



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS BALANCEADOS PARA ANIMALES EN LA PARROQUIA DE JULIO ANDRADE- PROVINCIA DEL CARCHI”

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

**AUTOR (AS):** AYALA VIVAS KIMBERLY DAYANA  
ERAZO SUÁREZ LORENA TATIANA

**DIRECTORA:** MSc. ANA ARCINIEGAS

**IBARRA, JULIO DEL 2018**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de factibilidad fue realizado para evaluar la creación de una microempresa de distribución de alimentos balanceados para animales en la parroquia Julio Andrade, Provincia del Carchi. Como resultado de la evaluación se llegó a determinar que la implementación del proyecto se justifica actualmente porque existe condiciones que permiten su inserción en el mercado determinado. Al analizar el estudio de mercado se comprobó que existe la aceptación para adquirir alimentos balanceados para animales. En el estudio técnico se determinó que la mejor localización del proyecto es el barrio Santa Clara en la parroquia Julio Andrade, por cuanto la ubicación se encuentra cerca a los clientes y proveedores de la mercadería. Por otro lado, el estudio financiero económico del proyecto arrojó como resultado que la rentabilidad generada sobre la inversión total sería 34,45%, cifra mayor que la tasa de rendimiento medio del 9,33% y que la tasa pasiva referencial del Banco Central del Ecuador 2017 del 4,95%. Finalmente, para garantizar el éxito de la microempresa, es necesario cumplir con los requisitos y obligaciones de su constitución, y considerar los impactos que puede causar su ejecución.

## ABSTRACT

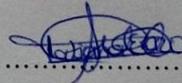
The present research was carried out with the purpose of evaluating the creation of a micro-company that distributes balanced feed for animals in the parish of Julio Andrade, province of Carchi. As a result of the investigation it was determined that the implementation of the enterprise is currently justified because there are conditions that allow its insertion in the determined market. With the analysis of the market study, it was found that there is acceptance to acquire balanced feed for animals. In the technical study it was determined that the best location of the enterprise is the Santa Clara neighborhood in the Julio Andrade parish since the town is close to the customers and suppliers of the merchandise. On the other hand, the economic financial study of the project showed that the profitability generated on the total investment would be 34.45 %, which is higher than the average yield rate of 9.33% and the benchmark passive rate of the Central Bank of Ecuador 2017 of 4.95%. Finally, in order to guarantee the success of the microenterprise, it is necessary to comply with the requirements and obligations of its constitution, and to take into consideration the impacts that its execution may cause.

**AUTORÍA**

Nosotras, KIMBERLY DAYANA AYALA VIVAS, portadora de cédula de ciudadanía Nro. 040163310-2; y LORENA TATIANA ERAZO SUÁREZ, portadora de cédula de ciudadanía Nro. 100382784-5 declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito, "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS BALANCEADOS PARA ANIMALES EN LA PARROQUIA DE JULIO ANDRADE- PROVINCIA DEL CARCHI", es de nuestra autoría y que no ha sido previamente presentado para ningún otro fin de orden académico o profesional y que los resultados de la investigación y sus respectivas fuentes bibliográficas se detallan en el presente documento.

.....  
KIMBERLY AYALA

040163310-2

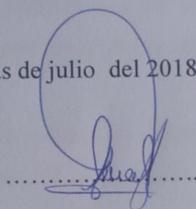
.....  
LORENA ERAZO

100382784-5

### CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Directora de Trabajo de Grado presentado por las egresadas, Srta. **Kimberly Dayana Ayala Vivas y Lorena Tatiana Erazo Suárez**, para optar por el título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, CPA, cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS BALANCEADOS PARA ANIMALES EN LA PARROQUIA DE JULIO ANDRADE-PROVINCIA DEL CARCHI”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se dirige.

Dado en la ciudad de Ibarra, a los 4 días de julio del 2018



MSc. ANA ARCINIEGAS  
DIRECTORA DEL TRABAJO DE GRADO



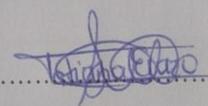
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR  
DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotras, KIMBERLY DAYANA AYALA VIVAS, portadora de cédula de ciudadanía Nro. 040163310-2; y LORENA TATIANA ERAZO SUÁREZ, portadora de cédula de ciudadanía Nro. 100382784-5, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5, y 6 en calidad de autoras de trabajo de grado denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS BALANCEADOS PARA ANIMALES EN LA PARROQUIA DE JULIO ANDRADE- PROVINCIA DEL CARCHI”, que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, CPA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En consideración suscribimos este documento en el momento que hagamos la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, 4 de julio del 2018

  
.....  
KIMBERLY AYALA  
040163310-2

  
.....  
LORENA ERAZO  
100382784-5





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

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.**

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

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

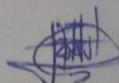
<b>DATOS DEL CONTACTO</b>			
CÉDULA DE CIUDADANÍA:	040163310-2 100382784-5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	AYALA VIVAS KIMBERLY DAYANA ERAZO SUÁREZ LORENA TATIANA		
DIRECCIÓN:	13 DE ABRIL Y TARQUI (JULIO ANDRADE) NICOLAS GOMEZ 1-105 Y AV. CRISTOBAL DE TROYA		
E-MAIL:	<a href="mailto:kdayalav@utn.edu.ec">kdayalav@utn.edu.ec</a> <a href="mailto:lorenaerazosuarez@gmail.com">lorenaerazosuarez@gmail.com</a>		
TELÉFONO FIJO:	062224-028 _____	TELÉFONO MÓVIL:	0968352291 0988043910

### 3. CONSTANCIAS.

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que son titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

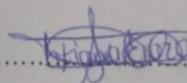
Ibarra, marzo del 2018

#### LAS AUTORAS



.....  
KIMBERLY AYALA

040163310-2



.....  
LORENA ERAZO

100382784-5

## AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme fortaleza y hacer este plan para mi vida.

A mi mami por su esfuerzo y cariño, a mi hermana por sus sabios consejos y apoyo incondicional, a mi hermano por su comprensión.

Al expresidente Rafael Correa que de cierta manera su establecimiento de la educación superior gratuita me ha permitido cumplir con mi anhelo.

A nuestra tutora de tesis Ing. Ana Arciniegas, por sus conocimientos y experiencia brindados, su paciencia y en especial su confianza impartida ha permitido culminar con éxito el proyecto.

*Lorena Tatiana Erazo Suárez*

Mi eterna gratitud a todos quienes me apoyaron en todo momento de manera especial a Dios por darme la vida, fuerza y fe de que todo lo que me planteó se consigue por su gracia; a mi madre y hermano que con nobleza y sacrificio entregaron todo su apostolado en mi alma, de igual manera a MI EXCELENTE UNIVERSIDAD de la cual llevo las mejores enseñanzas y experiencias.

Y de manera especial a la Ing. Ana Arciniegas, por su dedicación, paciencia, experiencia, confianza y por impartirnos sus conocimientos para el desarrollo de este trabajo.

*Kimberly Dayana Ayala Vivas*

## **PRESENTACIÓN**

El presente estudio de factibilidad se lo realiza para determinar la propuesta de creación de una microempresa de distribución de alimentos balanceados para animales en la parroquia de Julio Andrade- Provincia del Carchi, con el fin de lograr satisfacer las necesidades del ganadero, porcicultor y avicultor; en consecuencia, la implementación de este proyecto está enfocado en siete capítulos que se detallan a continuación:

El primer capítulo se refiere al diagnóstico situacional, que se lo realiza a través de la investigación de campo y documental aplicando la ficha de observación directa en el entorno donde se va a desarrollar el proyecto para recabar información sobre la situación actual del mercado a fin de identificar la oportunidad para invertir.

El capítulo dos constituye la fundamentación de bases teóricas de la información científica, contable, técnica y administrativa, se la encontrará clasificada en términos específicos, generales y técnicos que se utilizaron en el análisis para la propuesta de la creación de la microempresa de distribución de alimentos balanceados, en el cual se recopila toda la información necesaria y concerniente para facilitar la comprensión sobre la distribución de estos productos. Estas bases serán obtenidas de fuentes secundarias como libros, revistas, reglamentos y leyes.

Dentro del capítulo tres consta el estudio de mercado que se realiza en la parroquia de Julio Andrade, el cual es la herramienta básica y fundamental para determinar la oferta, la demanda a fin de cuantificar y actualizar la información obtenida mediante fuentes documentales. Con la elaboración de encuestas dirigidas a los consumidores potenciales, se determina la demanda de alimentos balanceados, oferta del medio y la obtención de la demanda insatisfecha, así como

también se plantea las estrategias de comercialización adecuadas para lograr introducir la microempresa al mercado actual.

El cuarto capítulo se refiere al estudio técnico que enmarca la micro y macro localización, la implementación de la microempresa a través la ingeniería, tamaño, capacidad instalada, cuantificación de costos, determinación de inversiones fija y variable, capital de trabajo necesario para poner en marcha el proyecto, análisis de proceso de distribución y financiamiento requerido.

El capítulo cinco se refiere a conocer la situación financiera de la microempresa a través del análisis y evaluación económica con respecto a la inversión fija y variable, costos, gastos de venta y administración, estados financieros proforma y arranque de la microempresa de distribución de alimentos balanceados, demostrando en esta etapa si su implementación generará pérdidas o ganancias y si se logrará recuperar la inversión realizada a través de indicadores financieros como: valor actual neto, tasa interna de retorno, periodo de recuperación de la inversión y punto de equilibrio.

En el estudio organizacional se plantea una propuesta administrativa encaminada a establecer la organización formal y las funciones de cada unidad que forma parte del giro del negocio; finalmente, se establecerá los aspectos legales para el funcionamiento de la microempresa a fin de que sea un ente generador de ingresos para la parroquia y cumpla con las leyes vigentes.

Como capítulo final se analiza el nivel de impacto comercial, social, económico y ambiental que generará en la parroquia y sus pobladores la implementación del proyecto en toda su vida útil.

## INDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	II
ABSTRACT.....	III
AUTORÍA.....	IV
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO .....	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	VII
DEDICATORIA .....	X
AGRADECIMIENTO .....	XI
PRESENTACIÓN.....	XII
INDICE GENERAL .....	XIV
ÍNDICE DE TABLAS .....	XXVI
ÍNDICE DE CUADROS.....	XXXII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XXXIV
INTRODUCCIÓN .....	XXXVI
NOMBRE DEL PROYECTO.....	XXXVIII
OBJETIVOS .....	XXXVIII
OBJETIVO GENERAL.....	XXXVIII
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	XXXVIII
CAPITULO I .....	1
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	1
1.1. Antecedentes .....	1

1.2. Justificación.....	2
1.3. Objetivos del diagnóstico.....	3
1.3.1. Objetivo General.....	3
1.3.2. Objetivos específicos.....	3
1.4. Variables del diagnóstico.....	3
1.5. Indicadores de las variables.....	4
1.6. Matriz de relación diagnóstica.....	5
1.7. Desarrollo de las Variables Diagnósticas.....	6
1.7.1. Aspectos geográficos.....	6
1.7.2. Aspectos generales de la población.....	11
1.7.3. Aspectos socioeconómicos.....	15
1.7.4. Distribución del producto.....	20
1.7.5. Situación actual del mercado.....	21
1.8. Análisis de los factores P.E.S.T.E.....	22
1.9. Matriz AOOR.....	25
1.10. Cruces estratégicos AO, OO, AR.....	26
1.10.1. Aliados – Oportunidades.....	26
1.10.2. Oponentes – Oportunidades.....	26
1.10.3. Aliados – Riesgos.....	27
1.11. Identificación de la oportunidad diagnóstica.....	27
CAPITULO II.....	28
MARCO TEÓRICO.....	28
2.1 Objetivo General.....	28

2.2	Alimento.....	29
2.3	Alimento balanceado.....	29
2.4	Concentrado proteico .....	29
2.5	Materia prima de los alimentos balanceados.....	30
2.6	Alimentación animal .....	31
2.6.1	Alimentación en aves .....	31
2.6.2	Alimentación en porcinos.....	32
2.6.3	Alimentación en vacunos .....	32
2.7	Nutrición animal.....	33
2.8	Diagnóstico Situacional.....	35
2.9	Marco Teórico.....	35
2.10	Estudio de Mercado.....	36
2.10.1	Mercado.....	36
2.10.2	El Producto.....	36
2.10.3	Oferta.....	37
2.10.4	Demanda.....	37
2.10.5	Precio.....	38
2.10.6	Distribución.....	38
2.10.7	Canales de distribución o canal de marketing.....	38
2.11	Estudio Técnico.....	39
2.11.1	Localización del proyecto .....	40
2.11.2	Determinación del tamaño óptimo .....	40
2.11.3	Ingeniería del proyecto.....	41

2.12 Estudio Organizacional .....	42
2.12.1 Empresa.....	43
2.12.2 Clasificación de la empresa.....	43
2.12.3 Microempresa.....	45
2.12.4 Características de la microempresa .....	45
2.12.5 Emprendimiento .....	46
2.12.6 Tipos de emprendimientos .....	47
2.12.7 Misión.....	47
2.12.8 Visión .....	48
2.12.9 Estructura Organizacional .....	48
2.13 Estudio Financiero.....	50
2.13.1 Presupuesto.....	51
2.13.2 Estados Financieros.....	51
2.13.3 Estado de Situación Financiera .....	52
2.13.4 Estado de Resultados.....	53
2.13.5 Estado de Flujo de Efectivo .....	55
2.13.6 Evaluación Financiera.....	55
CAPITULO III.....	59
ESTUDIO DE MERCADO .....	59
3.1. Introducción .....	59
3.2. Objetivos del estudio de mercado .....	59
3.2.1. Objetivo general .....	59
3.2.2. Objetivos específicos.....	59

3.3. Variables de estudio .....	60
3.4. Indicadores de las variables.....	60
3.5. Matriz del Estudio de Mercado .....	61
3.6. Identificación del Servicio .....	62
3.6.1. Segmento del Mercado.....	62
3.6.2. Mercado Objetivo.....	62
3.6.3. Determinación de la Población .....	63
3.6.4. Determinación de la Muestra .....	63
3.7. Técnicas de recolección de información .....	64
3.8. Análisis e interpretación de los resultados de las encuestas.....	65
3.9. Demanda.....	76
3.9.1. Identificación de la demanda.....	76
3.9.2. Proyección de la demanda.....	79
3.10. Oferta.....	80
3.10.1 Análisis de la competencia.....	80
3.10.2 Identificación de la oferta.....	81
3.10.3 Proyección de la oferta.....	82
3.10.4. Balance Oferta y Demanda .....	83
3.11. Análisis de precios .....	84
3.11.1. Proyección de precios.....	84
3.12. Proveedores .....	85
3.12.1. Proveedores nacionales mayoristas .....	85
3.12.2. Proveedores mayoristas.....	86

3.13. Estrategias de marketing .....	87
3.13.1. Producto .....	87
3.13.2. Plaza .....	88
3.13.3. Publicidad.....	89
3.14. Conclusiones del Estudio de Mercado .....	91
CAPITULO IV.....	93
ESTUDIO TÉCNICO .....	93
4.1. Introducción .....	93
4.2. Objetivos del Estudio técnico.....	93
4.2.1. Objetivo general .....	93
4.2.2. Objetivos específicos.....	93
4.3. Localización de la microempresa.....	94
4.3.1. Macro localización .....	94
4.3.2. Micro localización.....	95
4.4. Ingeniería del proyecto.....	97
4.4.1. Distribución de la microempresa.....	98
4.5. Tamaño del proyecto .....	99
4.5.1. Disponibilidad de alimentos balanceados .....	99
4.5.2. Disponibilidad de transporte .....	100
4.5.3. Disponibilidad de financiamiento .....	100
4.6. Capacidad instalada.....	101
4.7. Descripción técnica de la distribución de alimentos balanceados.....	102
4.7.1. Proceso de adquisición.....	102

