciudad de Ibarra?

SI () NO ()

ANEXO 3.2. Diseño de la entrevista para comercializadores



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACION COMERCIALIZADORA
(CENTROS NATURISTAS, EMPRESAS INDUSTRIALES Y MERCADOS DE LA
ZONA) DE LA CIUDAD DE IBARRA**

OBJETIVO

Identificar la demanda del cereal granola en la ciudad de Ibarra para establecer la forma de adquisición, la calidad del producto y servicio entregado al cliente.

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL: _____

FECHA: _____

COMERCIALIZACIÓN

1.- ¿Su negocio expende cereal integral granola?

SI () NO ()

2.- ¿Con qué frecuencia los consumidores adquieren este cereal granola?

Todos los días ()

Una vez a la semana ()

Dos veces a la semana ()

Una vez al mes ()

Nunca ()

3.- Usted se considera:

Industrializador de Granola ()

Intermediario – Comercializador ()

Otro ()

Cuál.....

4.- ¿En qué presentaciones ofrece su negocio el cereal Granola?

Cajas ()

Fundas ()

Otros ()

Cuál.....

5.- ¿Qué cantidad de ventas (libras, kilogramos, gramos, otros) de la granola tiene su negocio al mes?

Especifique.....

6.- ¿En base a qué factores usted fija el precio de venta de la granola?

- Competencia** ()
- Demanda** ()
- Utilidad** ()
- A precio real** ()
- Inversión** ()
- Otros** ()

Especifique.....

7.- ¿Cree usted que actualmente este cereal tiene gran aceptación en el mercado?

SI () **NO** ()

Porqué.....

8.- ¿De qué manera usted promociona este producto en su negocio?

Especifique.....

9.- ¿A qué precio usted ofrece este cereal?

Especifique.....

10.- ¿Cuánto tuvieron de ventas (fundas o cajas) el año anterior de este cereal?

Especifique.....

11.- ¿Está de acuerdo con que se cree una microempresa de producción y comercialización de Granola a precios accesibles en la ciudad de Ibarra?

SI () **NO** ()

Porqué.....

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

SI () **NO** ()

Porqué.....

ANEXO N° 4

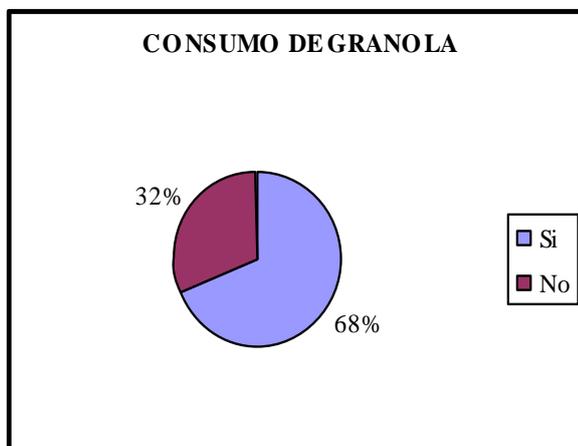
ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS CONSUMIDORES

1.- ¿Consume usted Cereal Integral Granola?

CONSUMO DE GRANOLA

Variable	Fr.	%
Si	261	68,50
No	120	31,50
Total	381	100,00

Fuente : Encuestas
Elaborado por: El autor



ANALISIS

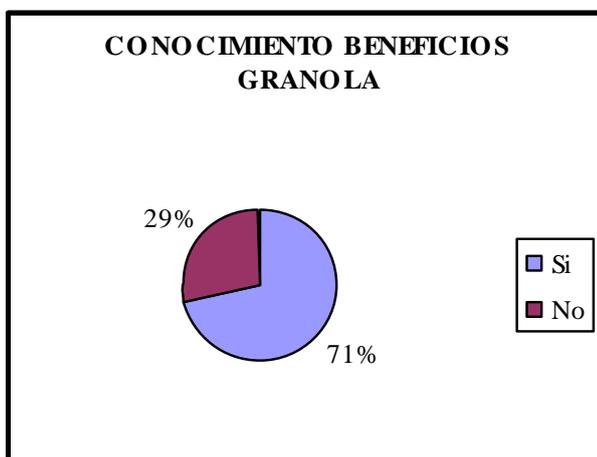
Se observa que de la población económicamente activa de Ibarra, el 68% señala que consumen Cereal Granola en su dieta alimenticia, mientras que el 32% no consumen este cereal.

2.- ¿Conoce los Beneficios para su salud al consumir la Granola?

CONOCIMIENTO BENEFICIOS GRANOLA

Variable	Fr.	%
Si	272	71,39
No	109	28,61
Total	381	100,00

Fuente : Encuestas
Elaborado por: El autor



ANALISIS

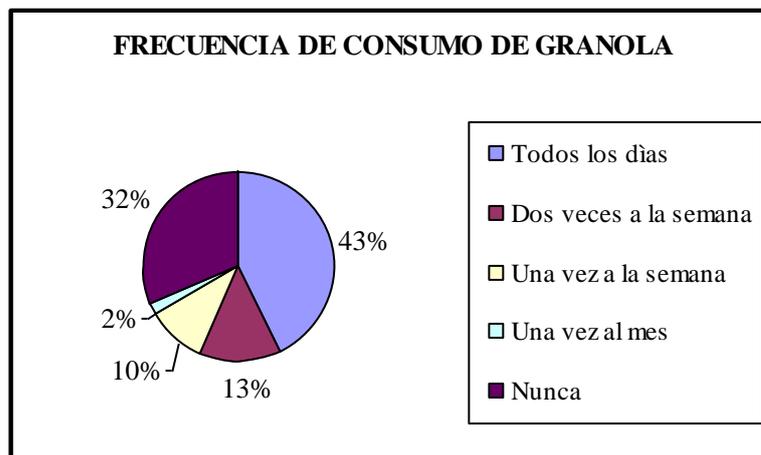
Del cuadro precedente y tomando en consideración los porcentajes se puede decir que el 71% del PEA de la zona urbana de la ciudad Ibarra manifestaron conocer los beneficios del Cereal Granola en el organismo y el 29% revelaron desconocer los beneficios del mencionado cereal.

3.- ¿Con qué frecuencia consume Cereal Granola?

FRECUENCIA DE CONSUMO DE GRANOLA

Variable	Fr.	%
Todos los días	163	42,78
Dos veces a la semana	51	13,39
Una vez a la semana	40	10,50
Una vez al mes	7	1,84
Nunca	120	31,50
Total	381	100,00

Fuente : Encuestas
Elaborado por: El autor



ANALISIS

De las encuestas aplicadas se llega a la conclusión que: el 43% consumen cereal granola todos los días, el 13% consumen dos veces a la semana, el 10% lo hacen una vez a la semana, 2% lo hacen una vez al mes, mientras que el 32% no lo consumen nunca.

4.- ¿Qué cantidad en libras, kilogramos o gramos consume al mes este cereal?