4.7.2. Proceso de distribución en el almacén .....	103
4.7.3. Proceso de distribución de venta a domicilio.....	104
4.8. Diseño de la distribución de alimentos balanceados .....	105
4.8.1. Simbología empleada .....	105
4.9. Inversiones en activos fijos .....	109
4.9.1. Maquinaria y equipo.....	109
4.9.2. Muebles y enseres .....	109
4.9.3. Equipo de cómputo.....	109
4.9.4. Resumen de activos fijos.....	110
4.10. Inversión diferida .....	110
4.11. Costos de adquisición de alimentos balanceados .....	110
4.12. Determinación del precio .....	111
4.13. Gastos de administración .....	113
4.13.1. Sueldos Administrativos .....	113
4.13.2. Servicios básicos .....	114
4.13.3. Gastos de arriendo .....	114
4.13.4. Suministros de oficina.....	115
4.13.5. Suministros de limpieza .....	115
4.13.6. Resumen de Gastos Administrativos.....	116
4.14. Gastos de ventas .....	116
4.14.1. Sueldo de ventas.....	116
4.14.2. Suministros de ventas.....	117
4.14.3. Gastos de publicidad .....	117

4.14.4. Gasto en Transporte .....	117
4.14.5. Resumen de Gastos de Ventas .....	118
4.15. Capital de trabajo .....	118
4.16. Inversión Total .....	119
4.17. Financiamiento .....	120
CAPITULO V .....	121
ESTUDIO FINANCIERO – ECONÓMICO .....	121
5.1 Introducción .....	121
5.2. Objetivos del Estudio Financiero .....	121
5.2.1. Objetivo general .....	121
5.2.2. Objetivos específicos.....	121
5.3. Determinación de los ingresos proyectados .....	122
5.4. Determinación de egresos .....	125
5.5. Costos .....	125
5.5.1. Mercadería.....	125
5.6. Depreciación de activos fijos .....	127
5.6.1. Depreciación maquinaria.....	128
5.6.2. Depreciación de muebles y enseres.....	128
5.6.3. Depreciación de equipo de computación .....	129
5.6.4. Depreciación de equipo de computación para años 4 y 5 .....	129
5.6.5. Resumen de depreciación de activos fijos.....	130
5.7. Gastos de ventas .....	130
5.7.1. Sueldos de ventas .....	130

5.7.2. Gastos en suministros de oficina.....	131
5.7.3. Gastos de publicidad .....	131
5.7.4. Gastos en transporte .....	132
5.7.5. Resumen de gastos de ventas .....	132
5.8. Gastos administrativos .....	133
5.8.1. Sueldos Administrativos .....	133
5.8.2. Servicios básicos .....	134
5.8.3. Gasto arriendo .....	134
5.8.4. Suministros de oficina.....	135
5.8.5. Suministros de limpieza .....	135
5.8.6. Resumen de gastos administrativos.....	135
5.9. Amortización de activos diferidos.....	136
5.10. Estado de Situación Inicial Proyectado .....	136
5.11. Estado de Resultados Proyectado.....	138
5.12. Estado de Flujo de Caja Proyectado.....	139
5.13. Análisis financiero.....	140
5.13.1. Costo de oportunidad .....	140
5.13.2. Tasa de rendimiento medio (TRM).....	141
5.13.3. Valor Actual Neto o Valor Presente Neto (VAN o VPN).....	142
5.13.4. Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	143
5.13.5. Relación Costo- Beneficio .....	144
5.13.6. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) .....	145
5.13.7. Punto de Equilibrio.....	146

5.13.8. Resumen de indicadores.....	149
CAPITULO VI.....	150
ESTUDIO ORGANIZACIONAL .....	150
6.1. Introducción.....	150
6.2. Objetivo general.....	150
6.3. Denominación de la microempresa o razón social.....	150
6.3.1 Logotipo .....	151
6.3.2 Slogan.....	151
6.4. Misión.....	152
6.5. Visión .....	152
6.6. Objetivos organizacionales .....	152
6.7. Valores .....	153
6.8. Principios.....	153
6.9. Políticas corporativas .....	154
6.10. Estructura administrativa.....	156
6.10.1. Organigrama estructural.....	156
6.10.2. Organigrama funcional.....	157
6.10.3. Niveles administrativos .....	157
6.11. Manual de funciones .....	158
6.12. Constitución jurídica de la microempresa.....	162
6.13. Aspectos Legales para el funcionamiento de la microempresa.....	162
6.13.1. Documentos habilitantes.....	162
6.13.2. Obligaciones por cumplir.....	163

CAPITULO VII .....	165
IMPACTOS .....	165
7.1. Introducción .....	165
7.2. Objetivo general .....	165
7.3. Matriz de valoración de impactos .....	165
7.4. Impacto económico .....	166
7.5. Impacto social .....	168
7.6. Impacto comercial .....	169
7.7. Impacto ambiental .....	171
7.8. Impacto general de la microempresa.....	172
CONCLUSIONES .....	173
RECOMENDACIONES.....	175
BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA .....	176
ANEXOS .....	181
Anexo 1 Ficha de observación 1 .....	181
Anexo 2 Ficha de observación 2.....	182
Anexo 3 Encueta para aplicar a personas dedicadas a la producción pecuaria .....	183
Anexo 4 Entrevista aplicada a los dueños de los Centros de Distribución de Alimentos Balanceados de la Parroquia de Julio Andrade.....	185
Anexo 5 Entrevista 1 .....	186
Anexo 6 Entrevista 2.....	187
Anexo 7 Entrevista 3.....	189
Anexo 8 Entrevista 4.....	191

Anexo 9 Precios de los activos fijos y herramientas en el Mercado Libre Ecuador.....	192
Anexo 10 Programa antiplagio Urkund .....	196

**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1 Matriz de relación diagnóstica.....	5
Tabla 2 Distribución de la Población.....	13
Tabla 3 Nivel de Educación de la Parroquia Julio Andrade .....	15
Tabla 4 Principales actividades económicas.....	16
Tabla 5 Variación del salario básico unificado 2013-2017 .....	19
Tabla 6 Canasta familiar básica 2013-2017 .....	19
Tabla 7 Matriz de análisis del estudio de mercado .....	61
Tabla 8 Criterios de segmentación.....	62
Tabla 9 Tipo de alimentación suministrada .....	65
Tabla 10 Cantidad comprada mensualmente .....	66
Tabla 11 Características del producto.....	67
Tabla 12 Marcas de preferencia.....	68
Tabla 13 Características de las marcas de preferencia.....	69
Tabla 14 Precio promedio alimentos balanceados.....	70
Tabla 15 Lugar de compra de alimento balanceado .....	71
Tabla 16 Medios de comunicación de uso frecuente .....	72
Tabla 17 Nivel de aceptación de la propuesta .....	73
Tabla 18 Ubicación de preferencia .....	74

Tabla 19 Preferencia de venta del producto.....	75
Tabla 20 Cantidad de alimentos adquiridos mensualmente.....	76
Tabla 21 Cálculo de la demanda potencial .....	76
Tabla 22 Proyección de la demanda potencial en número de quintales .....	79
Tabla 23 Competencia .....	80
Tabla 24 Oferta de alimentos balanceados de las principales distribuidoras.....	81
Tabla 25 Proyección de la oferta potencial en número de quintales.....	82
Tabla 26 Proyección de la oferta potencial.....	83
Tabla 27 Precios.....	84
Tabla 28 Tasa de Inflación.....	84
Tabla 29 Proyección de precios en USD .....	85
Tabla 30 Tipos de productos.....	87
Tabla 31 Medios publicitarios .....	90
Tabla 32 Matriz de ponderación de factores de la micro localización .....	96
Tabla 33 Proyección de la capacidad instalada en número de quintales .....	101
Tabla 34 Maquinaria y Equipo .....	109
Tabla 35 Muebles y Enseres .....	109
Tabla 36 Equipo de cómputo .....	109
Tabla 37 Resumen de inversión en activos fijos.....	110

Tabla 38 Inversión diferida.....	110
Tabla 39 Inventario Inicial al costo .....	111
Tabla 40 Inventario a precio de venta en el local de expendio.....	112
Tabla 41 Inventario a precio de venta a domicilio.....	112
Tabla 42 Sueldo Administrador .....	113
Tabla 43 Sueldo Contador .....	113
Tabla 44 Resumen sueldos administrativos .....	114
Tabla 45 Servicios básicos.....	114
Tabla 46 Gasto arriendo.....	114
Tabla 47 Suministros de oficina .....	115
Tabla 48 Suministros de limpieza.....	115
Tabla 49 Resumen de Gastos Administrativos .....	116
Tabla 50 Sueldos Vendedor .....	116
Tabla 51 Suministros de ventas .....	117
Tabla 52 Gastos de publicidad.....	117
Tabla 53 Gastos en transporte.....	117
Tabla 54 Resumen de Gastos de Ventas .....	118
Tabla 55 Capital de trabajo .....	118
Tabla 56 Inversión Total.....	119

Tabla 57 Financiamiento.....	120
Tabla 58 Inventario Inicial a precio de venta.....	122
Tabla 59 Proyección de ingresos por ventas en el local de expendio .....	123
Tabla 60 Proyección de ingresos por ventas a domicilio.....	124
Tabla 61 Resumen de ingresos .....	125
Tabla 62 Proyección de egresos por compras.....	126
Tabla 63 Resumen de egresos.....	127
Tabla 64 Activos fijos.....	127
Tabla 65 Datos de depreciación.....	128
Tabla 66 Depreciación de Maquinaria.....	128
Tabla 67 Depreciación de Muebles y enseres.....	128
Tabla 68 Depreciación de equipo de computación .....	129
Tabla 69 Depreciación de Equipo de Computación .....	129
Tabla 70 Resumen de depreciación de activos fijos en USD .....	130
Tabla 71 Resumen de sueldos de ventas en USD .....	130
Tabla 72 Proyección de gastos en suministros de venta en USD .....	131
Tabla 73 Proyección de gastos de publicidad en USD .....	131
Tabla 74 Proyección de gastos en transporte en USD .....	132
Tabla 75 Resumen de gastos de ventas en USD .....	132

Tabla 76 Resumen de sueldos administrador en USD .....	133
Tabla 77 Resumen de sueldos contador en USD .....	133
Tabla 78 Resumen sueldos administrativos en USD .....	134
Tabla 79 Servicios básicos en USD .....	134
Tabla 80 Gasto arriendo en USD .....	134
Tabla 81 Suministros de oficina en USD .....	135
Tabla 82 Suministros de limpieza en USD .....	135
Tabla 83 Resumen de gastos administrativos en USD .....	136
Tabla 84 Amortización de activos diferidos en USD .....	136
Tabla 85 Estado de Situación Financiero Inicial Proyectado .....	137
Tabla 86 Estado de Resultados Proyectado .....	138
Tabla 87 Estado de Flujo de Caja Proyectado .....	139
Tabla 88 Costo de oportunidad .....	140
Tabla 89 Cálculo de tasa de rendimiento medio .....	141
Tabla 90 Cálculo de la tasa interna de retorno .....	143
Tabla 91 Análisis Costo/ Beneficio .....	144
Tabla 92 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) .....	145
Tabla 93 Costos Variables .....	146
Tabla 94 Costos Fijos .....	146

Tabla 95 Punto de equilibrio en unidades.....	147
Tabla 96 Resumen de indicadores .....	149
Tabla 97 Estructura de la matriz de valoración de riesgos .....	166
Tabla 98 Matriz de valoración del impacto económico.....	167
Tabla 99 Matriz de valoración del impacto social .....	168
Tabla 100 Matriz de valoración del impacto comercial.....	170
Tabla 101 Matriz de valoración del impacto ambiental.....	171
Tabla 102 Valoración del impacto general de la microempresa.....	172

**ÍNDICE DE CUADROS**

Cuadro 1 Indicadores de las variables .....	4
Cuadro 2 Construcción de la matriz AOOR .....	25
Cuadro 3 Términos específicos.....	28
Cuadro 4 Términos generales .....	34
Cuadro 5 Términos técnicos .....	50
Cuadro 6 Indicadores de las variables del estudio de mercado .....	60
Cuadro 7 Proveedores mayoristas de alimentos balanceados del sector .....	86
Cuadro 8 Recorridos de distribución de los productos balanceados.....	89
Cuadro 9 Áreas del proyecto.....	97
Cuadro 10 Principales proveedores de alimentos balanceados.....	99
Cuadro 11 Disponibilidad de transporte .....	100
Cuadro 12 Simbología .....	105
Cuadro 13 Proceso de adquisición de alimentos balanceados .....	106
Cuadro 14 Proceso de distribución de alimentos balanceados .....	107
Cuadro 15 Proceso de distribución de alimentos balanceados con servicio de venta a domicilio .....	108
Cuadro 16 Condición del Costo/Beneficio .....	144
Cuadro 17 Organigrama Estructural .....	156

Cuadro 18 Organigrama Funcional.....	157
Cuadro 19 Funciones del Administrador .....	159
Cuadro 20 Funciones del Contador(a) .....	160
Cuadro 21 Funciones del Vendedor(a) .....	161

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación de la Parroquia Julio Andrade en un contexto provincial parroquial.....	7
Figura 2 Datos demográficos Julio Andrade .....	12
Figura 3 Distribución de la población de Julio Andrade de acuerdo a edades .....	13
Figura 4 Crecimiento total poblacional de Julio Andrade .....	14
Figura 5 Producto interno bruto PIB.....	18
Figura 6 Evaluadores financieros.....	55
Figura 7 Tipo de alimentación suministrada.....	65
Figura 8 Cantidad comprada.....	66
Figura 9 Características del producto .....	67
Figura 10 Marcas de preferencia.....	68
Figura 11 Características de las marcas de preferencia .....	69
Figura 12 Precio Promedio alimentos balanceados .....	70
Figura 13 Lugar de compra de alimento balanceado .....	71
Figura 14 Medios de comunicación de uso frecuente.....	72
Figura 15 Nivel de aceptación de la propuesta .....	73
Figura 16 Ubicación de preferencia.....	74
Figura 17 Preferencia de venta del producto .....	75
Figura 18 Canal de distribución del proyecto .....	89

Figura 19 Ubicación del proyecto.....	94
Figura 20 Identificación de la micro localización del proyecto.....	97
Figura 21 Plano arquitectónico 2Dde la distribución de la microempresa .....	98
Figura 22 Plano arquitectónico 3D de la distribución de la microempresa .....	98
Figura 23 Logotipo de la microempresa .....	151
Figura 24 Niveles administrativos .....	158

## INTRODUCCIÓN

La industrialización y transformación de la materia prima para la preparación de los alimentos balanceados permiten un mejor aprovechamiento de los productos agrícolas además de proporcionar beneficios económicos en el sector, por lo cual, en su proceso productivo se abastece especialmente del sector agrícola, mientras que la oferta productiva generada se destina en su mayor parte a los sectores de acuicultura y pesca, avicultura y ganadería.

En el Ecuador la industria de alimentos balanceados tiene su origen por los años 1962 y 1963 con la utilización de molinos artesanales, para más tarde aparece la industrialización en la ciudad de Guayaquil produciendo los alimentos balanceados con métodos modernos, para ese entonces pasaron de lo artesanal a maquinaria automatizada.

Al año 2009, según el Censo Económico elaborado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), existían en el país 10.443 establecimientos tanto de producción como de comercialización, que en conjunto generaron ingresos por 1.313 millones de dólares (0,9% del total nacional), empleando a 23.425 personas de las cuales el 57% son hombres y el 43% mujeres, con un promedio de salario anual de 11.776 dólares, logrando una productividad de 151.561 dólares por trabajador, pagando impuestos por un total de 4,1 millones de dólares (0,3% del total de ingresos generados) y contribuciones sociales que representan el 2,97% del ingreso. Además, el 23,5% de los establecimientos del sector pudieron acceder a financiamiento productivo, siendo el 79,4% del financiamiento otorgado por el sector privado y el 7,3% por el sector público.

La mayor parte de la población que aporta a una economía popular y solidaria en la parroquia de Julio Andrade, en base al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Gobierno

Autónomo Descentralizado (GAD) Parroquial Julio Andrade 2015-2031 se encuentra presente la actividad principal agropecuaria ganadera con el 47% de la población total.

De acuerdo a los datos manifestados en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de (GAD) Parroquial Julio Andrade 2015-2031 y en base al tercer censo nacional agropecuario del año 2000, la parroquia cuenta con 17000 cabezas de ganado bovino es decir el 48.23 % del total del cantón Tulcán, con una producción diaria de 19 345 litros de leche anuales, siendo la producción vacuna, porcina y avícola una actividad económica tradicional de la parroquia. Por lo tanto, es necesario garantizar una adecuada alimentación para los animales; ya que con una dieta balanceada será fácil cubrir con requerimientos nutricionales y como consecuencia se logrará aumentar sus parámetros productivos, beneficiando principalmente a los productores campesinos que son los que se dedican a la crianza de los animales domésticos.