El siguiente cuadro corresponde al consumo mensual de la muestra:

CANTIDAD DE CONSUMO MENSUAL DE GRANOLA

PERSONAS MUESTRA	CANTIDAD CONSUMO AL MES			
	CANTIDAD	PESO	TOTAL EN GRAMOS	CONSUMO MENSUAL
8	4	Libras	1814,37	14515
9	3,5	Libras	1587,57	14288
5	3	Libras	1360,78	6804
12	2	Libras	907,18	10886
18	1	Libras	453,592	8165
16	800	gramos	800	12800
19	575	gramos	575	10925
91	500	gramos	500	45500
7	400	gramos	400	2800
8	340	gramos	340	2720
31	300	gramos	300	9300
22	275	gramos	275	6050
15	250	gramos	250	3750
261				148503

Fuente : Encuestas

Elaborado por: El autor

En el siguiente cuadro se detalla el consumo mensual de toda la población económicamente activa de Ibarra:

MUESTRA		TOTAL POBLACIÓN	CANTIDAD CONSUMO AL MES			
PERSONAS	%		CANTIDAD	PESO	GRAMOS	TOTAL GRAMOS
8	3,07	1034	4	Libras	1814,37	1876059
9	3,45	1164	3,5	Libras	1587,57	1847932
5	1,92	646	3	Libras	1360,78	879064
12	4,60	1551	2	Libras	907,18	1407036
18	6,90	2327	1	Libras	453,592	1055509
16	6,13	2069	800	gramos	800	1655200
19	7,28	2457	575	gramos	575	1412775
91	34,87	11765	500	gramos	500	5882500
7	2,68	905	400	gramos	400	362000
8	3,07	1034	340	gramos	340	351560
31	11,88	4008	300	gramos	300	1202400
22	8,43	2844	275	gramos	275	782100
15	5,75	1939	250	gramos	250	484750
261	100	33745				19198885

Fuente : Encuestas

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS

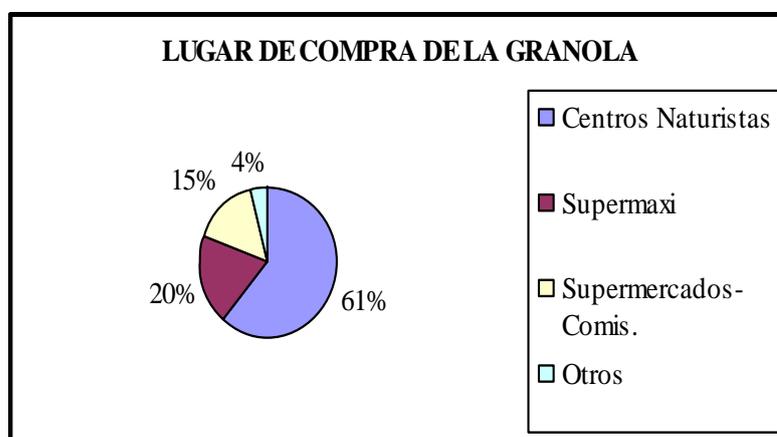
Un 19,94% consumen granola más de 1 libra al mes, un 48,28% consume entre 500gramos y 1 Kgr. al mes, en tanto que la diferencia esto es un 31,78% manifiesta consumir menos de 500gr. al mes.

5.- ¿En qué lugar realiza la compra de la Granola?

LUGAR DE COMPRA DE LA GRANOLA

Variable	Fr.	%
Centros Naturistas	159	60,92
Supermaxi	52	19,92
Supermercados-Comis.	39	14,94
Otros	11	4,21
Total	261	100,00

Fuente : Encuestas
Elaborado por: El autor



ANALISIS

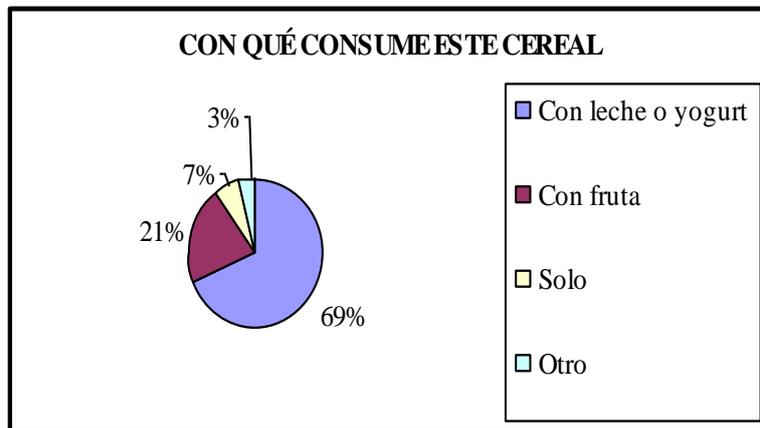
Con gráfico se llega a la conclusión que un 61% adquieren la granola en centros naturistas, un 20% adquieren este cereal en el Supermaxi, mientras que un 15% acuden a Supermercado-Comisariatos y el 4% restante lo adquieren en otros lugares.

6.- ¿Con qué le consume usted este cereal?

CON QUÉ LE CONSUME ESTE CEREAL

Variable	Fr.	%
Con leche o yogurt	178	68,20
Con fruta	56	21,46
Solo	18	6,90
Otro	9	3,45
Total	261	100,00

Fuente : Encuestas
Elaborado por: El autor



ANÁLISIS

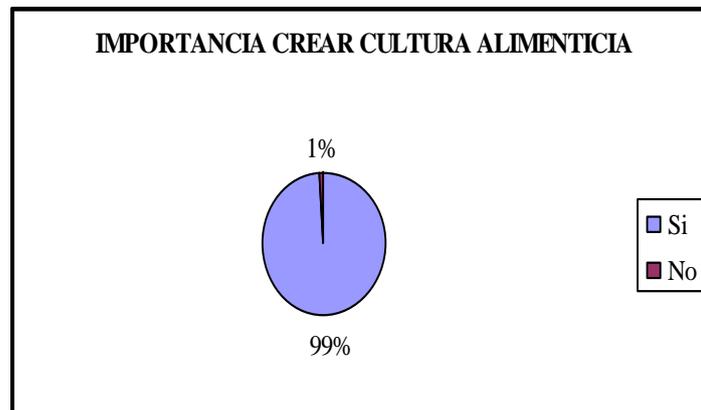
El consumo de este cereal se resume de la siguiente manera: un 69% consumen este cereal acompañado de con leche y yogurt, el 21% acompañan este cereal con frutas, 7% lo consumen sin acompañar de nada y el 3% lo consumen acompañado de otros alimentos.

7.- ¿Considera importante crear una cultura de alimentación sana y nutritiva con el consumo de este cereal integral como es la Granola?

IMPORTANCIA CREAR CULTURA ALIMENTICIA

Variable	Fr.	%
Si	376	98,69
No	5	1,32
Total	381	100,01

Fuente : Encuestas
Elaborado por: El autor



ANALISIS

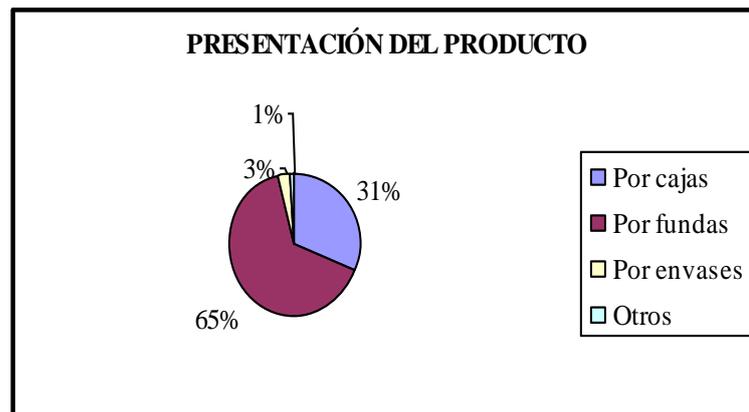
Se observa que un 99% de encuestados respondieron que es necesario y urgente crear una cultura de alimentación sana y nutritiva con el consumo de este cereal y mantener un buen desarrollo del organismo, mientras que tan solo el 1% consideran que no es necesario crear una cultura alimenticia.

8.- ¿En qué presentación le gustaría que venga este producto?

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Variable	Fr.	%
Por cajas	119	31,23
Por fundas	248	65,09
Por envases	9	2,36
Otros	5	1,31
Total	381	100,00

Fuente : Encuestas
Elaborado por: El autor



ANALISIS

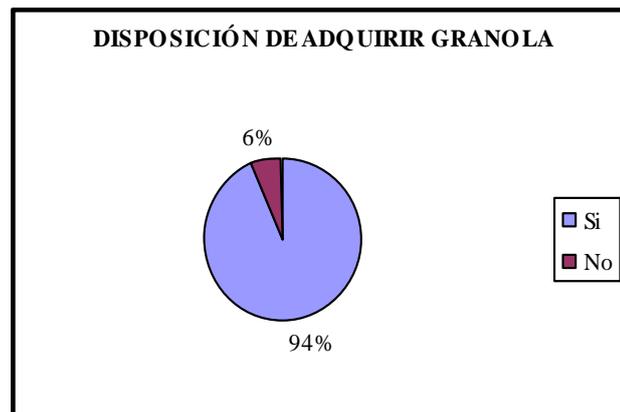
Con el cuadro antes detallado se concluye que el 31% les gustaría que su cereal granola se lo venda en cajas, el 65% opinaron que es mejor que su cereal venga en fundas, un 3% opinan que les gustaría que su cereal se lo ofrezca en envases, y a penas el 1% consideran que deben venir en otros envases diferentes a los citados.

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

DISPOSICIÓN ADQUIRIR GRANOLA A LA MICROEMPRESA

Variable	Fr.	%
Si	359	94,23
No	22	5,77
Total	381	100,00

Fuente : Encuestas
Elaborado por: El autor



ANALISIS

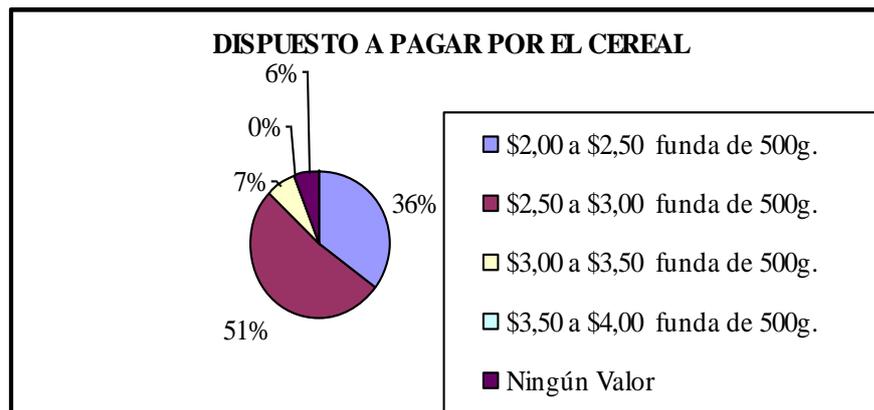
Se concluye con el cuadro antes mencionado, que el 94% de encuestados están dispuestos a adquirir este producto y el 6% declararon que definitivamente no están de acuerdo en adquirir nuestro producto.

10.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por este cereal?

CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR ESTE CEREAL

Variable	Fr.	%
\$2,00 a \$2,50 funda de 500g.	136	35,70
\$2,50 a \$3,00 funda de 500g.	197	51,71
\$3,00 a \$3,50 funda de 500g.	26	6,82
\$3,50 a \$4,00 funda de 500g.	0	0,00
Ningún Valor	22	5,77
Total	381	100,00

Fuente : Encuestas
Elaborado por: El autor



ANÁLISIS

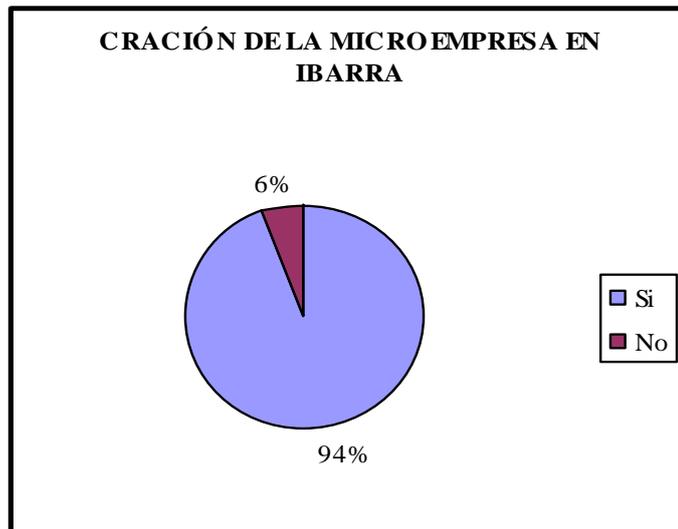
Se puede concluir de las encuestas aplicadas que: el 36% están dispuestas a pagar de \$2,00 a 2,50 por la funda de 500gr. de granola, 51% estarían en la capacidad de pagar \$2,50 a \$3,00 por la funda de 500gr. de este cereal, 7% podrían pagar de \$3,00 a \$3,50 por este producto nutritivo, nadie estaría en la capacidad de pagar de \$3,50 a \$4,00, y las personas que supieron manifestar que no están dispuestos a adquirir nuestro producto es decir el 6% no pagarían ningún valor.

11.- ¿Cree usted que la Creación de una Microempresa de Producción y Comercialización de Granola es conveniente en la ciudad de Ibarra?