## **NOMBRE DEL PROYECTO**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS BALANCEADOS PARA ANIMALES EN LA PARROQUIA DE JULIO ANDRADE, PROVINCIA DEL CARCHI

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de distribución de alimentos balanceados para animales en la parroquia de Julio Andrade, Provincia del Carchi.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un diagnóstico situacional de la parroquia Julio Andrade mediante variables diagnósticas, que permitan identificar aliados, oportunidades, oponentes y riesgos para la creación de una microempresa de distribución de alimentos balanceados para animales.
- Estudiar las bases teórico-científicas a través de la investigación bibliográfica, documental e internet que permitan elaborar el marco teórico, que sustente los conceptos utilizados en el proyecto.
- Efectuar un estudio de mercado mediante el análisis de variables como la oferta, la demanda, producto, precio, plaza y publicidad, para determinar la demanda insatisfecha y conocer si el proyecto será viable en el mercado de la parroquia de Julio Andrade, Provincia del Carchi.

- Realizar un estudio técnico a través de la utilización de herramientas de investigación para establecer micro y macro localización, el tamaño, la ubicación, espacios físicos, inversiones, insumos, infraestructura y talento humano de la microempresa.
- Elaborar un estudio financiero- económico a través de proyecciones financieras para la estructuración de estados proforma y el uso de indicadores financieros con la finalidad de determinar la viabilidad económica de la microempresa.
- Realizar una propuesta de estructura administrativa y organizacional de la microempresa a través de la identificación de razón social, misión, visión, objetivos corporativos, políticas y un organigrama estructural y funcional que permita una adecuada delimitación de funciones para realizar las actividades propias del proyecto de manera adecuada.
- Identificar los posibles impactos que generará la creación de la microempresa a través de la evaluación de factores en los ámbitos: económico, social, ambiental, comercial para determinar si su incidencia en el proyecto será positiva o negativa con la finalidad de potencializar los impactos positivos y minimizar los negativos.

## **CAPITULO I**

### **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. Antecedentes**

La Parroquia Julio Andrade se encuentra en el sector septentrional del país, al noreste de la provincia del Carchi y al sureste del cantón Tulcán, es la parroquia más poblada del sector rural del cantón y de la provincia con una población de 10.038 habitantes, al año 2010 según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

En base al censo de población y vivienda 2010 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) la agricultura, ganadería, silvicultura, y pesca ocupa el primer lugar con el 80% en la Población Económicamente Activa (PEA), ocasionando un prometedor movimiento económico en la parroquia, sobre todo en el sector agrícola, seguido del sector comercio con un 12% y transporte con un 8%, permitiendo a la población mejorar su nivel de vida y por ende el desarrollo socio económico de la parroquia.

Los pobladores de Julio Andrade viven de la agricultura siendo una de las más importantes del país, se acompaña con la ganadería, la crianza de aves y cerdos, actividad tradicional que realizan como fuente de ingreso familiar y que aporta a la economía de la provincia. La costumbre alimenticia que mantienen depende del tipo de animal, en el caso del ganado su alimentación se basa en pasto que es producido en las mismas tierras, la alimentación de las aves es a base de maíz y lo complementan con alimentos balanceados, mientras que, los porcinos son alimentados con restos orgánicos como: frutas, verduras, legumbres, entre otros. La cantidad que suministran al día depende en la etapa de crecimiento que se encuentren cualquier sea el tipo de animal.

Actualmente los cambios en el clima han incidido en gran medida en la producción de alimento natural para animales, esto origina varios problemas, ya que la escasez o exceso de lluvias afectan las propiedades del pasto o de los cereales destinados a la alimentación de animales, lo que puede afectar su salud, por tal hecho, los campesinos buscan un producto complementario que reemplace la carencia alimenticia, pero en la parroquia no existe la suficiente oferta para cubrir sus necesidades, ni tampoco un servicio que venda los productos a domicilio para obtener clientes satisfechos.

## **1.2. Justificación**

El proceso de cambio que se vive en el país, como es el caso de la matriz productiva que impulsa a mejorar la calidad de vida de la población, influye en la búsqueda de nuevas oportunidades laborales que pretendan satisfacer las necesidades, con el fin de que el país pueda salir de la categoría primario exportador.

La creación de una microempresa de distribución de alimentos balanceados para animales tiene el propósito de satisfacer la alta demanda de estos productos, resultando de esto, dos beneficios: rentabilidad económica y mejoramiento de la calidad de vida de los productores agropecuarios, al facilitar el acceso de compra de alimentos balanceados en la comodidad de su hogar.

En la actualidad, la innovación es un aliado estratégico a la hora de poner en marcha un proyecto, por ello el servicio de venta a domicilio apunta a ser una ventaja competitiva en el mercado para ofrecer un servicio diferente, de manera que se logre economizar el tiempo de los clientes.

### **1.3. Objetivos del diagnóstico**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Realizar un diagnóstico situacional de la parroquia Julio Andrade mediante variables diagnósticas, que permitan identificar aliados, oportunidades, oponentes y riesgos para la creación de una microempresa de distribución de alimentos balanceados para animales.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Identificar la ubicación geográfica donde se implementará el proyecto.
- Establecer los aspectos demográficos del área de estudio, para identificar las características principales de la población de la parroquia.
- Conocer las actividades socioeconómicas del sector de investigación, para identificar el poder adquisitivo y características económicas de la población.
- Determinar los canales de distribución que intervienen en la venta de alimentos balanceados, a través de información secundaria.
- Identificar los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos del entorno en que se va a desarrollar el proyecto.
- Identificar la situación actual del mercado referente a la distribución de alimentos balanceados.

### **1.4. Variables del diagnóstico**

- Aspectos geográficos
- Aspectos generales de la población

- Actividades socioeconómicas
- Distribución del producto
- Análisis PESTE
- Situación actual del mercado

## 1.5. Indicadores de las variables

*Cuadro 1 Indicadores de las variables*

Variables	Indicadores
Aspectos geográficos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación geográfica</li> <li>• Extensión territorial</li> <li>• Clima</li> <li>• Límites</li> <li>• División política administrativa</li> <li>• Vías de comunicación</li> <li>• Servicios básicos</li> </ul>
Aspectos generales de la población	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Población actual</li> <li>• Género</li> <li>• Educación</li> </ul>
Actividades socioeconómicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Economía de la parroquia</li> <li>• Tipo de actividades</li> <li>• Población económicamente activa (PEA)</li> <li>• El Producto Interno Bruto (PIB)</li> <li>• Crecimiento salario básico unificado (SBU)</li> <li>• Capacidad adquisitiva</li> </ul>
Distribución del producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canales de distribución</li> <li>• Tipos de distribución</li> </ul>
Análisis PESTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Factores Políticos</li> <li>• Factores Económico</li> <li>• Factores Sociales</li> <li>• Factores Tecnológicos</li> <li>• Factores Ecológicos</li> </ul>
Situación actual del mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta</li> <li>• Clientes</li> <li>• Proveedores</li> </ul>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

## 1.6. Matriz de relación diagnóstica

*Tabla 1 Matriz de relación diagnóstica*

OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES	TIPO DE INFORMACIÓN
Identificar la ubicación geográfica donde se implementará el proyecto	Aspectos geográficos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ubicación geográfica</li> <li>- Extensión territorial</li> <li>- Clima</li> <li>- Límites</li> <li>- División política</li> <li>- Vías de comunicación</li> <li>- Servicios básicos</li> </ul>	Investigación bibliográfica y Documental	(PDOT) Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del (GAD) 2015-2031	Secundaria
Establecer los aspectos demográficos del área de estudio para identificar las características principales de la población de la parroquia	Aspectos generales de la población	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Población actual</li> <li>- Género</li> <li>- Educación</li> </ul>	Investigación bibliográfica y documental	Publicaciones del INEC PDOT (GAD) 2015-2031	Secundaria
Conocer las actividades socio-económicas del sector de investigación para identificar el poder adquisitivo, características económicas de la población	Actividades socioeconómicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Economía de la parroquia</li> <li>- Tipo de actividades</li> <li>- PEA</li> <li>- PIB</li> <li>- Crecimiento SBU</li> <li>- Capacidad adquisitiva</li> </ul>	Investigación bibliográfica y documental	Publicaciones del INEC, BCE, PDOT (GAD) 2015-2031	Secundaria
Determinar los canales de distribución que intervienen en la venta de alimentos balanceados, a través de información secundaria	Distribución del producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Canales de distribución</li> <li>- Tipos de distribución</li> </ul>	Investigación bibliográfica y documental	Libros	Secundaria
Identificar los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos del entorno en que se va a desarrollar el proyecto	Análisis PESTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Factores Políticos</li> <li>- Factores Económico</li> <li>- Factores Sociales</li> <li>- Factores Tecnológicos</li> <li>- Factores Ecológicos</li> </ul>	Investigación bibliográfica y documental	Internet	Secundaria
Identificar la situación actual del mercado referente a la distribución de alimentos balanceados	Situación actual del mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oferta</li> <li>- Clientes</li> <li>- Proveedores</li> </ul>	Observación directa	Fichas de observación	Primaria

Fuente: Investigación  
Elaborado: Las autoras

## **1.7. Desarrollo de las Variables Diagnósticas**

La siguiente información que se describe y analiza se recopiló a través de fuentes secundarias, la cual, ya ha sido procesada en documentos digitales del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Parroquial de Julio Andrade, para lo cual se utilizarán:

- Documentos e informes
- Publicaciones
- Revistas
- Internet

### **1.7.1. Aspectos geográficos**

- **Ubicación geográfica**

En base a los datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de (GAD) Parroquial Julio Andrade 2015-2031, la parroquia se encuentra en el sector septentrional del país, al noreste de la provincia del Carchi y al sureste del cantón Tulcán, fue creada el 8 de octubre de 1979 mediante ordenanza expedida por el Consejo Cantonal, la cual consta en el acuerdo ministerial número 247 del 6 de octubre del mismo año publicada en el registro oficial N° 64, del 13 de noviembre de 1979.

**Figura 1 Ubicación de la Parroquia Julio Andrade en un contexto provincial parroquial**



**Fuente:** Google maps (2017)

- **Extensión territorial**

La parroquia Julio Andrade de acuerdo con los datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del (GAD) Parroquial Julio Andrade 2015-2031, tiene una extensión territorial de 9.241 hectáreas, correspondiente al 5,08 % del total del Cantón Tulcán, que es de: 1'817.820 hectáreas.

Altitud: Va desde 100 a los 4735 m sobre el nivel del mar.

- **Clima**

En relación con los datos tomados del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de (GAD) Parroquial Julio Andrade 2015-2031 y el Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología, en la parroquia Julio Andrade se determina dos zonas que condicionan su variación en temperatura. La situación climatológica de la parroquia Julio Andrade predomina el sistema Ecuatorial Meso térmico – Semi – húmedo. En promedio anual, en la zona alta varía de 6 a 8° C y en la zona baja de 10 a 12° C. Existe elevación de temperatura en la temporada de verano.

- **Límites**

Los límites político-administrativos de la parroquia julio Andrade según el Art. 1 de la ordenanza expedida por el Consejo Cantonal, son los siguientes:

Jurisdiccionalmente, según los límites identificados por la Comisión Especial de Límites Internos de la República (CELIR), la parroquia está colindando:

- Al Norte: Con la jurisdicción de la cabecera cantonal Tulcán y la parroquia Urbina, integrantes del cantón Tulcán;
- Al Este: Con la parroquia El Carmelo, del cantón Tulcán;
- Al Sur: Con los cantones: Sucumbíos, de la provincia del mismo nombre y San Pedro de Huaca; y,
- Al Oeste: Con las parroquias Santa Martha de Cuba y Pioter, pertenecientes al cantón Tulcán.

- **División Política Administrativa**

En referencia a los datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de (GAD) Parroquial Julio Andrade 2015-2031, la parroquia tiene 22 comunidades, 9 barrios urbanos, 15 Instituciones jurídicas incluida la Junta Parroquial y 23 instituciones educativas.

## **Barrios**

La Parroquia de Julio Andrade está distribuida por barrios los mismos que se detallan a continuación:

- Santa Clara
- San Antonio
- Estrellita
- San Juan de Bosco
- Centro
- Norte
- Bellavista
- Pispud
- Santa Teresita

Los 9 barrios se encuentran situados en la Cabecera Parroquial, es decir en el centro de la ciudad, ya que gran parte de los servicios con los que cuenta Julio Andrade se localizan en esta zona.

### **Comunidades**

La parroquia de Julio Andrade está integrada por 22 comunidades que se encuentran situadas en los alrededores, es decir en la periferia de la parroquia.

- |                           |                            |
|---------------------------|----------------------------|
| – El Moral                | – San José del Troje       |
| – San Luis de Chauchín    | – La Estrellita            |
| – Casa Fría               | – Ipuerán                  |
| – San Francisco del Troje | – Piedra Hoyada            |
| – Michuquer Alto          | – Santa Rosa de Chúnquer   |
| – San Antonio de Yalquer  | – San Vicente de Casa Fría |
| – Casa Grande             | – Yangorral                |
| – La Cofradía             | – La Aguada                |
| – San Joaquín             | – Michuquer Bajo           |
| – San Pedro               |                            |
| – Guananguicho Alto       |                            |
| – Gruta de Fátima         |                            |
| – Loma Chiquita           |                            |

### **Instituciones jurídicas**

- GAD Parroquial Rural
- Tenencia política
- Destacamento de Policía
- Departamento de Bomberos
- Junta de agua Potable
- Asociación de Comerciantes
- Cooperativa Súper Taxis
- Com. de Transporte Pesado
- Com. de Camionetas SELICAF
- Club Deportivo Unión
- Asociación de Cargadores
- Asociación de Cuadrilleros
- Biblioteca
- Asociación Tercera Edad
- Club 15 de Agosto

- **Vías de Comunicación**

En cuanto al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de (GAD) Parroquial Julio Andrade 2015-2031 existen varias vías de comunicación, las cuales permiten el acceso a diferentes comunidades de la parroquia y sus sitios de interés turísticos, algunas de ellas asfaltadas,

empedradas, y chaquiñanes que son el paso más corto en medio de las vías de segundo orden, el sector urbano está formado por tres calles longitudinales que son: Juan Montalvo es la calle principal, García Moreno, Panamericana kilómetro 35 construida en el año de 1968.

- **Servicios Básicos**

En lo relativo a los datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de (GAD) Parroquial Julio Andrade 2015-2031, se cuenta con:

*Agua Potable.* - el área urbana de la parroquia tiene servicio de agua potable las 24 horas del día, el sistema cubre casi la totalidad de la población.

*Alcantarillado.* – el alcantarillado se encuentra en buenas condiciones, pero debido al crecimiento habitacional de la parroquia, requiere un nuevo sistema de alcantarillado para mejorar la calidad de vida de los pobladores.

*Energía Eléctrica.* - EMELNORTE es la empresa encargada del control del sistema eléctrico en la parroquia.

### **1.7.2. Aspectos generales de la población**

- **Población actual**

Según el INEC, en el VII Censo de Población y VI de Vivienda en el año 2010, la población de la Parroquia Julio Andrade es la siguiente.

*Figura 2 Datos demográficos Julio Andrade*



Fuente: VII Censo de Población y VI de Vivienda 2010, INEC

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo con el gráfico anterior, la población de la Parroquia Julio Andrade se encuentra distribuida en un 51% hombres con un total de 5.119 personas; mientras que mujeres corresponde un 49% con un total de 4.919 personas, respectivamente a partir de menores de 1 año hasta 99 años; dando como población total 10.038 habitantes en el año 2010.

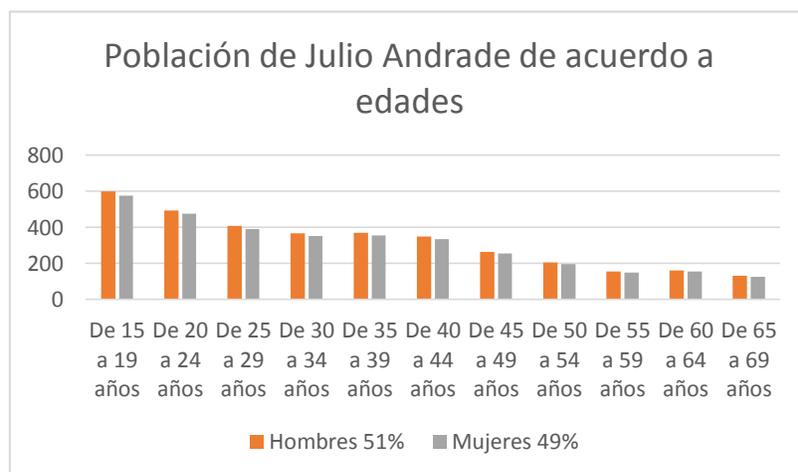
Para la realización del estudio, se consideró tomar en cuenta los habitantes desde 15 hasta 69 años, en cuanto a que estas categorías enmarcan personas mayores de edad que pueden realizar la actividad pecuaria y además adquirir el producto de alimento balanceado. Se observan los datos en la siguiente gráfica.