CRACIÓN DE LA MICROEMPRESA EN IBARRA

Variable	Fr.	%
Si	359	94,23
No	22	5,77
Total	381	100,00

Fuente : Encuestas
Elaborado por: El autor



ANALISIS

Se observa que el 94% están de acuerdo y es conveniente la creación de una Microempresa dedicada a la Producción y Comercialización de Granola en la ciudad de Ibarra, mientras que tan sólo el 6% creen que no es necesaria la creación de esta microempresa.

COMERCIALIZADORES DE GRANOLA CENTROS NATURISTAS Y
SUPERMERCADOS DE LA CIUDAD DE IBARRA

- 1) Centro Naturista “EL EDEN” (Calle Bolívar y Alfredo Pérez Guerrero).
- 2) Centro Naturista “EL CILO” (Calle Bolívar).
- 3) Centro Naturista “STETIC CENTER INTERNATIONAL” (Calle Obispo César Mosquera y Bartolomé García).
- 4) Productos Naturales “SUPERVIVENCIA” (Calle Sánchez y Cifuentes y Obispo Mosquera).
- 5) Productos Naturales “LA SALUD” (Calle Bolívar y Juan de Velasco).
- 6) Tienda Naturista “INTEGRAL” (Calle Bolívar).
- 7) Centro Naturista “LA OPTICA” (Calle Manuel de la Chica Narvárez).
- 8) Centro Naturista “MCL” (Av. Mariano Acosta)
- 9) Centro Naturista “WORLD MEDIK” (Av. Jaime Rivadeneira y Pedro Moncayo).
- 10) Tienda Naturista “LA SALUD” (Calle Pedro Moncayo y Sánchez y Cifuentes).
- 11) Productos Naturales “EL PROPÓLEO” (Calle Sánchez y Cifuentes y Juan José Flores).
- 12) Centro Naturista “EL MANANTIAL” (Calle Eugenio Espejo, Obelisco).
- 13) Supermercado “EL OFERTON” (Calle Alfredo Pérez Guerrero).
- 14) Centro de Despensa TIA (Calle Alfredo Pérez Guerrero).
- 15) Supermaxi (Av. Mariano Acosta).
- 16) Supermercado AKI (Calle Bolívar).

ANEXO N° 5

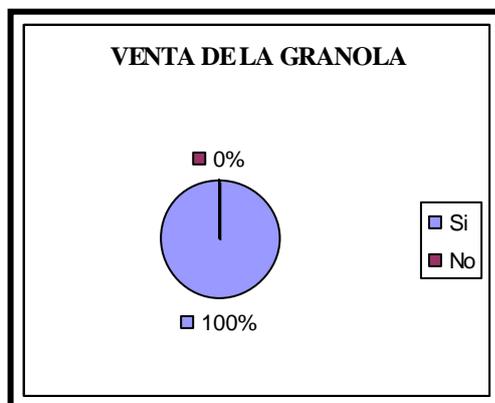
ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LA ENTREVISTA APLICADA A LOS COMERCIALIZADORES DE GRANOLA CENTROS NATURISTAS Y SUPERMERCADOS DE LA CIUDAD DE IBARRA

1.- ¿Su negocio expende cereal integral granola?

VENTA DE GRANOLA

Variable	Fr.	%
Si	16	100,00
No	0	0,00
Total	16	100,00

Fuente : Entrevistas
Elaborado por: El autor



ANALISIS

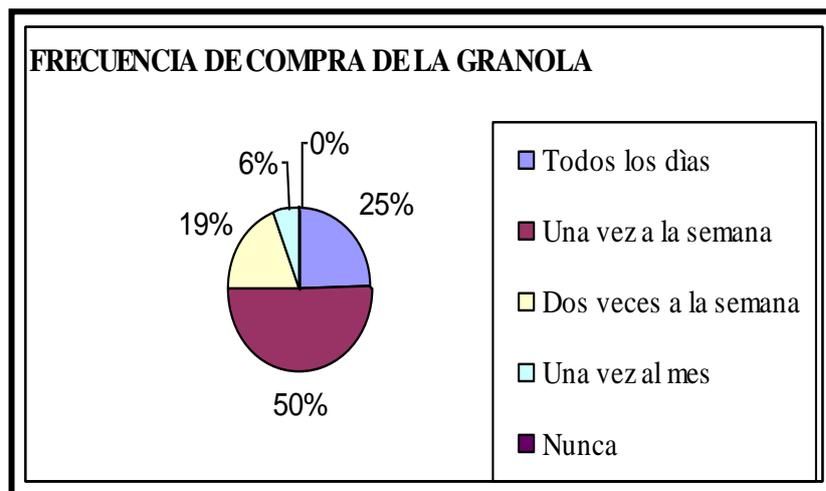
Por motivo de la desactualización de los datos sobre el número de Centros Naturistas en la Cámara de Comercio de la ciudad de Ibarra, se procedió a recopilar esta información mediante la observación directa en la zona céntrica de la ciudad, obteniendo como resultado que 12 Centros Naturistas y 4 Supermercados de la ciudad expenden cereal integral Granola.

2.- ¿Con qué frecuencia los consumidores adquieren este cereal granola?

FRECUENCIA DE COMPRA DE LA GRANOLA

Variable	Fr.	%
Todos los días	4	25,00
Una vez a la semana	8	50,00
Dos veces a la semana	3	18,75
Una vez al mes	1	6,25
Nunca	0	0,00
Total	16	100,00

Fuente : Entrevistas
Elaborado por: El autor



ANALISIS

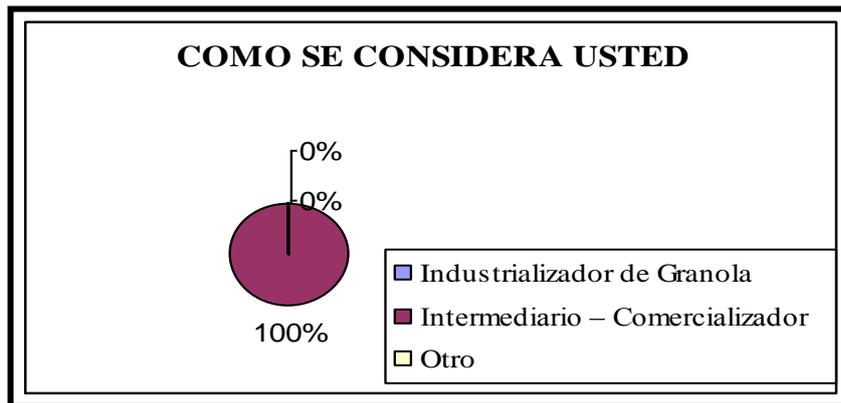
Del 100% de lugares donde se expende este cereal se puede determinar que en el 25% los consumidores adquieren todos los días este producto, en el 50% sus clientes adquieren una vez a la semana cereal granola, en el 19% de lugares los clientes adquieren dos veces a la semana y mientras que en un 6% supieron manifestar que vende una vez al mes este cereal.

3.- Usted se considera:

COMO SE CONSIDERA USTED

Variable	Fr.	%
Industrializador de Granola	0	0,00
Intermediario – Comercializador	16	100,00
Otro	0	0,00
Total	16	100,00

Fuente : Entrevistas
Elaborado por: El autor



ANALISIS

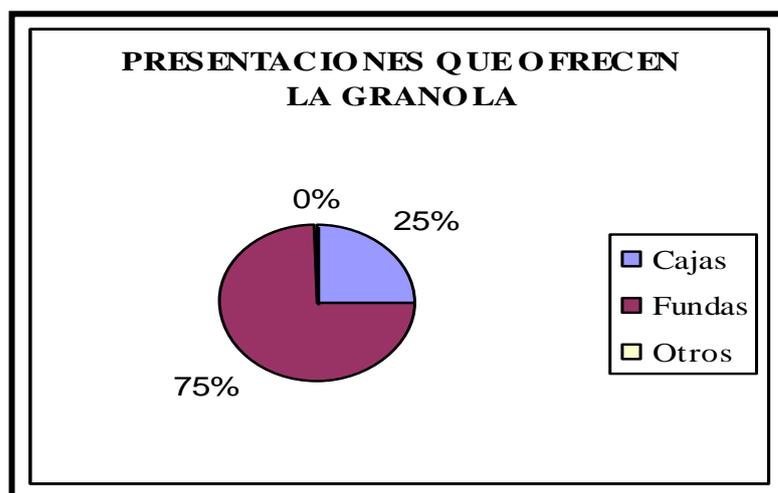
Según lo investigado se puede concluir que en su totalidad de centros naturistas y supermercados se consideran Intermediarios-Comercializadores de este cereal integral.

4.- ¿En qué presentaciones ofrece su negocio el cereal Granola?

PRESENTACIONES QUE OFRECEN LA GRANOLA

Variable	Fr.	%
Cajas	4	25,00
Fundas	12	75,00
Otros	0	0,00
Total	16	100,00

Fuente : Entrevistas
Elaborado por: El autor



ANALISIS

Las presentaciones en las que se puede encontrar este cereal son en cajas y fundas; del total de los lugares que venden este cereal se concluye que en un 25% venden en cajas y fundas, mientras que la diferencia del 75% expenden este producto solo en presentaciones por fundas.

5- ¿Qué cantidad de ventas (libras, kilogramos, gramos, otros) de la granola tiene su negocio al mes?

VENTAS DE GRANOLA DE LOS NEGOCIOS AL MES

NEGOCIO	VENTAS AL MES			
	CANTIDAD	UNIDAD	PESO (gramos)	TOTAL EN GRAMOS
Centro Naturista "EL EDEN"	400	Fundas	275	110000
Centro Naturista "EL CILO"	800	Fundas	250	200000
"STETIC CENTER INTERNATIONAL"	300	Fundas	250	75000
Productos Naturales "SUPERVIVENCIA"	400	Fundas	300	120000
Productos Naturales "LA SALUD"	350	Fundas	300	105000
Tienda Naturista "INTEGRAL"	800	Fundas	275	220000
Centro Natuista "LA OPTICA"	250	Fundas	300	75000
Centro Naturista "MCL"	150	Fundas	275	41250
Centro Naturista "WORLD MEDIK"	200	Fundas	300	60000
Tienda Naturista " LA SALUD"	300	Fundas	300	90000
Productos Naturales " EL PROPÓLEO"	1000	Fundas	300	300000
Centro Naturista "EL MANANTIAL"	600	Fundas	275	165000
Supermercado "EL OFERTON"	2000	Fundas y Cajas	275	550000
Centro de Despensa TIA	2500	Fundas y Cajas	275	687500
Supermaxi	4000	Fundas y Cajas	300	1200000
Supermercado AKI	3000	Fundas y Cajas	300	900000
TOTAL	17050			4898750

Fuente : Entrevistas

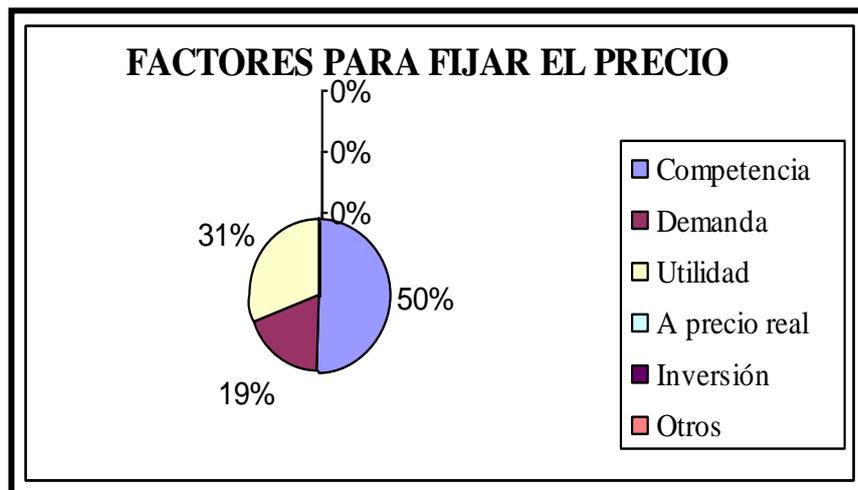
Elaborado por: El autor

6.- ¿En base a qué factores usted fija el precio de venta de la granola?

FACTORES PARA FIJAR EL PRECIO

Variable	Fr.	%
Competencia	8	50,00
Demanda	3	18,75
Utilidad	5	31,25
A precio real	0	0,00
Inversión	0	0,00
Otros	0	0,00
Total	16	100,00

Fuente : Entrevistas
Elaborado por: El autor



ANALISIS

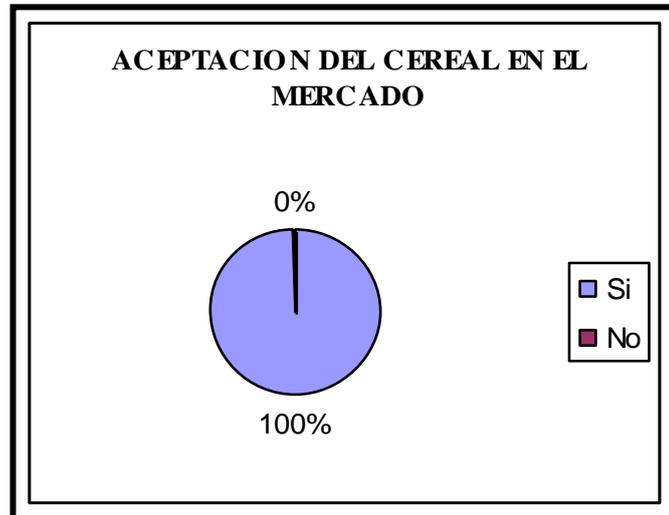
Se concluye que en la actualidad los factores para fijar el precio son de suma importancia por ejemplo en la mayoría de negocios, esto es el 50% mencionaron que su precio fijan en base a la competencia, el 19% establecen su precio en base a la demanda del producto y el 30% indicaron que establecen según la utilidad que desean obtener.