**Tabla 2 Distribución de la Población**

Edades	N° Habitantes 2015	Hombres 51%	Mujeres 49%	Porcentaje	Agrupaciones
De 15 a 19 años	1175	599	576	10,97%	Muy jóvenes
De 20 a 24 años	966	493	474	9,02%	
De 25 a 29 años	797	407	391	7,44%	Jóvenes
De 30 a 34 años	721	368	353	6,73%	
De 35 a 39 años	723	369	354	6,75%	
De 40 a 44 años	685	349	335	6,39%	
De 45 a 49 años	520	265	255	4,85%	
De 50 a 54 años	400	204	196	3,73%	Adultos
De 55 a 59 años	303	155	149	2,83%	
De 60 a 64 años	314	160	154	2,93%	
De 65 a 69 años	256	131	125	2,39%	
<b>TOTAL</b>	<b>6860</b>	<b>3500</b>	<b>3362</b>	<b>0,6403</b>	

Fuente: SIN, 2015

Elaborado por: Las autoras

**Figura 3 Distribución de la población de Julio Andrade de acuerdo a edades**

Fuente: SIN, 2015

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo con los datos del Servicio Nacional de Información la parroquia de Julio Andrade presenta una tasa de crecimiento anual del 1.14%, es así como las proyecciones para los periodos 2015 -2020 están representadas por la siguiente tabla.

**Figura 4 Crecimiento total poblacional de Julio Andrade**



Fuente: SIN, 2015  
Elaborado por: Las autoras

- **Género**

Referente a los datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de (GAD) Parroquial Julio Andrade 2015-2031, los resultados reflejan que existe una distribución de la población casi equitativa con diferencia del 2% en lo que respecta al género de quienes residen en la Parroquia, constituyendo un poco más de la mitad de la población los hombres.

- **Educación**

En lo concerniente a datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de (GAD) Parroquial Julio Andrade 2015-2031, a través de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO, para que una población sea considerada como libre

de analfabetismo se requiere que sea menor al 3%, el nivel de instrucción se lo considera óptimo desde el nivel de bachillerato.

**Tabla 3 Nivel de Educación de la Parroquia Julio Andrade**

<b>Factores</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
Alfabetización	93%	7%

Fuente: VII Censo de Población y VI de Vivienda 2010, INEC

Elaborado por: Las autoras

Para contrarrestar el nivel de analfabetismo en la zona, existen instituciones educativas que pertenecen al Distrito Tulcán San Pedro de Huaca, solo una de ellas es de modalidad a distancia (Unidad Educativa a Distancia del Carchi - Julio Andrade), el tipo de educación es regular. Entre los principales indicadores de escolaridad, se consideran en buenas condiciones lo referente a: Educación - cobertura y acceso, asistencia a EGB; Educación – educación de la población, primaria completa; Educación – oferta del sistema educativo, Alumnado del sistema público; y, Empleo de la niñez, niños que no trabajan y si estudian.

Además, la educación es considera como otro limitante en el potencial desarrollo de la localidad, de tal manera que el 54% de los habitantes solamente cuentan con educación primaria, el 16% con educación secundaria y tan solo el 2% de los habitantes tiene educación superior.

### **1.7.3. Aspectos socioeconómicos**

- **Economía de la parroquia**

El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de (GAD) Parroquial Julio Andrade 2015-2031 manifiesta que, la mayor población que aporta a una economía popular y solidaria en

la parroquia de Julio Andrade se encuentra presente en la segunda actividad principal agropecuaria denominada Ganadería con el 47% de la población total.

**Tabla 4 Principales actividades económicas**

<b>OPCIÓN</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>N° HABITANTES</b>
Ganadería	47%	4.718
Comercio	4%	402
Chofer	8%	803
Otros ingresos	6%	602
Ganadería y chofer	10%	1.004
Comercio y chofer	4%	402
Chofer y otros ingresos	2%	201
Ninguno	19%	1.907
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>10.038</b>

Fuente: VII Censo de Población y VI de Vivienda 2010, INEC

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo con el tercer censo nacional agropecuario 2000, la parroquia cuenta con 17.000 cabezas de ganado bovino es decir el 48.23 % del total del cantón Tulcán, con una producción diaria de 19 345 litros de leche anuales, siendo la producción vacuna, porcina y avícola una actividad económica tradicional de la parroquia de Julio Andrade.

- **Tipo de actividades**

En base a los datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de (GAD) Parroquial Julio Andrade 2015-2031, la parroquia de Julio Andrade se dedica a la agricultura, principalmente al cultivo de papa, a la ganadería y producción de leche, sin dejar de lado el alto desarrollo comercial como transporte, pequeña industria y comercio.

**Sector Agrícola:** En la actualidad el mercado de papas es considerado como el principal proveedor del mercado mayorista de la ciudad de Quito que corresponde al 31% del total del movimiento económico de la parroquia.

**Sector Ganadero:** Se realiza la crianza de ganado tanto para carne, como para leche, siendo este último tipo más practicado, ya que la raza de animal es mejor catalogada para producir leche. También es importante destacar la crianza de ganado porcino, ya que la feria semanal que se realiza en la parroquia provee de estos animales a gran parte del cantón, varias provincias, y el sur de Colombia, tanto para faenamamiento como para engorde.

### **Población económicamente activa (PEA)**

En base a la información recopilada del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de GAD Parroquial Julio Andrade 2015-2031, la parroquia que cuenta con mayor PEA, después de Tulcán, es Julio Andrade, pero estos resultados son relativos al número de población ya que a más población más PEA, el INEC (2010), establece, que las principales actividades en las que se desenvuelven quienes habitan en el Cantón Tulcán, son el comercio y la agropecuaria; constituyendo la segunda como principal fuente de ingresos de las parroquias rurales.

La PEA en el cantón Tulcán corresponde a 37.380 habitantes, representando el 43,21% de su población total (86.498 habitantes) en el año 2010; a nivel parroquial la PEA corresponde al 10,29% 3.846 habitantes. En cuanto a personas ocupadas y desempleadas el resultado se asiente en la agrupación de muy jóvenes con un porcentaje de 31,07% en edades comprendidas de 10 a 24

años. Por otro lado, las personas remuneradas y no remuneradas están representadas por agrupaciones de jóvenes en 32,16% y adultos con 11,87%.

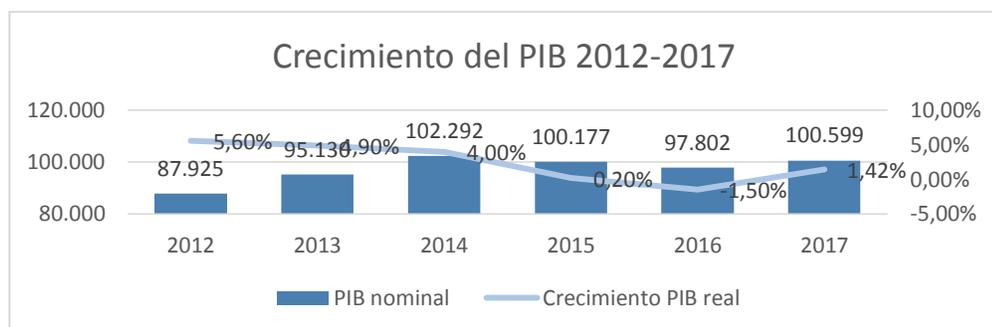
El 80% de la PEA se dedica a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, el 125 se encuentra en actividad comercial al por mayor y menor y el 8% trabajan en el transporte y almacenamiento. De acuerdo con estos indicadores se puede afirmar que la economía de la parroquia está concentrada exclusivamente en el sector primario.

- **Producto Interno Bruto PIB**

Con referencia a la Cámara de Comercio de Guayaquil 2017, para el último trimestre del 2016 la tasa de crecimiento del PIB para Ecuador fue de -1,5%, para entonces la economía ecuatoriana no había crecido.

Para el año en curso según el Banco Central del Ecuador (BCE) el PIB creció en 1,42% en el primer trimestre del 2017, en comparación con el mismo periodo del 2016. De esta manera Ecuador muestra un crecimiento consecutivo en el segundo trimestre.

**Figura 5 Producto interno bruto PIB**



Fuente: Banco Central del Ecuador (2017)

Elaborado por: Las autoras

- **Crecimiento salario básico unificado (SBU)**

En base al Ministerio de Trabajo el incremento salarial en los últimos años es el siguiente:

**Tabla 5 Variación del salario básico unificado 2013-2017**

AÑO	SALARIO
2013	\$318
2014	\$340
2015	\$354
2016	\$366
2017	\$375
2018	\$386

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado por: Las autoras

Como muestra la tabla, el crecimiento en el salario básico unificado del 2013 hasta 2017 van desde los 22 dólares hasta en la actualidad de 11 dólares.

- **Capacidad Adquisitiva**

A partir de lo determinado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, la capacidad adquisitiva se obtiene mediante el cálculo del ingreso familiar con un hogar tipo de cuatro miembros.

**Tabla 6 Canasta familiar básica 2013-2017**

MESES	AÑOS	COSTO CANASTA BÁSICA (dólares)	INGRESO FAMILIAR MENSUAL *** (dólares)	RESTRICCIÓN CONSUMO (costo-ingreso) (dólares)	RESTRICCIÓN (porcentual)
<b>Enero</b>	2016	675,93	683,20	-7,28	-1,08%
<b>Febrero</b>	2016	678,61	683,20	-4,59	-0,68%
<b>Marzo</b>	2016	680,70	683,20	-2,50	-0,37%
<b>Abril</b>	2016	683,16	683,20	-0,04	-0,01%
<b>Mayo</b>	2016	686,74	683,20	3,54	0,52%

<b>Junio</b>	2016	688,53	683,20	5,33	0,77%
<b>Julio</b>	2016	688,21	683,20	5,01	0,73%
<b>Agosto</b>	2016	689,10	683,20	5,91	0,86%
<b>Septiembre</b>	2016	691,38	683,20	8,18	1,18%
<b>Octubre</b>	2016	691,88	683,20	8,68	1,26%
<b>Noviembre</b>	2016	692,56	683,20	9,36	1,35%
<b>Diciembre</b>	2016	700,96	683,20	17,76	2,53%
<b>Enero</b>	2017	701,93	700,00	1,94	0,28%
<b>Febrero</b>	2017	708,52	700,00	8,52	1,20%
<b>Marzo</b>	2017	709,22	700,00	9,23	1,30%
<b>Abril</b>	2017	706,04	700,00	6,04	0,86%
<b>Mayo</b>	2017	709,18	700,00	9,18	1,29%
<b>Junio</b>	2017	707,47	700,00	7,47	1,06%
<b>Julio</b>	2017	708,51	700,00	8,51	1,20%
<b>Agosto</b>	2017	709,25	700,00	9,26	1,30%
<b>Septiembre</b>	2017	708,79	700,00	8,79	1,24%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) (2017)

Elaborado por: Las autoras

Como se puede apreciar desde enero del 2016 hasta septiembre 2017 el costo de la canasta básica no alcanza el valor del ingreso familiar, lo que significa que las familias ecuatorianas no pueden adquirir todos los productos de primera necesidad, esto puede afectar el consumo de alimentos balanceados para animales.

#### 1.7.4. Distribución del producto

Son los diferentes canales que puede utilizar el empresario para que el producto o servicio llegue al cliente o consumidor, para ello se deben establecer políticas acerca de cómo será su distribución. Se puede encontrar los siguientes sistemas de distribución y comercialización:

- **Canales de distribución**

- Productor-Consumidor Final: entrega del producto directamente, no existe intermediarios.
- Productor-Intermediario-Consumidor Final: por lo general en el mercado se encuentran distribuidores mayoristas, quienes tienen canales de distribución específicos, sucursales o

agentes intermediadores. Entre los distribuidores minoristas o especializados se encuentran los siguientes:

- ✓ Puntos de venta
  - ✓ Distribuidores mayoristas
  - ✓ Distribuidores minoristas (interés, especializadas, promocionales, supermercados, máquinas o dispensadores, telemarketing, ventas por catálogo, ventas on-line)
  - ✓ Almacenes de cadena
  - ✓ Ventas al detal
- **Tipos de distribución**

Los tipos de distribución de alimentos balanceados que se visualizan en la parroquia son:

- *Mayoristas.* - Efectúan ventas a gran escala, en general distribuyen mercancía a los detallistas para que éstos la vendan a los consumidores finales.
- *Minoristas o detallistas.* - venden el producto al consumidor final, en pequeñas cantidades para su uso.

#### **1.7.5. Situación actual del mercado**

- **Oferta**

De la observación directa realizada en la parroquia de acuerdo con el Anexo 1, se pudo identificar que existen 4 microempresas que se dedican al expendio de alimentos balanceados como lo son: Centro Distribuidor J. Luis, Centro Veterinario El Ganadero, Insumos Pecuarios Veterinarios San Luis y Centro Veterinario El Establo, éste último con una permanencia en el

mercado por más de veinte años, ofreciendo también servicios de atención veterinaria. Cabe señalar que todos estos negocios distribuyen en el punto de venta donde se encuentran ubicados y ninguno ofrece venta a domicilio.

- **Clientes**

En base a la observación directa realizada en el Centro Distribuidor J. Luis Anexo 2, se pudo evidenciar que la demanda de los alimentos balanceados es amplia y cada vez va en aumento principalmente en alimentos para vacunos, cerdos y aves, siendo los tipos de animales de mayor crianza en la parroquia por ser una fuente de ingresos al vender sus productos derivados.

- **Proveedores**

En la actualidad conforme la información proporcionada por los dueños de las microempresas existentes de alimentos balanceados a través de las entrevistas Anexos 4-7, en la parroquia los proveedores que brindan el servicio de distribución son aproximadamente 3 intermediarios mayoristas de fábricas y 3 distribuidores directos como lo son: empresa PRONACA, Molinos San Luis y Molinos Champions con su marca Wayne, cabe destacar que éstas dos últimas empresas con sus marcas reconocidas son las de mayor acogida en el mercado de alimentos balanceados.

## **1.8. Análisis de los factores P.E.S.T.E**

- **Factores Políticos**

En base a la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo 2013, el objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 es el impulso a la transformación de la matriz productiva, como política y aspecto legal, está relacionada con el impacto que causa en la propuesta de nuevos proyectos, ya sean que incida en la manera de operar, en los costos o en la demanda de productos.

Por otro lado, esta política puede ser una oportunidad de emprender o poner en marcha la microempresa de distribución de alimentos para animales en la parroquia de Julio Andrade, provincia del Carchi.

- **Factores Económicos**

Según la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo 2013 , existe dinamismo en la economía nacional gracias a la inversión en los sectores estratégico y social, con un crecimiento en 2012 del 4,6%, superior al promedio de Latinoamérica; una inflación del 4,16%, y reservas internacionales netas de 2.482,5 millones de dólares. Las exportaciones totales ascendieron a 23.852 millones de dólares y las importaciones fueron de 24.017 millones, teniendo un déficit de 165 millones. La tasa de desempleo fue de 5,0% a diciembre de 2012. Al segundo semestre de 2012, la inversión extranjera directa fue de USD172,3 millones, con una amplia tendencia de crecimiento gracias a las relaciones bilaterales que está teniendo el Ecuador con el resto del mundo.

Estos factores permitirán conocer que gastos o ingresos tendrá la microempresa a través de proyecciones para la toma de decisiones.

- **Factor Social**

De acuerdo con la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo 2015, las proyecciones para el Ecuador en el año 2030 de la población se concentrarán en edades productivas, las mujeres tendrán en promedio 2,12 hijos, frente a 2,79 del 2010. En 2010, la esperanza de vida fue de 75 años, en 2050, la misma subirá a 80,5 años en el país.

En la actualidad la ciudadanía ecuatoriana cuenta con mayor calidad de vida en factores como acceso a la educación sin restricciones, servicio de salud y vivienda.

Ecuador es uno de los tres países latinoamericanos que más redujeron la pobreza por ingresos en el período 2006-2014. En la misma línea, la información del Instituto Nacional de Estadística y Censos muestra que durante el período 2006-2016, la pobreza por ingresos se redujo de 37,6% a 22,9%.

- **Factores Tecnológicos**

Este factor, hace referencia a la Secretaria Nacional de Ciencia y Tecnología la Política Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación del Ecuador 2007 – 2010 que está orientada a la innovación y avance del país en 5 áreas de prioridad nacional, tales como: agricultura sostenible, manejo ambiental para el desarrollo, fomento industrial y productivo, energía y sus alternativas renovables, tecnologías de la Información y comunicación.

Esta política permitirá a las microempresas contar con diferenciación en el mercado, aportando así a mejorar su competitividad tanto en el mercado nacional como internacional.

- **Factores Ecológicos**

En lo que respecta a la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo 2013 el gobierno ecuatoriano, a través del Objetivo 7 garantiza los derechos de la naturaleza y promueve la sostenibilidad ambiental territorial y global del Plan Nacional del Buen Vivir. El plan expresa que es responsabilidad regenerar los recursos naturales utilizados en el desarrollo de actividades productivas, bajo un modelo ecoeficiente con mayor valor económico, social y ambiental.

La microempresa desea contar con proveedores que cumplan con políticas medioambientales de manera que se alineen a la responsabilidad social corporativa.

## 1.9. Matriz AOOD

*Cuadro 2 Construcción de la matriz AOOD*

<b>ALIADOS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores mayoristas de alimentos balanceados localizados a nivel nacional y de fácil acceso</li> <li>• La actividad económica de mayor influencia en la parroquia es la ganadería</li> <li>• El servicio de venta a domicilio de los alimentos balanceados es nuevo en el mercado</li> <li>• Nuevas tendencias de alimentación y nutrición animal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento de las fincas dedicadas a la ganadería, crianza de cerdos y aves</li> <li>• Existe pocas microempresas dedicadas la comercialización de los productos para animales en la parroquia.</li> <li>• No existe a nivel local empresas que brinden servicio de venta a domicilio.</li> <li>• Facilitar el acceso de compra de alimentos balanceados en la comodidad de su hogar.</li> <li>• Apoyo del gobierno en la ejecución de proyectos</li> </ul>
<b>OPONENTES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de microempresas que se dediquen a la misma actividad</li> <li>• Cultura de consumo, hay personas que no estarían dispuestos a cambiar de proveedor</li> <li>• Falta de recursos económicos disponibles para la inversión</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Migración de las personas que se dedican a la actividad ganadera de la zona rural a la urbana en busca de otros medios económicos.</li> <li>• Recesión económica, falta de liquidez en el país</li> <li>• Aparición de productos sustitutos</li> </ul>

- 
- La competencia mantiene precios similares en los productos
  - Ausencia de créditos para expansión de la microempresa
  - Exceso de lluvias que favorecen la producción de pasto, disminuye la compra de alimentos balanceados.
- 

Fuente: Propia

Elaborado por: Las autoras

## **1.10. Cruces estratégicos AO, OO, AR**

### **1.10.1. Aliados – Oportunidades**

- Con el fácil acceso a los proveedores de alimentos balanceados a nivel nacional, se puede satisfacer la alta demanda frente al crecimiento de fincas y/o personas dedicadas a la ganadería, crianza de cerdos y aves.
- La existencia de pocas microempresas dedicadas a la actividad de distribución de alimentos balanceados posibilita brindar un servicio de calidad e innovador, mediante el servicio de venta a domicilio, facilitando el acceso de compra de alimentos balanceados en la comodidad de su hogar.

### **1.10.2. Oponentes – Oportunidades**

- En el sector existe un incremento de centros de distribución de alimentos balanceados directamente a los ganaderos, la cual se pretende equilibrar con el servicio innovador de venta a domicilio.
- En el caso de existir falta de recursos económicos para la inversión inicial, es posible acceder a líneas de crédito preferenciales para microempresas.

### **1.10.3. Aliados – Riesgos**

- La actividad económica de mayor influencia en la parroquia es la ganadería, actividad que podría verse afectada por la migración de las personas que se dedican a la actividad ganadera de la zona rural a la urbana en busca de otros medios económicos.
- El riesgo de exceso de lluvias que favorecen la producción de pasto desencadena la disminución la compra de alimentos balanceados, el cual puede ser contrarrestado con las nuevas tendencias de alimentación y nutrición animal de acuerdo con el criterio de los adquirientes.
- Ante la existencia de una recesión económica nacional la actividad de distribución de alimentos balanceados es una buena alternativa, debido a que no se puede dejar de alimentar a los animales y las adquisiciones deben ser continuas.

### **1.11. Identificación de la oportunidad diagnóstica**

Una vez realizado el diagnóstico situacional a través del análisis de aspectos geográficos, de la población, actividades socioeconómicas en la parroquia de Julio Andrade, proveedores y canales de comercialización, además de los factores como Aliados, Oportunidades, Oponentes y Riesgos fue posible determinar que la actividad de compra y venta de alimentos balanceados constituye una buena oportunidad de crear la microempresa, ya que la parroquia cuenta con las condiciones necesarias para la formulación del proyecto.

## CAPITULO II

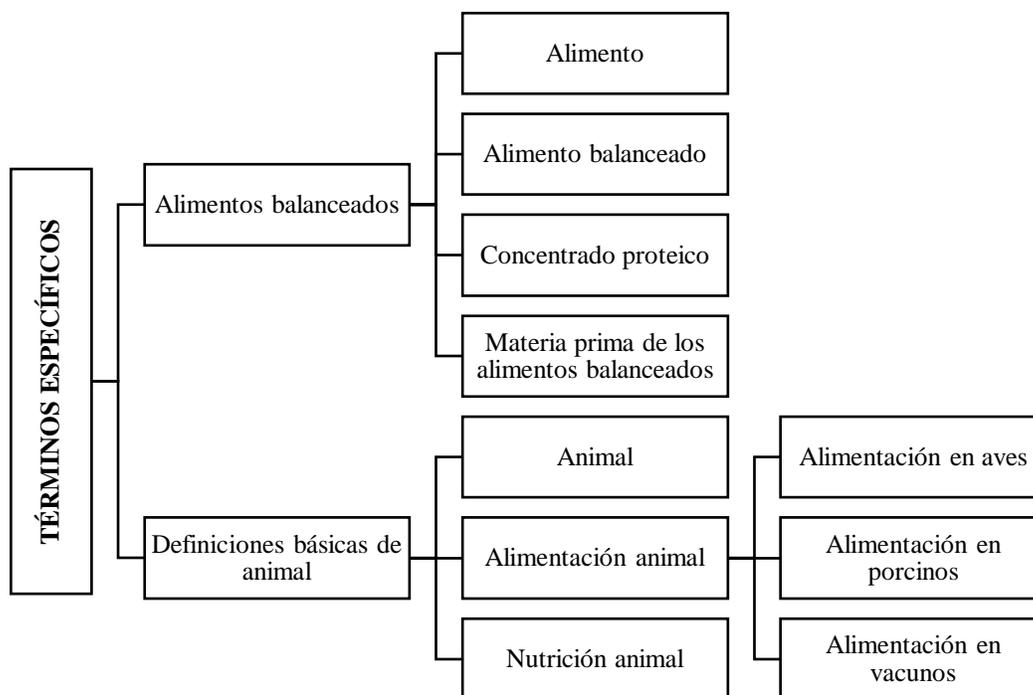
### MARCO TEÓRICO

En este capítulo se pretende sustentar términos utilizados en el proyecto, de manera que se logre una mejor comprensión y entendimiento de los temas tratados a lo largo de su desarrollo.

#### 2.1 Objetivo General

Estudiar las bases teórico-científicas a través de la investigación bibliográfica, documental e internet que permitan elaborar el marco teórico, que sustente los conceptos utilizados en el proyecto.

*Cuadro 3 Términos específicos*



Elaborado por: Las autoras

## **2.2 Alimento**

FULLER (2004) manifiesta *“alimento es una fuente de nutrientes para los animales y mezcla de materias primas formuladas para cubrir las necesidades nutritivas de los animales. Bajo la denominación de alimentos incluye la hierba de pastos, forrajes conservados, granos, semillas, residuos y subproductos agrícola”*(pág.65).

PARDO (s/f) menciona alimento es *“cualquier material, en general de origen vegetal o animal, que contiene nutrientes esenciales”*(pág. 1058).

Alimento es la mezcla de nutrientes requeridos para cubrir las necesidades básicas de los animales, cuya composición puede ser de origen animal o vegetal.

## **2.3 Alimento balanceado**

SHIMADA (2012) manifiesta *“alimento balanceado, dieta o ración es una mezcla de ingredientes calculada para satisfacer los requerimientos nutritivos en una etapa productiva dada”*(pág.66).

Alimento balanceado es la combinación de compuestos nutritivos elaborados de acuerdo con las necesidades del animal y según su tipo, con el fin de cubrir sus deficiencias alimenticias.

## **2.4 Concentrado proteico**

*“Es un alimento empleado junto con otro para mejorar el equilibrio nutritivo del total. En la práctica un concentrado suele describirse como un alimento o su mezcla que proporcionan nutrimentos primarios, el cual contiene menos del 18% de fibra cruda y es alto en energía. En el mercado de los alimentos para animales el término concentrado se utiliza para nombrar genéricamente a los suplementos preparados comercialmente o alimentos balanceados”*(GONZÁLEZ, 1990, pág. 30).

FULLER (2004) manifiesta “*es una sustancia alimenticia relativamente rica en proteína, utilizada normalmente en la fabricación de alimentos balanceados. Los concentrados proteicos son las harinas y tortas oleaginosas y, si están permitidos, sub productos como la harina de pescado*”(pág.169).

Concentrado proteico o también conocido como alimento balanceado, es un compuesto que combinado con otro componente natural aportan los nutrientes necesarios para mejorar la alimentación animal.

## 2.5 Materia prima de los alimentos balanceados

*Los balanceados están conformados según la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones-PROEcuador (2016) de las siguientes materias primas:*

- 
- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Sector Primario</b></li> <li>– <i>Maíz amarillo</i></li> <li>– <i>Soya</i></li> <li>– <i>Palma Africana</i></li> <li>– <i>Arroz</i></li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Sector Secundario</b></li> <li>– <i>Harina de soya</i></li> <li>– <i>Harina de pescado</i></li> <li>– <i>Harina de arroz</i></li> <li>– <i>Harina de maíz</i></li> <li>– <i>Torta de oleaginosas</i></li> <li>– <i>Salvado</i></li> <li>– <i>Afrecho de cereales</i></li> <li>– <i>Leguminosas</i></li> </ul> |
|--|---|
- 

Las materias primas antes mencionadas son ingredientes que componen los alimentos balanceados, los cuales contienen nutrientes necesarios para una alimentación adecuada y nutritiva de los animales.

## 2.6 Alimentación animal

SHIMADA (2012) manifiesta *“alimentación es la serie de normas o procedimientos a seguir para proporcionar a los animales una nutrición adecuada. Por tanto, la alimentación se refiere a lo que se ofrece de comer (ingredientes, cantidades, presentaciones)”*(pág. 18).

Es suministrar cantidades establecidas de alimento a las especies animales con los nutrientes requeridos, a través de una serie de procedimientos ejecutados con el fin de mejorar su desarrollo y condición productiva.

### 2.6.1 Alimentación en aves

*“Los alimentos para aves pueden administrarse en las siguientes formas físicas: harina con grano, harina, pastillas, migajas:*

*-Harina con grano: el avicultor solo adquiere el concentrado proteico-vitamínico-mineral y lo mezcla con su propio grano previamente molido.*

*-Harina o pastillas: son las dos presentaciones comerciales más comunes, consisten en alimentos completos listos para emplearse. El alimento en forma de pastilla aumenta la densidad del mismo, reduce el desperdicio y mejora la conversión alimenticia.*

*-Migajas: se elaboran (ya sean en fábrica de alimentos o a nivel de granja) al someter a las pastillas a una segunda molienda que los quiebre, así se obtienen todas las ventajas de las pastillas y además se mejoran la digestibilidad y conversión a alimenticia, especialmente en aves jóvenes”(SHIMADA, 2012, pág. 253).*

La alimentación de aves se realiza mediante la preparación de concentrados proteicos, elaborados en base a maíz, soya, entre otros; mismos que son colocados en recipientes adecuados

para su ingesta, tomando en consideración el ciclo de crecimiento de cada ave, acompañado de líquido para facilitar la digestión en su metabolismo.

### **2.6.2 Alimentación en porcinos**

*“La presentación más común del alimento balanceado para cerdos es en forma de harina; sin embargo, éste tiene algunas desventajas como son incremento de desperdicio, menor gustosidad, reducción en el consumo, mayor propensión al causar problemas de irritación, enojos y aparato respiratorio, y tendencia a la segregación de algunos ingredientes durante el transporte y en el comedero. El alimento en forma de pastilla evita la mayoría de los problemas mencionados y además incrementa el valor nutritivo de algunos ingredientes debido al proceso térmico que se efectúa. No obstante, el precio del producto es mayor. A nivel de granja, algunos de los problemas pueden resolverse proporcionando el alimento molido en forma de pasta, la cual se prepara al mezclar el producto con partes iguales de agua”*(SHIMADA, 2012, pág. 253).

Los porcinos en su dieta diaria consumen alimento molido, denominado afrechillo mismo que es combinado con desperdicios vegetales y suero para ayudar a mejorar la absorción de nutrientes y evitar irritaciones en el aparato respiratorio. Las cantidades suministradas son establecidas de acuerdo con el tamaño y etapa de desarrollo de cada animal, se brinda mayor cantidad a las porcinas engendradoras para que alimenten a sus lechones y fortalezca su crecimiento.

### **2.6.3 Alimentación en vacunos**

*“En la mayoría de las circunstancias, el principal objetivo en la alimentación de los rumiantes consiste en maximizar el consumo voluntario. La necesidad nutritiva más importante de los animales rumiantes es la ingestión de materia seca, la ración para los rumiantes productivos suele componerse de dos tipos diferentes de alimentos: forrajes y*

*concentrados. La formulación de raciones para rumiantes supone cubrir las necesidades de los animales teniendo en cuenta las limitaciones nutrimentales específicas para la optimización de la función rumial, evitando los desequilibrios entre los principales nutrientes. Los sistemas de alimentación incluyen el pastoreo, auto alimentación con forrajes conservados y la administración en comederos de mezclas de forrajes y otros alimentos balanceados. A menudo, las vacas lecheras reciben alimentos en el momento del ordeño en el establo o en la sala de ordeño”(FULLER, 2004, pág. 53).*

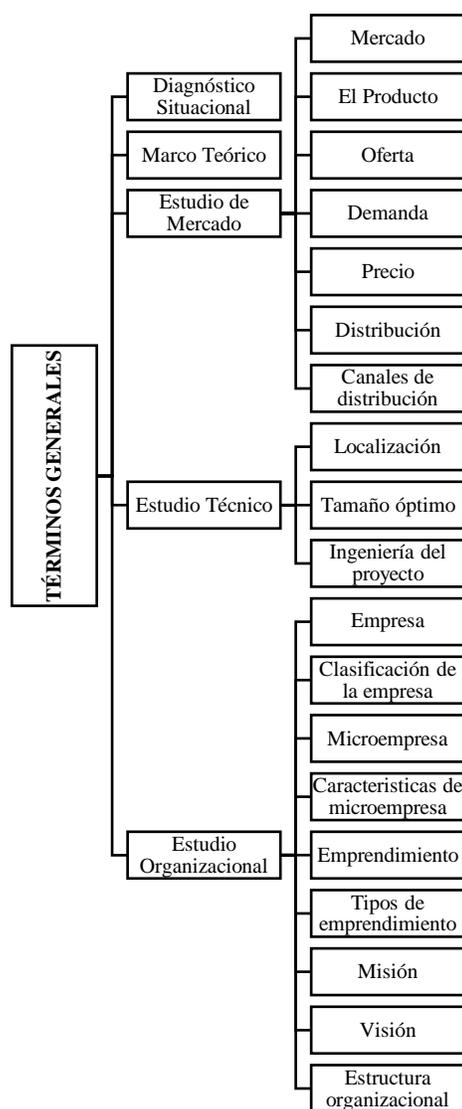
Por lo general los bovinos tienden a ser alimentados con pastos, forrajes secos y desperdicios vegetales, sin embargo, los ganaderos buscan alternativas de nutrición como lo son los concentrados balanceados para cubrir las necesidades nutritivas que la alimentación tradicional no logra cubrir por la deficiencia y pérdida de valor nutrimental de los terrenos en donde se cultiva los pastos. Las vacas destinadas para la obtención diaria de leche son alimentadas en mayor proporción con balanceados para que mejoren su producción. Hay que destacar que la alimentación en base a harina en grano es la más usual a la hora de nutrir a aves, porcinos y vacunos debido a la facilidad que brinda, ya que tan solo con mezclarla con algún componente natural se puede obtener alimento.