7.- ¿Cree usted que actualmente este cereal tiene gran aceptación en el mercado?

ACEPTACIÓN DEL CEREAL EN EL MERCADO

Variable	Fr.	%
Si	16	100,00
No	0	0,00
Total	16	100,00

Fuente : Entrevistas
Elaborado por: El autor



ANALISIS

Del 100% de centros donde se expende este cereal integral, en su totalidad supieron mencionar que este cereal en la actualidad tiene una gran aceptación en el mercado ya que es un cereal natural y con muchos nutrientes beneficiosos para la salud de quien lo consuma.

8.- ¿De qué manera usted promociona este producto en su negocio?

PROMOCIÓN DEL PRODUCTO

Variable	Fr.	%
Se le hace deleitar el cereal	3	18,75
Trípticos	4	25,00
No se lo promociona	9	56,25
Total	16	100,00

Fuente : Entrevistas
Elaborado por: El autor



ANÁLISIS

Este producto se lo promociona en el 19% de centros de expendio mediante el deleite a sus clientes del cereal, en el 25% de negocios se lo hace mediante la entrega de trípticos donde consta la granola como un cereal integral y sus beneficios y en el restante 55% de centros donde se expende este cereal no se hace ninguna promoción de este producto.

9.- ¿A qué precio usted ofrece este cereal?

NEGOCIO	PRECIO DE VENTA
Centro Naturista “EL EDEN”	\$ 2,50 la funda de 275g.
Centro Naturista “EL CILO”	\$ 2,00 la funda de 250g.
“STETIC CENTER INTERNATIONAL”	\$ 2,00 la funda de 250g.
Productos Naturales “SUPERVIVENCIA”	\$ 3,00 la funda de 300g.
Productos Naturales “LA SALUD”	\$ 1,50 funda 250g. - \$2,00 funda 275g
Tienda Naturista “INTEGRAL”	\$ 3,00 funda de 275g.
Centro Naturista “LA OPTICA”	\$ 2,80 funda de 300g.
Centro Naturista “MCL”	\$ 2,50 funda de 275g.
Centro Naturista “WORLD MEDIK”	\$ 3,00 funda de 300g.
Tienda Naturista “LA SALUD”	\$ 2,82 funda de 275g.
Productos Naturales “EL PROPÓLEO”	\$ 3,00 funda 300g. - \$2,80 funda 250g.
Centro Naturista “EL MANANTIAL”	\$ 3.05 funda de 300g.
Supermercado “EL OFERTON”	\$ 3,26 caja 300g. - \$ 2,96 funda 275g.
Centro de Despensa TIA	\$ 2, 82 funda de 275g.
Supermaxi	\$ 2,92 caja 275g. - \$ 3,95 caja 400g. - \$ 4,63 caja 400g. - \$ 2,80 caja de 300g. \$ 1, 96 funda de 340g. - \$ 2,26 funda de 400g.
Supermercado AKI	\$ 2, 85 - \$ 2,95 - \$ 3,05 cajas 400g.

Fuente : Entrevistas

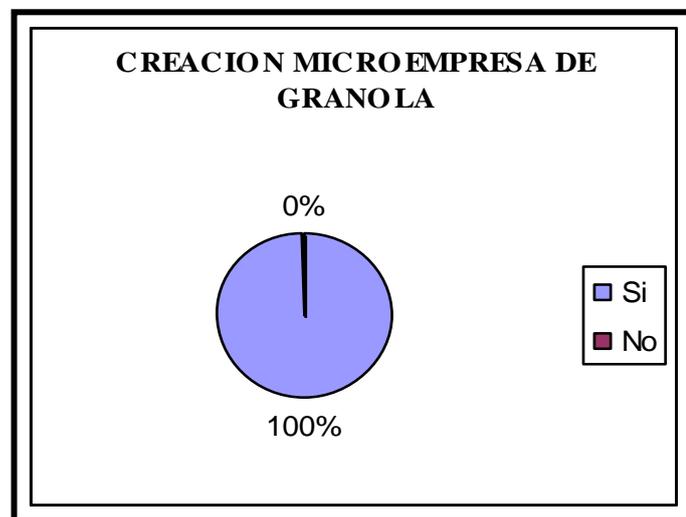
Elaborado por: El autor

10.- ¿Está de acuerdo con que se cree una microempresa de producción y comercialización de Granola a precios accesibles en la ciudad de Ibarra?

CREACIÓN MICROEMPRESA DE GRANOLA

Variable	Fr.	%
Si	16	100,00
No	0	0,00
Total	16	100,00

Fuente : Entrevistas
Elaborado por: El autor



ANALISIS

La totalidad de los negocios consultados supieron mencionar que están de acuerdo con que se cree esta microempresa ya que serán de gran ayuda para los intermediarios-comercializadores, debido a que muchos de ellos les obliga a incurrir en costos por transporte ya que el producto viene de otras localidades además será beneficiosa para la ciudad porque creará nuevas fuentes de empleo.

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

DISPOSICIÓN A ADQUIRIR NUESTRO PRODUCTO

Variable	Fr.	%
Si	16	100,00
No	0	0,00
Total	16	100,00

Fuente : Entrevistas
Elaborado por: El autor



ANALISIS

De todos los negocios consultados en su totalidad es decir el 100% estarían dispuestos a adquirir este cereal a nuestra microempresa por ser un cereal que está ganando mercado por tener amplios beneficios y por convertirse en un alimento saludable y nutriente para todas las personas que lo adquieran sin importar condiciones físicas.

ANEXO N° 6

PROYECCION DE LA OFERTA

FORMULA

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

SIMBOLOGIA

Op = Oferta Proyectada

OA = Oferta actual

1 = Valor constante

i = Tasa de crecimiento

n = Tiempo

PROYECCIÓN DE LA OFERTA EN CANTIDAD DE PRODUCTO CON EL INCREMENTO DEL 5%

CUADRO N° 13
CANTIDAD DE PRODUCTO EN FUNDAS 500gr.

AÑO	CANTIDAD
2009	123449
2010	129621
2011	136102
2012	142907
2013	150052

CALCULO

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

$$Op = 117570 \text{ fundas } (1 + 0.05)^1$$

$$Op = 123349 \text{ para el año 2009}$$

ANEXO N° 7

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

FORMULA

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

SIMBOLOGIA

D_p = Demanda Proyectada

DA = Demanda actual

1 = Valor constante

i = Tasa de crecimiento

n = Tiempo

CUADRO N° 14
PROYECCION DE LA DEMANDA EN CANTIDAD DE PRODUCTO
CON LA TASA DE CRECIMIENTO DEL 3%

AÑO	CANTIDAD FUNDAS 500gr
2009	474596
2010	488834
2011	503499
2012	518604
2013	534162

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

$$D_p = 460773 \text{ fundas } (1 + 0.03)^1$$

D_p = 474596 fundas de 500gr. para el año 2009.

$$X = \frac{54.189,99 * 1}{80}$$

$$X = 677,37 \text{ sacos}$$

Se concluye que para producir los 70229 fundas de 500gr. se necesita de 677 sacos de Avena Hojuela Granel de 80 libras, para la proyección del los siguientes años se toma en cuenta el aumento de la cantidad de unidades proyectadas.