## **2.7 Nutrición animal**

*“Nutrición es la disciplina que estudia el consumo de alimento, los procesos físicos y químicos a que se somete éste durante su paso por el tubo digestivo. La absorción de los nutrientes liberados a través de las paredes gastrointestinales y el transporte y posterior utilización celular de los nutrimentos por medio de los procesos metabólicos”(SHIMADA, 2012, pág. 18).*

La nutrición son todos los procesos de desenvolvimiento a los que se someten los alimentos al momento de ser ingeridos por los animales, para la absorción de los nutrientes requeridos en forma adecuada y favorezcan su crecimiento y producción.

*Cuadro 4 Términos generales/*



Fuente: Marco Teórico  
Elaborado por: Las autoras

## 2.8 Diagnóstico Situacional

*“Su objetivo principal es desarrollar una adecuada interpretación del proceso de cambio social, tecnológico, económico y ambiental en una región determinada como base para diseñar un conjunto sistemático de acciones dirigidas y asegurar la obtención de beneficios sustentables, debe proveer información adecuada y oportuna para establecer cuál es el problema que enfrenta en la actualidad el área en estudio, establecer las causas y efectos de los problemas identificados, identificar las medidas optimizantes de la situación actual”*(CÓRDOVA, 2015, pág. 20).

El diagnóstico situacional, es un análisis general del área de estudio o del lugar en donde se va a desarrollar el proyecto, a través de la identificación de cambios sociales, tecnológicos, económicos y ambientales, de manera que se pueda asegurar la obtención de beneficios del proyecto.

## 2.9 Marco Teórico

*“El marco teórico o el conjunto de planteamientos teóricos directamente relacionados o atingentes con la parte de la realidad a investigar, es necesario e indispensables para todo tipo de investigación científica, para ello se recurre a la técnica del análisis documental identificando y definiendo cada concepto básico que tenga relación con la investigación priorizarlo y seleccionarlo”*(CABALLERO, 2013, pág. 289).

El marco teórico, es una guía que proporciona significados conceptuales de términos utilizados en el desarrollo de la investigación, siendo estos conceptos básicos seleccionados de acuerdo con su importancia, mismos que ofrecen un entendimiento claro acerca del tema de investigación, clasificándolos en generales, específicos y técnicos.

## 2.10 Estudio de Mercado

*“El estudio de mercado es la identificación de sus posibles clientes, el segmento del mercado al cual se va a llegar con el bien y/o servicio ofrecido, la cuantificación del volumen de ventas periódicas, la proyección de ese posible mercado, la definición de las características y atributos del producto, el precio, el canal de distribución más indicado, la manera en que se va a dar a conocer al mercado y las estrategias de comercialización que más se ajustan al plan de negocio”*(FLORES, 2015, pág. 41).

El estudio del mercado permite conocer el segmento de clientes al cual está dirigido el producto o servicio ofrecido, además de proporcionar información para la toma de decisiones al momento de sacar un producto o para conocer la competencia.

### 2.10.1 Mercado

FERRELL, HIRT, & FERRELL (2010) mencionan que el mercado es *“grupo de personas que tienen una necesidad, poder adquisitivo y el deseo y autoridad para gastar dinero en bienes, servicios e ideas”*(pág. 375).

*“El mercado es el área en la cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único y, por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar”*(VÉLEZ, 2013, pág. 83).

Mercado se refiere al conjunto de personas que quieren, pueden y están dispuestos a adquirir un producto o servicio en base a sus necesidades o deseos.

### 2.10.2 El Producto

Según, MÜNCH, SANDOVAL, TORRES, & RICALDE (2012) *“es el conjunto de atributos y cualidades tangibles, como presentación, empaque, diseño, contenido; e intangibles,*

*como la marca, imagen, servicio y valor agregado, que el cliente acepta para satisfacer sus necesidades y deseos”*(pág. 139).

Producto es el resultado natural de un proceso productivo o también un bien con ciertas características dadas por el consumidor, mismo que es producido u ofrecido por las empresas dentro de un mercado, con el propósito de cubrir las expectativas de los compradores.

### **2.10.3 Oferta**

FERRELL, HIRT, & FERRELL (2010) manifiestan que *“oferta es el número de productos (bienes y servicios) que en las empresas están dispuestas a vender a distintos precios en un momento determinado”*(pág. 13).

*“Por oferta se entiende la cantidad de bienes y servicios, que un determinado número de oferentes, personas y organizaciones, colocan en el mercado para ser vendido a un determinado precio”*(Torres, 2015, pág. 76).

Oferta es el conjunto de bienes y/o servicios que los productores ponen en el mercado a disposición de los consumidores para ser vendidos en base a sus gustos y preferencias utilizando para ello medios de distribución.

### **2.10.4 Demanda**

FERRELL, HIRT, & FERRELL (2010) mencionan *“demanda es el número de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a diferentes precios en un momento específico”*(pág. 13).

*“La demanda se define como la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere para satisfacer necesidades específicas de clientes a un precio y características determinadas. Cuando los precios bajan la demanda sube y viceversa”*(Torres, 2015, pág. 62).

Demanda es la adquisición o compra de bienes o servicios en determinadas cantidades ejercida por los consumidores en base a sus gustos, preferencias y necesidades que afectan al momento de adquirir.

### **2.10.5 Precio**

FERRELL, HIRT, & FERRELL (2010) mencionan *“valor que se asigna a un objeto intercambiado entre el comprador y el vendedor”*(pág. 380).

*“El precio ha venido siendo considerado por mucho tiempo como un elemento crítico, ya que de su correcta fijación dependen el éxito de la empresa y la satisfacción del cliente, el precio también puede ser el encargado de determinar la oferta y la demanda, es así que se lo puede denominar como elemento regulador”*(Sangri, 2014).

Precio es un valor monetario asignado al uso de un bien o servicio, que es establecido por el productor y tomado por el comprador para obtener alguna satisfacción.

### **2.10.6 Distribución**

Según FERRELL, HIRT, & FERRELL (2010) es *“poner los productos a la disposición de los clientes en cantidades deseadas”*(pág. 380).

*“Comprende todas esas actividades y acciones que facilitan la entrega del producto al cliente y el mejor servicio al que tiene derecho. En este contexto hay dos factores que tienen especial preponderancia: lugar y tiempo para las acciones de distribución”* (Rojas, 2013, pág. 215).

Distribución es establecer estrategias para hacer llegar los productos al cliente donde se garantice su entrega a tiempo y con los menores costos posibles.

### **2.10.7 Canales de distribución o canal de marketing**

*“Es un grupo de organizaciones que trasladan los productos del fabricante a los clientes. Los canales de marketing o de distribución ponen los productos a la disposición de los compradores cuando y donde desean comprarlos. Los organismos que cierran la distancia entre el fabricante de un producto y el consumidor final se llaman intermediarios. Crean utilidad de tiempo, lugar y propiedad. Dos organizaciones intermediarias son los minoristas y mayoristas.*

*- Minoristas: intermediarios que compran productos de los fabricantes (u otros intermediarios) los venden a los consumidores para uso doméstico y familiar, más que para reventa o para uso en la producción de otros productos.*

*- Mayoristas: intermediarios que compran a productores o a otros mayoristas y venden a minoristas”(FERRELL, HIRT, & FERRELL, 2010, pág. 408-410).*

*“Los canales de distribución son importantes porque a través de estos se refuerzan diversas funciones básicas del área de mercadotecnia; ayudan a cerrar las transacciones, mejorar las comunicaciones y establecer un contacto con los posibles compradores, además de apoyar a la distribución física, el almacenamiento y el financiamiento”(MÜNCH, SANDOVAL, TORRES, & RICALDE, 2012, pág.204).*

Los canales de distribución son procedimientos que permiten al productor llegar con sus productos o servicios al mercado, para ponerlos a disposición de los consumidores, utilizando en la mayoría de los casos intermediarios minoristas o mayoristas.

## **2.11 Estudio Técnico**

*“El estudio técnico pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto. El objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr fabricar y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido; para ello es necesario identificar tecnologías,*

*maquinaria, equipos, insumos, materias primas, procesos, recursos humanos, etc” (MEZA, 2015, pág. 23).*

El estudio técnico es un análisis de cómo se va a realizar el proyecto, determinar el tamaño del negocio, el lugar de funcionamiento, aspectos legales y administrativos, procesos productivos, el monto de la inversión y los costos que se incurrirán para poner en marcha la microempresa.

### **2.11.1 Localización del proyecto**

*“El objetivo que persigue la localización del proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio, es decir que se puedan tomar en consideración elementos como: vías de comunicación, servicios de transporte, servicios públicos, mercado de materias primas , mercado de consumo del producto o servicio, disponibilidad de mano de obra y la configuración topográfica del sitio” (MEZA, 2015, pág. 23).*

La localización del proyecto permite obtener un costo unitario mínimo del producto a ofrecer, esto se logra porque el proyecto está situado en lugares que cuenten con todos los servicios básicos necesarios, carreteras en buen estado, cercanía a los proveedores, y a los lugares donde se pretende llevar el producto.

### **2.11.2 Determinación del tamaño óptimo**

MEZA (2015) manifiesta que *“hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimos” (pág. 25).*

La determinación del tamaño óptimo depende de la capacidad de producción del bien o prestación de servicios, a partir de ello, se define la disponibilidad de insumos, el tamaño de las instalaciones, capacidad de la maquinaria y espacio físico que se va a necesitar.

### **2.11.3 Ingeniería del proyecto**

CÓRDOVA (2015) *“el estudio de ingeniería es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto”*(pág. 122).

La ingeniería de proyecto es una herramienta que proporciona ayuda en la determinación adecuada de procesos productivos, adquisición de maquinaria, materia prima, almacenamiento y distribución del producto.

- ***Inversiones del proyecto***

*“Comprende la inversión inicial constituida por todos los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar el capital de trabajo”.*

- ***Inversiones fijas***

*“Los activos tangibles están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc”*(CÓRDOVA, 2015, pág. 191-192).

- ***Inversiones diferidas***

*“Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes, propiedad de empresa, necesarios para su funcionamiento e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, permisos, marcas,*

*asistencia técnica, gastos preoperativos y de instalación, puesto en marcha con estructura organizativa, etc”(CÓRDOVA, 2015, pág. 191-192).*

Las inversiones del proyecto son el conjunto tanto de inversiones fijas o diferidas que se necesita para poner en marcha el proyecto que pueden ser aportados en recursos monetarios o en bienes tangibles o intangibles.

– ***Capital de trabajo***

*“Que contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para que funcione una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos: materia prima, sueldos y salarios, cuentas por cobrar, almacén de productos terminados y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa”(CÓRDOVA, 2015, pág.192).*

Capital de trabajo es el dinero en efectivo con el que se debe contar para el funcionamiento o puesta en marcha del proyecto dentro de los primeros meses hasta obtener ingresos o rentabilidad para solventar los gastos, se utiliza en el estudio técnico para determinar cuánto debemos tener hoy para que funcione la microempresa.

## **2.12 Estudio Organizacional**

*“Este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales. Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto, y la descripción de los procedimientos y reglamento que regularán las actividades durante el periodo de operación”(MEZA, 2015, pág. 28).*

Estudio Organizacional trata de los requerimientos y requisitos que se deben cumplir de acuerdo con el lugar donde va a ser puesta en marcha la microempresa, además de establecer organigramas estructural y funcional para que las actividades sean desarrolladas de mejor manera, es incluido como un capítulo dentro del proyecto el cual constituye la carta de presentación de la empresa.

### **2.12.1 Empresa**

*“Una empresa o negocio es una organización dedicada a realizar actividades industriales, comerciales o de prestación de servicios. Algunas tienen fines de lucro, es decir, buscan generar valor económico, mientras que otras su único propósito es brindar un valor social. Entidad que se constituye para satisfacer responsablemente las necesidades de una población que demanda bienes y servicios de acuerdo con las condiciones económicas, políticas, culturales, sociales, tecnológicas, medioambientales y legales en que se encuentra” (PRIETO, 2014, pág. 2).*

Una empresa es una entidad organizada y constituida legalmente para la ejecución de una actividad específica y el objetivo que persigue es el de obtener beneficios económicos para sus propietarios.

### **2.12.2 Clasificación de la empresa**

PRIETO (2014) manifiesta que:

*“Las empresas pueden clasificarse: por su actividad, por la naturaleza del capital y por su magnitud:*

*Por su actividad*

- *Industriales: Extraen y/o modifican los elementos naturales o materias primas en otra serie de productos. Extractivas, de transformación.*
- *Comerciales: Se caracterizan por la sola labor de comprar y vender.*
- *De servicio: Proporcionan un beneficio y/o valor intangible a la sociedad.*
- *Sociales: Brindan un valor social y económico en un contexto determinado*

*Por su Inversión o naturaleza de su capital*

- *Privadas: Su patrimonio proviene de una o varias personas*
- *Públicas: El Estado aporta todo el capital*
- *Mixtas: Son una combinación de las empresas privadas y publicas*
- *Coparticipación: Cuando el capital de la empresa es aportado por nacionales o extranjeros*

*Por su magnitud*

- *Micros: (Número de empleados) Industrial hasta 30, Servicios hasta 5 y Comercial hasta 20.*
- *Pequeñas: (Número de empleados) Industrial de 31 a 100, Servicios de 6 a 20 y Comercial de 21 a 50.*
- *Mediana: (Número de empleados) Industrial de 101 a 500, Servicios de 21 a 100 y Comercial de 51 a 100.*
- *Grandes: (Número de empleados) Industrial más de 500, Servicios más de 100 y Comercial más de 100”(pág. 8-9).*

La microempresa por la actividad a la que se va a dedicar se cataloga cómo una microempresa comercial, la cual deberá cumplir todos los requisitos legales para su constitución y puesta en marcha de la distribución de alimentos balanceados.

### 2.12.3 Microempresa

*“Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas, que, operando de forma organizada, utilizan sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o prestación de servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación”*(MONTEROS, 2011, pág. 12).

Las microempresas son las unidades económicas más conocidas en el sector empresarial, ya que constituyen la base de las grandes empresas, opera con un determinado número de empleados, como toda actividad que se realiza éstas buscan obtener una rentabilidad y los ingresos necesarios para cubrir sus costos y gastos.

### 2.12.4 Características de la microempresa

MONTEROS (2011) manifiesta que:

- *“La microempresa en su gran mayoría está dedicada a la actividad comercial, pues aquellas que se dedican a la transformación de sus productos son comercializados por ellas mismas, dejando de lado a intermediarios y estableciendo una relación más directa entre el consumidor y productos.*
- *Es de tipo familiar y su estructura jurídica más utilizada se acerca a lo que constituyen las sociedades de personas, pues el dueño es el que aporta el capital necesario para sus operaciones normales.*

- *La mayoría de estas tienen la tendencia a no cambiar su lugar de operaciones y se mantienen donde se iniciaron, tratando de conservar su mercado y mantener una estrecha relación con su clientela.*
- *Crece principalmente a través de la reinversión de las utilidades, y una de las razones es que no cuenta con apoyo técnico-financiero significativo de instituciones privadas ni del gobierno, pues su actividad se autofinancia con recursos propios.*
- *El objetivo predominante es el mercado local y eventualmente el regional.*
- *Carece de una estructura formal en todas sus áreas.*
- *Son un soporte al desarrollo de grandes empresas.*
- *Generalmente no cuentan con un personal capacitado*
- *Existe una estrecha relación entre el microempresario y la comunidad”*(pág. 26).

Las microempresas se definen como unidades económicas, sin mayor organización estructural, que buscan conseguir lucro al emprender una actividad, que, en forma coordinada las personas que la conforman utilizan sus conocimientos y recursos para fabricar y/o vender productos y servicios.

### **2.12.5 Emprendimiento**

Según PRIETO (2014) “*emprendimientos es la capacidad de diseñar una idea y, con base en ella, implementar un proyecto a través de la identificación de oportunidades*”(pág. 182).

El emprendimiento es una mezcla de innovación y creatividad de cimentar una idea de negocio a través de la búsqueda de oportunidades para la satisfacción de las necesidades y expectativas de la población aún insatisfechas.

### 2.12.6 Tipos de emprendimientos

PRIETO (2014) los tipos de emprendimientos son:

- *“Empresarial (o de negocios con fines de lucro). Tiene por objetivo crear valor económico; sin embargo, recientemente se ha enfatizado la necesidad de crear empresas que no estén orientadas únicamente a satisfacer intereses económicos, sino que, a la vez, sus actividades sean responsables con la comunidad*
- *Social. Implementación de proyectos que generen valor social y, el caso de los negocios sociales también brinda valor económico a sus inversionistas o dueños*
- *Cultural. Puesta en marcha de ideas de negocio vinculadas en la creación artística o difusión de la cultura o de las artes*
- *Intraemprendimiento. Incentivar y llevar a cabo un nuevo proceso, estrategia, actividad o proyecto dentro de una organización existente, con el fin de incrementar su ventaja competitiva”*(pág. 185).

Los diversos tipos de proyectos dejan claro que cualquier persona está en la capacidad de poner a flote sus ideas y negocios con el fin de conseguir una fuente económica y con el ánimo de crear fuentes de trabajo.

### 2.12.7 Misión

GALINDO (2012) manifiesta: *“la misión de una empresa se fundamenta básicamente en el propósito para la cual fue creada, teniendo en cuenta el tipo de actividad que realizara durante su periodo de operación”*(p.49).

La misión es la razón de ser de la empresa, es la lógica de para qué es creada, tomando en cuenta no solo el tipo de actividad a la que se va a dedicar; sino también a los trabajadores, proveedores, clientes y en especial la responsabilidad social que va a tener con toda su cadena de producción.

### **2.12.8 Visión**

GALINDO (2012) manifiesta: *“es un conjunto de ideas generales que permiten definir claramente, a donde quiere llegar la empresa o proyecto a futuro, mediante proyecciones descriptivas y cuantitativa, las cuales deben estar alineadas con la misión organizacional”*(p.49).

La visión es donde se mira la empresa a futuro, es decir, donde quiere llegar la empresa, se definen ideas de cómo ser e ir mejorando en el transcurso de los años, esta debe siempre estar alineada con las políticas y la misión de la empresa.

### **2.12.9 Estructura Organizacional**

*“La estructura organizacional de una empresa depende fundamentalmente de sus recursos, la tecnología que utiliza, el mercado en el que opera y su estrategia, una organización está bien diseñada cuando los individuos que laboran en ella saben cuál es su trabajo, su responsabilidad, su facultad para tomar decisiones, su nivel jerárquico y los canales de comunicación formal, otros aspectos importantes son evitar la duplicidad de actividades y permitir la integración emocional del factor humano en razón de la misión de la organización”*(HERNÁNDEZ & RODRÍGUEZ, 2012, pág. 201).

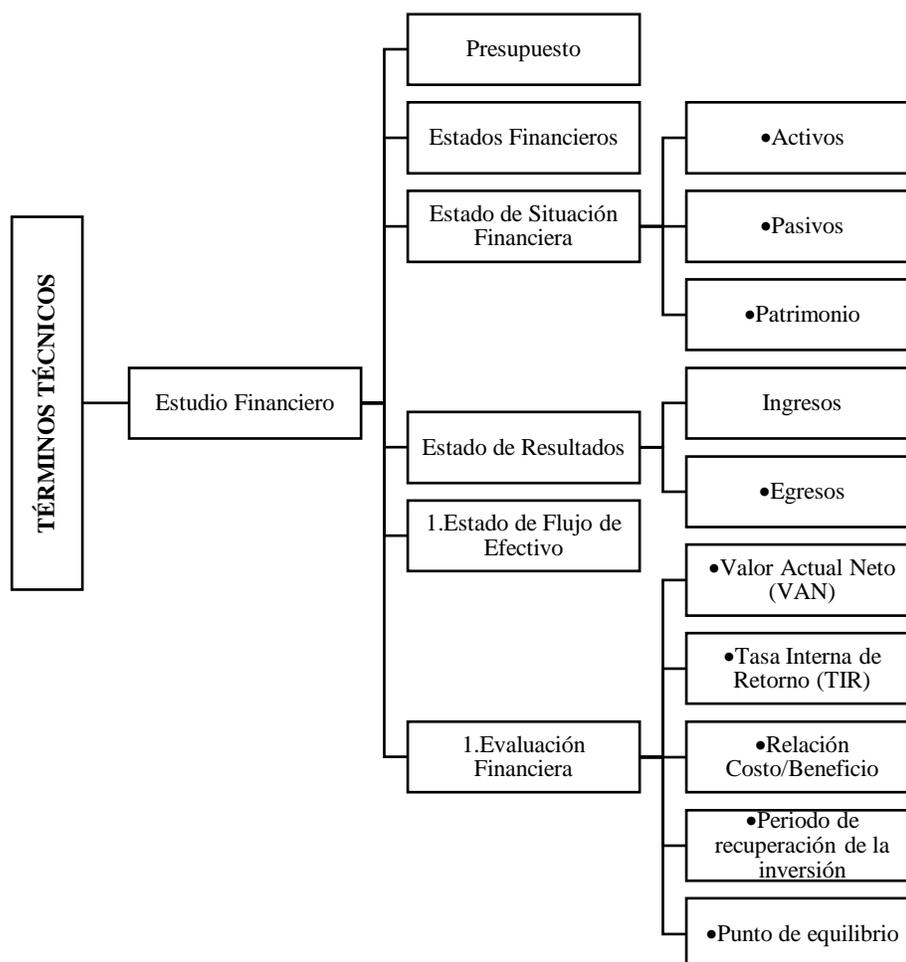
Una estructura organizacional dentro de una empresa es la forma como va a estar organizada formalmente, ésta se utiliza para definir jerárquicamente mandos de responsabilidad, actividades a realizar, etc. para evitar duplicación de funciones y lograr los objetivos planificados.

- **Organigrama**

*“Es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo. Representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer su estructura general. Es un sistema de organización que se representa en forma intuitiva y con objetividad”*(CÓRDOVA, 2015, pág. 169).

El organigrama es una representación gráfica del diseño de la organización del proyecto u empresa, el cual refleja los diversos cargos que existen y las líneas de mando a las que deben respetar.

Cuadro 5 Términos técnicos



Fuente: Marco Teórico  
Elaborado por: Las autoras

### 2.13 Estudio Financiero

*“Tiene como propósito fijar los conceptos necesarios para la realización del presupuesto de inversión a través de la identificación de los principales rubros que componen el activo, pasivo y patrimonio, en el caso del balance general; de los ingresos operacionales y no operacionales, los costos de producción, de ventas y de gastos operativos, en el caso del*

*estado de resultados; y de las entradas y de salidas de dinero, en el caso de flujo de caja”*(FLORES, 2015, pág. 28).

Este estudio permite visualizar a través del análisis de los estados financieros los principales componentes del activo, pasivo, patrimonio, ingresos costos, gastos; con el fin de realizar un presupuesto de inversión para poner en marcha una microempresa o proyecto.

### **2.13.1 Presupuesto**

HERNÁNDEZ & RODRÍGUEZ (2012) menciona *“estimaciones programadas de ingresos y egresos por partidas o rubros de operación y resultados en términos monetarios, para un periodo de operaciones quincenal, mensual, trimestral, etc.; determina las políticas de aplicación de los recursos y las prioridades”*(pág. 332).

Los presupuestos son planes escritos en términos monetarios futuros de ingresos y gastos para un determinado periodo, este nos permite conocer los recursos económicos estimados con los que se contará en el proyecto.

### **2.13.2 Estados Financieros**

ZAPATA (2017) menciona *“los estados financieros son reportes que se elaboran al finalizar el periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa, la cual permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad”*(pág. 87).

Los estados financieros son informes a un determinado periodo de tiempo generalmente a un año, que como una fotografía muestran la información financiera y económica de las actividades operacionales realizadas por las empresas, los cuales permiten analizar su situación actual y tomar decisiones oportunas y acertadas con los resultados arrojados.

### 2.13.3 Estado de Situación Financiera

*“Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente de activo, pasivo y patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado. La situación financiera se refiere a la posición que tiene un ente respecto al origen de los recursos que dispone, como activos y la capacidad de pagos de las deudas contraídas”*(ZAPATA, 2017, pág. 89).

- **Activos**

ZAPATA (2017) menciona que *“son todos los valores (dinero), servicios, bienes y derechos controlados por la empresa como resultado de sucesos pasados, del que la entidad espera obtener beneficios económicos futuros, los mismos que serán valorados razonablemente en términos monetarios”*(pág. 58).

Los activos de una empresa constituyen todos los bienes, derechos, servicios y otros recursos que la empresa o proyecto maneja de forma directa de los que espera en el futuro obtener réditos económicos.

- **Pasivos**

*“Son todas las obligaciones o deudas presentes de la empresa, adquiridas en forma legal, surgidas a raíz de sucesos pasados, al vencimiento de las cuales y, para cancelarlas, la entidad espera desprenderse de recursos que incorporan beneficios económicos. Por consiguiente, el precio asignado a las deudas será medible razonablemente en términos monetarios”*(ZAPATA, 2017, pág. 58).

Los pasivos reflejan todas las obligaciones presentes que la empresa o proyecto tiene frente a terceras personas como consecuencia de financiamientos o adquisiciones para dar inicio con las

actividades propias del proyecto, al vencimiento de estas debe desprenderse de recursos económicos.

- **Patrimonio**

*“El patrimonio es la participación de los socios o el dueño único en la empresa. Al momento de su creación la empresa se constituye únicamente por el capital social. No obstante, al transcurrir el tiempo sufrirá modificaciones por efecto de los resultados obtenidos y que no se hayan retirado; o por la creación de reservas, o por los aportes realizados con el ánimo de capitalizarlos en el futuro”*(ZAPATA, 2017, pág. 58).

El patrimonio es el conjunto de recursos económicos con los que inicia la puesta en marcha del proyecto, generalmente son los aportes iniciales de capital de los socios, transcurrido el tiempo sufre variaciones por el incremento o disminución de los resultados de las operaciones de la empresa o proyecto.

#### **2.13.4 Estado de Resultados**

*“Muestra los efectos económicos de las operaciones ordinarias, no ordinarias y discontinuas que ha realizado la empresa en un periodo de tiempo (mes, semestre, año). Estos efectos pueden ser una ganancia (utilidad) o una pérdida, reflejando de esta forma la calidad en el manejo de los recursos empresariales y, por ende, el desempeño de la gerencia”*(ZAPATA, 2017, pág. 88).

Este estado muestra los movimientos que se realizaron durante un ejercicio económico de ingresos, gastos y costos en la empresa, de forma detallada, permitiendo identificar si existe ganancias o pérdidas en la ejecución de las actividades normales de la empresa, servirá para

realizar el análisis económico al elaborar el Estado de Resultados proyectado con el fin de conocer si habrá rentabilidad o pérdida.

- **Ingresos**

*“Los ingresos son la causa o la fuente de recursos para producir renta para la empresa, pues sin la actividad operativa no se produce renta y el correspondiente efecto del efectivo que llevado a la vida práctica se puede concluir, hombre que no trabaja no produce efectivo para sus necesidades” (FIERRO, 2012, pág. 54).*

Los ingresos son los recursos que dispone la empresa por la actividad propia que realiza, se los utilizará para la proyección en el Estado de Resultados para el correspondiente análisis financiero.

- **Egresos**

*“Los egresos representan las erogaciones con las siguientes características: necesarias, proporcionales y con relación de causalidad con el objeto social en la producción de la renta; los gastos son como el combustible para poder producir los cuales se denominan gastos de personal, servicios públicos, gastos generales y aumentan su saldo con registros en el débito y disminuyen con registros en el crédito al momento del cierre de la cuenta, su saldo siempre será de naturaleza débito” (FIERRO, 2012, pág. 55).*

Los gastos son los recursos económicos necesarios que hay que desembolsar para el adecuado funcionamiento de la empresa, para luego recuperarlas al momento de efectuar las transacciones comerciales, éstos servirán para realizar las proyecciones en el Estado de Resultados y conocer los tipos de gastos en los que se incurrirá a lo largo del proyecto.

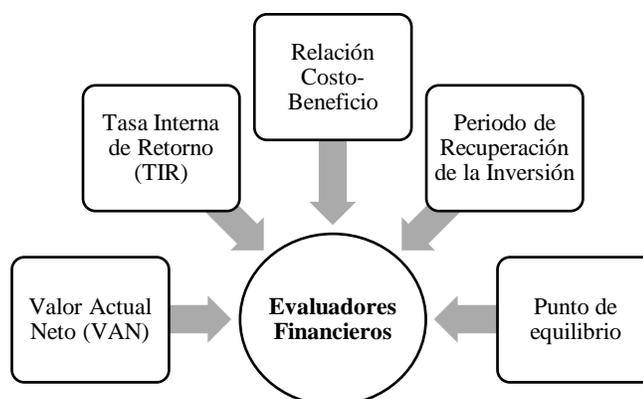
### 2.13.5 Estado de Flujo de Efectivo

*“Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura” (ZAPATA, 2017, pág. 244).*

El estado de flujo se lo utiliza para conocer las entradas y salida netas del efectivo y sus equivalentes efectuadas durante el ejercicio económico, por tal razón realizar el Estado de Flujo de Efectivo Proyectado es fundamental para el análisis económico con el objetivo de conocer las variaciones de efectivo que podrían afectar la liquidez del proyecto.

### 2.13.6 Evaluación Financiera

*Figura 6 Evaluadores financieros*



Fuente: Baca, 2013; Córdova, 2011; Sapag 2011  
Elaborado por: Las autoras

- **Valor Actual Neto (VAN)**

*“Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en el momento o tiempo cero”*(BACA, 2013, pág. 208).

El VAN o VPN es un indicador que muestra la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, y permite evaluar si el proyecto que se va a poner en marcha será viable económicamente o no será posible implementarlo si el resultado del VAN da un número menor a 1.

- **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

CÓRDOVA (2015) *“se define, de manera operativa, como la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero, refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil”*(pág. 242).

La tasa interna de retorno refleja la tasa mínima de interés o de rentabilidad que el proyecto espera recibir periodo a periodo durante toda la vida útil, esta debe ser mayor a la tasa de interés activa.

- **Costo/Beneficio**

*“La razón beneficio costo, también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de calificación de proyectos en orden descendente de productividad. Si la razón beneficio costo es mayor que 1, entonces acepte el proyecto”*(CÓRDOVA, Formulación y Evaluación de Proyectos, 2015, pág. 240).

Para (SAPAG, 2011):

*“Compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es 0, la relación beneficio-costo es igual a 1. Si el VAN es mayor que 0, la relación es mayor que 1, y si el VAN es negativo, esta es menor que 1”*(pág. 307).

La razón costo/beneficio analiza la relación que existe entre los ingresos y los egresos en los flujos de caja proyectados traídos a valor presente, que nos sirve para determinar si el proyecto es factible o no.

- **Periodo de recuperación de la inversión**

BACA (2013) menciona que *“consiste en determinar el número de periodos generalmente en años, requeridos para recuperar la inversión inicial emitida, por medio de los flujos de efectivo futuros que generará el proyecto”*(pág. 212).

El periodo de recuperación de la inversión es el cálculo del tiempo de recuperación de la inversión inicial por medio de los flujos de efectivo futuros que generará; en años, meses y días, es decir, es el tiempo que se demorará en recuperar dicha inversión.

- **Punto de equilibrio**

BACA (2013) menciona *“es el nivel de producción en que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables”*(pág. 179).

El punto de equilibrio es el nivel en el que los ingresos y gastos de una microempresa sea de producción, comercial y/o de servicios son iguales; es decir, es el punto donde se unen y no existe ni pérdida ni ganancia dando como resultado que los ingresos cubren los gastos de las

operaciones realizadas en la microempresa. Por tanto, el cálculo del punto de equilibrio es de suma importancia, ya que permitirá a la empresa determinar el nivel de ventas que necesita para recuperar la inversión.