MATERIA PRIMA DIRECTA

DETALLE	2009	2010	2011	2012	2013
Saco de Avena Hojuela Granel 80 libras	677	693	708	724	741
Precio Saco	23,50	25,58	27,84	30,30	32,98
TOTAL	15909,50	17726,94	19710,72	21937,20	24438,18

ANEXO N° 9

SALARIOS MANO DE OBRA DIRECTA

Proyección del Salario Básico Unificado

Detalle	2009	2010	2011	2012	2013
1 Jefe de Producción	300,00	326,49	355,32	386,69	420,84
6 Obreros	230,00	250,31	272,41	296,47	322,64
Total Mensual	530,00	576,80	627,73	683,16	743,48
Total Anual	6360,00	6921,60	7532,76	8197,92	8921,76
Total Salario Básico Unif.	20160,00	21940,13	23877,44	25985,82	28280,37

Proyección del Costo Total de la Mano de Obra Directa

Detalle	2009	2010	2011	2012	2013
Salario Básico Unificado	20160,00	21940,13	23877,44	25985,82	28280,37
Aporte Patronal 12,15%	2449,44	2665,73	2901,11	3157,28	3436,06
Fondos de Reserva	1680,00	1828,34	1989,79	2165,48	2356,70
13° Sueldo	1680,00	1828,34	1989,79	2165,48	2356,70
14° Sueldo	1526,00	1526,00	1526,00	1526,00	1526,00
Total Costo Mano de Obra	27495,44	29788,54	32284,12	35000,07	37955,83

ANEXO N° 10

MATERIA PRIMA INDIRECTA PARA EL AÑO 2009

BULTO DE PANELA

Para cada saco de avena se necesita 1 saco de Panela de 60 unidades

1 saco de Avena \times 1 saco de Panela
677 sacos de Avena X

$$X = \frac{677 * 1}{1} \quad X = \text{Se necesita } 677 \text{ sacos de Panela de } 60 \text{ unidades}$$

LIBRA DE ALMENDRAS

Para cada saco de avena se necesita 5 libras de almendras

1 saco de Avena \times 5 libras almendras
677 sacos de Avena X

$$X = \frac{677 * 5}{1} \quad X = \text{Se necesita } 3.385 \text{ libras de Almendras}$$

LIBRA NUEZ

Para cada saco de avena se necesita 8 libras de nuez

1 saco de Avena \times 8 libras nuez
677 sacos de Avena X

$$X = \frac{677 * 8}{1} \quad X = \text{Se necesita } 5.416 \text{ libras de Nuez}$$

LIBRA PEPA DE ZAMBO

Para cada saco de avena se necesita 6 libras de pepa de zambo

1 saco de Avena \times 6 libras pepa zambo
677 sacos de Avena X

$$X = \frac{677 * 6}{1} \quad X = \text{Se necesita 4.062 libras de Pepa de Zambo}$$

LIBRA DE AJONJOLÍ

Por cada 200 unidades de granola se necesita 5,5 libras de ajonjolí, debido a que esta materia prima indirecta se la añade cuando se empaca la granola en sus respectivas fundas.

200 unidades \times 5,5 libras ajonjolí
70229 unidades X

$$X = \frac{70229 * 5,5}{200} \quad X = \text{Se necesita 1.931 libras de Ajonjolí}$$

COCOS

Por cada 25 fundas de 500gr. se necesita 1 coco rallado, igualmente este ingrediente se lo adiciona durante el empaque de la granola.

25 fundas \times 1 coco rallado
70229 fundas X

$$X = \frac{70229 * 1}{25} \quad X = \text{Se necesita 2.809 cocos}$$

PASAS (Caja de 22 libras)

Por cada 150 fundas de 500gr. se necesita 1 caja de pasa de 22 libras.

$$\begin{array}{r} 150 \text{ fundas} \\ 70229 \text{ fundas} \end{array} \begin{array}{c} \times \\ \\ \end{array} \begin{array}{l} 22 \text{ libras de pasas} \\ X \end{array}$$

$$X = \frac{70229 * 22}{150}$$

$$X = \text{Se necesita } 10.300 \text{ libras de pasas}$$
$$10.300 / 22 = 468 \text{ Cajas de Pasas de 22 libras}$$

ACEITE (Caja de Botella 15 unidades)

Por cada saco de avena se necesita 10 botellas de aceite.

$$\begin{array}{r} 1 \text{ saco avena} \\ 677 \text{ sacos avena} \end{array} \begin{array}{c} \times \\ \\ \end{array} \begin{array}{l} 10 \text{ botellas aceite} \\ X \end{array}$$

$$X = \frac{677 * 10}{1}$$

$$X = \text{Se necesita } 6.770 \text{ botellas de aceite}$$
$$6.770 / 15 = 451 \text{ Cajas de Aceite de 15 unidades}$$

FUNDAS POLIETILENO A45 (Paquete de 100 unidades)

Cada paquete contiene 100 fundas, por tanto para las unidades proyectadas se necesita 70229 fundas, por tanto 702,29 paquetes, por pérdidas que se susciten durante el sellado o empaque se pronostica 703 paquetes de fundas.

ETIQUETAS (Paquete de 5000)

El paquete de etiquetas contiene 5000 unidades, para las fundas proyectadas se necesita 70229 etiquetas, es decir 14,05 paquetes, por daños que se susciten durante el empaque se pronostica 14,1 paquetes de etiquetas.

MATERIA PRIMA INDIRECTA		2009		
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VAL. UNIT.	TOTAL
Panela	Saco 60 unidades	677	9,50	6431,50
Almendras	Libras	3385	2,40	8124,00
Nuez	Libras	5416	2,20	11915,20
Pepa de zambo	Libras	4062	1,52	6174,24
Ajonjolí	Libras	1931	1,29	2490,99
Cocos	Unidades	2809	0,60	1685,40
Pasas	Cajas 22 Libras	468	13,50	6318,00
Aceite Aerosol	Cajas de 15 Unidades	451	16,50	7441,50
Fundas	Paquete 100 unidades	703	6,00	4218,00
Etiquetas	Paquete 5000 unidades	14,1	140,00	1974,00
TOTAL				56772,83

ANEXO N° 11

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN AÑO 2009

DESCRIPCIÓN	UNID/MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
Agua potable	m ³	95	0,37	35,15	421,80
TOTAL				35,15	421,80

Para el año 2010:

Para 70229 unidades se necesita 95 m³ ¿Cuántos se necesita para 71843 unidades?

Es decir, para los próximos años está en función de la producción proyectada y su precio en base a la tasa de inflación.

$$\begin{array}{l}
 70229 \text{ unidades} \\
 71843 \text{ unidades}
 \end{array}
 \begin{array}{c}
 \times \\
 \times
 \end{array}
 \begin{array}{l}
 95 \text{ m}^3 \\
 X
 \end{array}
 \quad X = 97 \text{ m}^3$$

Año 2011

$$\begin{array}{l}
 70229 \text{ unidades} \\
 73439 \text{ unidades}
 \end{array}
 \begin{array}{c}
 \times \\
 \times
 \end{array}
 \begin{array}{l}
 95 \text{ m}^3 \\
 X
 \end{array}
 \quad X = 99 \text{ m}^3$$

Año 2012

70229 unidades \times 95 m³ X = 102 m³
75139 unidades X

Año 2013

70229 unidades \times 95 m³ X = 104 m³
76822 unidades X

ANEXO N° 12

REMUNERACIONES PERSONAL ADMINISTRATIVO

Proyección del Salario Básico Unificado

Detalle	2009	2010	2011	2012	2013
1 Gerente General	400,00	435,32	473,76	515,59	561,12
1 Contador	300,00	326,49	355,32	386,69	420,84
1 Asistente Contable	230,00	250,31	272,41	296,47	322,64
2 Secretarias	220,00	239,43	260,57	283,58	308,62
1 Bodeguero	218,00	237,25	258,20	281,00	305,81
Total Mensual	1368,00	1488,79	1620,25	1763,32	1919,02
Total Anual	16416,00	17865,48	19443,00	21159,84	23028,24
Total Salario Básico Unif.	19056,00	20738,64	22569,87	24562,79	26731,68

Proyección del Gasto Total del Personal Administrativo

Detalle	2009	2010	2011	2012	2013
Salario Básico Unificado	19056,00	20738,64	22569,87	24562,79	26731,68
Aporte Patronal 12,15%	2315,30	2519,75	2742,24	2984,38	3247,90
Fondos de Reserva	1588,00	1728,22	1880,82	2046,90	2227,64
13° Sueldo	1588,00	1728,22	1880,82	2046,90	2227,64
14° Sueldo	1308,00	1308,00	1308,00	1308,00	1308,00
Total Personal Administ.	25855,30	28022,83	30381,75	32948,96	35742,86

ANEXO N° 13

GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN AÑO 2009

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
Luz Eléctrica (kwh)	605	0,0827	50,00	600,00
Agua Potable (m ³)	40	0,37	14,80	177,60
Teléfono (minutos)	2500	0,011664	29,16	350,00
Otros	1	1,67	1,67	20,00
TOTAL			95,63	1147,60

ANEXO N° 14

REMUNERACIÓN PERSONAL DE VENTAS

Proyección del Salario Básico Unificado

Detalle	2009	2010	2011	2012	2013
1 Vendedor	218,00	237,25	258,20	281,00	305,81
Total Mensual	218,00	237,25	258,20	281,00	305,81
Total Anual	2616,00	2847,00	3098,40	3372,00	3669,72
Total Salario Básico Unif	2616,00	2847,00	3098,40	3372,00	3669,72

Proyección del Gasto Total del Personal de Ventas

Detalle	2009	2010	2011	2012	2013
Salario Básico Unificado	2616,00	2847,00	3098,40	3372,00	3669,72
Aporte Patronal 12,15%	317,84	345,91	376,45	409,69	445,87
Fondos de Reserva	218,00	237,25	258,20	281,00	305,81
13° Sueldo	218,00	237,25	258,20	281,00	305,81
14° Sueldo	218,00	218,00	218,00	218,00	218,00
Total Personal de Ventas	3587,84	3885,41	4209,25	4561,69	4945,21

ANEXO N° 15

GASTO PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
Publicidad Periódicos-Radio otros	1	12,50	12,50	150,00
Otros	1	2,50	2,50	30,00
TOTAL			15,00	180,00

ANEXO N° 16

MOVILIZACIÓN Y TRANSPORTE

DESCRIPCIÓN		CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
Transporte	Movilización Interna	10	3	30,00	360,00
TOTAL				30,00	360,00

ANEXO N° 17

TABLA DE DEPRECIACIÓN	PORCENTAJE	AÑOS
Edificio	5%	20
Maquinaria y Muebles de Oficina	10%	10
Equipo de Computo	33,33%	3
Equipo de Oficina	10%	10
Vehiculo	20%	5

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS

DETALLE	CANT.	PREC. UNIT.	VALOR TOTAL	% DEPREC. LEGAL	2009	2010	2011	2012	2013
1.1.COSTO DEPRECIACIÓN EDIFICIO									
Descripción									
Edificio	1	30000,00	30000,00	5%	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00
SUBTOTAL					1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00
COSTO DEPRECIACIÓN MAQUINARIA									
Descripción									
Hornos Industriales	4	1300,00	5200,00	10%	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00
Cocinas Industriales	4	200,00	800,00	10%	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Selladoras	2	600,00	1200,00	10%	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Mezcladoras	2	800,00	1600,00	10%	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
Gas Industrial	7	50,00	350,00	10%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pailas	10	30,00	300,00	10%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ollas	10	22,00	220,00	10%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cucharones Grandes	15	6,00	90,00	10%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Tinas de Plástico	15	6,00	90,00	10%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Herramientas Manuales	10	10,00	100,00	10%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros	5	30,00	150,00	10%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SUBTOTAL					880,00	880,00	880,00	880,00	880,00
COSTO EQUIPOS DE COMPUTACIÓN									
Descripción									
Equipo de Computación	5	660,00	3300,00	33,33%	1099,89	1099,89	1099,89	1099,89	1099,89
Impresoras Normales	5	40,00	200,00	33,33%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Impresoras Multifunción	2	100,00	200,00	33,33%	66,66	66,66	66,66	66,66	66,66
Otros Equipos	2	30,00	60,00	33,33%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Reinversión de Activos Fijos (Año 2011) Depreciación	3	700,00	2100,00	33,33%			699,93	699,93	699,93
SUBTOTAL					1166,55	1166,55	1866,48	1866,48	1866,48
COSTO OTROS EQUIPOS									
Descripción									
Teléfonos, fax	6	25,00	150,00	10%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SUBTOTAL					0,00	00,00	00,00	00,00	00,00

COSTO DE MUEBLES Y ENSERES									
Descripción									
Escritorios de Oficina	5	90,00	450,00	10%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mesas para la elaboración del cereal	5	40,00	200,00	10%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles de Oficina	4	150,00	600,00	10%	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Sillas de Oficina	12	25,00	300,00	10%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sillones de Oficina Gerencia	1	200,00	200,00	10%	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Mesa de reuniones	1	40,00	40,00	10%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Perchas	8	100,00	800,00	10%	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Archivadores con divisiones	8	40,00	320,00	10%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SUBTOTAL					160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
TOTAL COSTO									
DEPRECIACIONES					3706,55	3706,55	4406,48	4406,48	4406,48