## **CAPITULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Introducción**

El estudio de mercado tiene como propósito determinar la viabilidad del proyecto y conocer si existen las condiciones favorables en el mercado tras el análisis de la oferta y la demanda para la creación de una microempresa de distribución de alimentos balanceados para animales en la parroquia de Julio Andrade. Este estudio se lo realizará a través de la aplicación de cuestionarios de preguntas plasmadas en encuestas y entrevistas que se realizarán a los ganaderos y pobladores que se dediquen a las actividades pecuarias, así como también a los propietarios de similares proyectos para tener un conocimiento más detallado sobre la actividad.

#### **3.2. Objetivos del estudio de mercado**

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

Efectuar un estudio de mercado mediante el análisis de variables como la oferta, la demanda, producto, precio, plaza y publicidad, para determinar la demanda insatisfecha y conocer si el proyecto será viable en el mercado de la parroquia de Julio Andrade, Provincia del Carchi.

##### **3.2.2. Objetivos específicos**

- Determinar el mercado objetivo al cual está dirigido el proyecto
- Examinar y proyectar la demanda existente de alimentos balanceados en la parroquia
- Identificar y proyectar la oferta existente de microempresas expendedoras de alimentos balanceados

- Conocer el precio del producto en el mercado para su comercialización
- Identificar los proveedores existentes de alimentos balanceados para determinar costos y calidad de los productos.
- Definir las estrategias de comercialización para ofertar el producto.

### 3.3. Variables de estudio

- Mercado Objetivo
- Demanda
- Oferta
- Precio
- Proveedores
- Producto
- Plaza
- Publicidad

### 3.4. Indicadores de las variables

*Cuadro 6 Indicadores de las variables del estudio de mercado*

<b>Variables</b>	<b>Indicadores</b>
<b>Mercado Objetivo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Total de habitantes</li> <li>• % de habitantes que se dedican a la ganadería</li> </ul>
<b>Demanda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demanda potencial</li> <li>• Gustos y preferencias</li> <li>• Proyección de la demanda</li> </ul>
<b>Oferta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia</li> <li>• Horarios de atención</li> <li>• Variedad de marcas</li> <li>• Ventas en cantidad</li> <li>• Proyección de la oferta</li> </ul>
<b>Precio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio de venta</li> <li>• Proyección de precios</li> </ul>
<b>Proveedores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Principales proveedores</li> </ul>
<b>Producto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipos de productos</li> </ul>
<b>Plaza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canales de distribución</li> </ul>
<b>Publicidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medios de difusión utilizados</li> </ul>

Fuente: Investigación (2017)  
Elaborado por: Las autoras

### 3.5. Matriz del Estudio de Mercado

**Tabla 7 Matriz de análisis del estudio de mercado**

Objetivo general	Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Instrumentos	Tipo	Fuente
Efectuar un estudio del mercado mediante el análisis de variables como la oferta, la demanda, producto, precio, plaza, publicidad, para determinar la demanda insatisfecha y conocer si el proyecto será viable en el mercado de la parroquia de Julio Andrade, Provincia del Carchi.	Determinar el mercado objetivo al cual está dirigido el proyecto	Mercado objetivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Total de habitantes</li> <li>- % de habitantes que se dedican a la ganadería</li> </ul>	Investigación bibliográfica y documental	Secundaria	Publicaciones del INEC Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del GAD 2015-2031
	Examinar y proyectar la demanda existente de alimentos balanceados en la parroquia	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Demanda potencial</li> <li>- Gustos y preferencias</li> <li>- Proyección de la demanda</li> </ul>	Encuesta	Primaria	Habitantes dedicados a la actividad pecuaria
	Identificar y proyectar la oferta existente de microempresas expendedoras de alimentos balanceados	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Competencia</li> <li>- Horarios de atención</li> <li>- Variedad de marcas</li> <li>- Ventas en cantidad</li> <li>- Proyección de la oferta</li> </ul>	Entrevista	Primaria	Propietarios de microempresas expendedoras de alimentos balanceados
	Conocer el precio del producto en el mercado para su comercialización	Precio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Precio de venta</li> <li>- Proyección de precios</li> </ul>	Entrevista	Primaria	Propietarios de microempresas expendedoras de alimentos balanceados
	Identificar los proveedores existentes de alimentos balanceados para determinar costos y calidad de los productos	Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proveedores nacionales</li> <li>- Proveedores mayoristas</li> </ul>	Investigación documental	Secundaria	Publicaciones de los proveedores en las páginas WEB oficiales
	Definir las estrategias de comercialización para ofertar el producto	Producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos de productos</li> </ul>	Encuesta	Primaria	Encuesta aplicada a los habitantes dedicados a la actividad ganadera
		Plaza	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Canales de distribución</li> </ul>			
	Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medios de difusión utilizados</li> </ul>				

Fuente: Estudio de mercado (2017)

Elaborado por: Las autoras

### 3.6. Identificación del Servicio

La microempresa de distribución de alimentos balanceados tiene como propósito brindar el servicio de venta de alimentos para animales al por mayor y menor a precios accesibles, además de ofrecer un innovado servicio como es el de venta a domicilio que pretende beneficiar a los clientes en el ahorro de su tiempo.

#### 3.6.1. Segmento del Mercado

*Tabla 8 Criterios de segmentación*

<b>CRITERIO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Geográfico	Parroquia de Julio Andrade
Demográfico	Total de habitantes dedicados a la actividad pecuaria
Socioeconómico	Extracto bajo y medio

Fuente: Estudio de mercado (2017)

Elaborado por: Las autoras

El segmento al cuál se dirige el proyecto está comprendido por personas mayores de edad hasta sesenta y nueve años, que su principal actividad económica sea la pecuaria sin distinción alguna de sexo, clase social o ingresos económicos.

#### 3.6.2. Mercado Objetivo

El mercado meta al que está encaminado el proyecto en sus inicios son los campesinos que se dedican a la actividad agropecuaria de la parroquia de Julio Andrade, actividad que ocupa el primer lugar en la zona.

Posteriormente se puede ampliar el mercado hacia las parroquias aledañas de la provincia del Carchi.

### 3.6.3. Determinación de la Población

La población se determinó mediante el análisis de datos obtenido del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de (GAD)Parroquial Julio Andrade 2015-2031, del cual se obtuvo que la parroquia cuenta con 10.038 habitantes entre hombres y mujeres que se dedican a actividades económicas, de los cuales el 47% se dedica a la ganadería obteniendo así la población a estudiar de 4.718 habitantes.

### 3.6.4. Determinación de la Muestra

Las encuestas fueron realizadas a las personas que se dedican a la actividad agropecuaria en la parroquia de Julio Andrade. El cálculo de la muestra se lo establece en base a la información recolectada según el del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de (GAD) Parroquial Julio Andrade 2015-2031.

*En donde:*

*n = Tamaño de la Muestra.*

*N = Tamaño de la población (4.718)*

*$\sigma =$  Varianza = 0.5*

*e = Nivel de error 0,05*

*Z = 95% Valor tipificado corresponde 1.96 análisis de doble*

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

$$n = \frac{(4.718) (0,5)^2 (1,96)^2}{(4.718 - 1) (0,05)^2 + (0,5)^2 (1,96)^2}$$

$$n = \frac{(4.718) (0,25) (3,8416)}{(4.717)(0,0025) + (0,25) (3,8416)}$$

$$n = \frac{4.531,17}{11,7925 + 0,9604}$$

$$n = \frac{4.531,17}{12,7529}$$

**$n = 355$  Número de encuestas a aplicarse: 355 encuestas**

### 3.7. Técnicas de recolección de información

El instrumento que se utilizó en la presente investigación fue el cuestionario, mismo que se estructuró de manera lógica y ordenada empleándose en la encuesta y la entrevista.

Las técnicas que se utilizaron para proceder con la recopilación de información fueron las fichas de observación, la encuesta y la entrevista: con la ficha de observación se pudo registrar el número de microempresas expendedoras de alimentos balanceados y los horarios de atención, las encuestas fueron aplicadas a 355 habitantes, muestra obtenida del total de los habitantes que se dedican a la actividad pecuaria de la parroquia.

La encuesta en base al Anexo 3, se aplicó desde dos perspectivas, una se realizó a los ganaderos que se dedican a la crianza de animales, para determinar los requerimientos y necesidades en cuanto a los productos que se ofrecerán y la otra se empleó para analizar la demanda y características de alimentos balanceados, las entrevistas de acuerdo a los Anexos 4-7 fueron aplicadas a los propietarios de las microempresas existentes en la parroquia tomando en consideración el conocimiento y la experiencia que poseen, mediante estas técnicas se logró recopilar toda la información necesaria para conocer la oferta y la demanda de los productos, para finalmente dichas respuestas ser tabuladas y analizadas.

### 3.8. Análisis e interpretación de los resultados de las encuestas

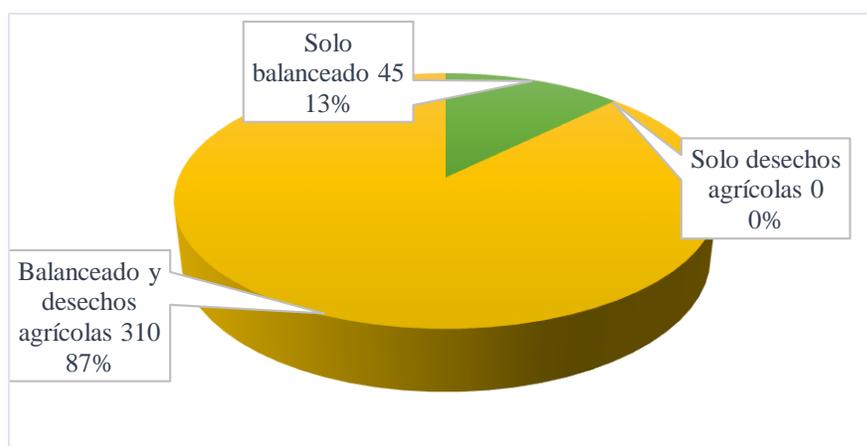
1. ¿Qué tipo de alimentación suministra a sus animales?

**Tabla 9 Tipo de alimentación suministrada**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Solo balanceado	45	13%
Solo desechos agrícolas	0	0 %
Balanceado y desechos agrícolas	310	87%
<b>TOTAL</b>	<b>355</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las autoras



**Figura 7 Tipo de alimentación suministrada**

Fuente: Estudio de Mercado- encuestas

Elaborado por: Las autoras

#### Análisis

De acuerdo con el estudio efectuado el 87% de los encuestados, alimentan a sus animales a base de balanceado y desechos agrícolas, los cuales manifestaron que el alimento balanceado es un complemento a la nutrición, esto indica que el ganadero de forma constante busca alternativas que aporten al desarrollo de sus animales; mientras que un 13% proporcionan solamente balanceado, aspecto que es de vital importancia para el proyecto porque indica la demanda de estos productos en el mercado al cual está dirigida la microempresa.

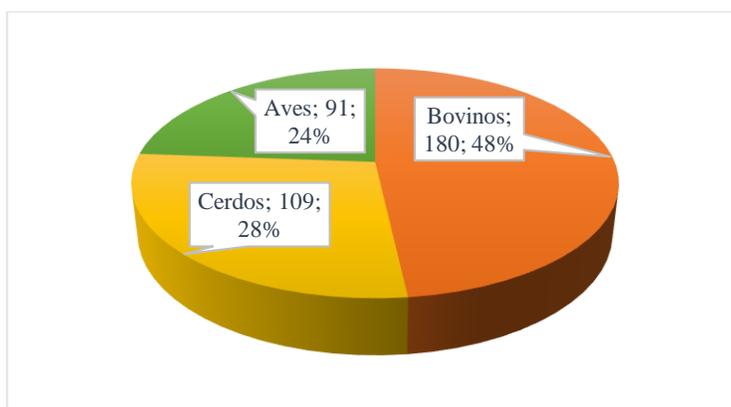
## 2. ¿Qué cantidad de alimentos balanceados adquiere mensualmente?

**Tabla 10 Cantidad comprada mensualmente**

ESPECIE	1 qq	2qq	3qq	TOTAL	PORCENTAJE
Bovinos	162	6	2	170	48%
Cerdos	94	3	3	100	28%
Aves	80	4	1	85	24%
<b>TOTAL</b>	<b>336</b>	<b>13</b>	<b>6</b>	<b>355</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las autoras



**Figura 8 Cantidad comprada**

Fuente: Estudio de Mercado- encuestas

Elaborado por: Las autoras

### **Análisis**

Con respecto a la cantidad de alimentos balanceados adquiridos, se identificó que en un porcentaje correspondiente al 48% de personas adquieren alimentos para bovinos, debido a que los habitantes de la zona manifiestan su preferencia por la crianza de este tipo de animal, por el rédito económico que ofrecen sus productos derivados en el transcurso de su desarrollo; seguido con un 28% de personas compran productos para cerdos, por la dieta alimenticia que implica su crianza, factor importante a la hora de comercializarlos y en último lugar con un 24% compran alimento para aves; las cifras indican que los habitantes dedicados a la actividad pecuaria mantienen en su mayoría ganado bovino, además prefieren comprar en grandes volúmenes ya sea por el precio o por el ahorro de tiempo que implica.

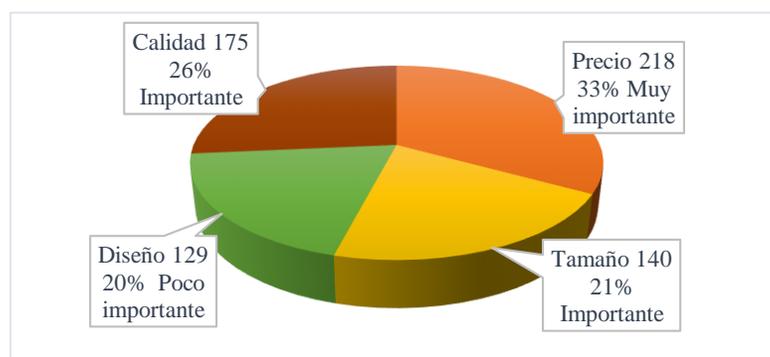
### 3. ¿Qué características toma en consideración a la hora de comprar el producto?

**Tabla 11 Características del producto**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	218	33%
Tamaño	140	21%
Diseño	129	20%
Calidad	175	26%
<b>TOTAL</b>	<b>662</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las autoras



**Figura 9 Características del producto**

Fuente: Estudio de Mercado- encuestas

Elaborado por: Las autoras

### **Análisis**

El gráfico indica que las personas encuestadas a la hora de comprar consideran relevante el precio en un 33%, por el hecho de que si el precio es accesible tienen la facilidad de adquirir mayor cantidad de quintales; por otro lado, la calidad es considerada por un 26%, en efecto los encuestados a la hora de realizar su compra prefieren productos a precios bajos y de calidad. Hay que mencionar además que el tamaño, así como el diseño son características que los compradores no consideran de importancia relevante, a causa de que solo es la presentación externa del producto y no influye en sus componentes internos.

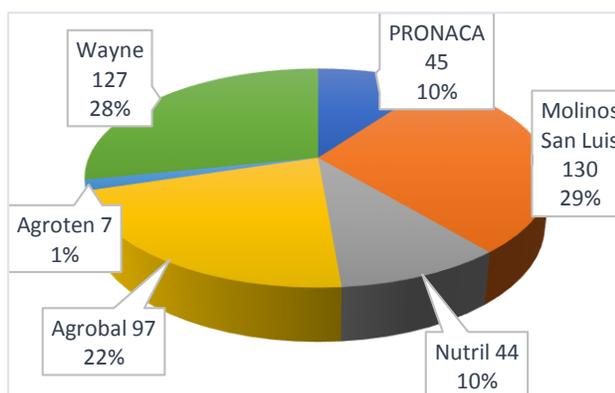
#### 4. ¿Qué marcas de alimentos balanceados prefiere?

**Tabla 12 Marcas de preferencia**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRONACA	45	10%
Molinos San Luis	130	29%
Nutril	44	10%
Agrobal	97	22%
Agroten	7	1%
Wayne	127	28%
<b>TOTAL</b>	<b>450</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las autoras



**Figura 10 Marcas de preferencia**

Fuente: Estudio de Mercado- encuestas

Elaborado por: Las autoras

### Análisis

De acuerdo con las marcas de preferencia de alimentos balanceados, la marca mayor posicionada en el mercado es la de Molinos San Luis denominada Aprograns con un 29%; en virtud del criterio de los encuestados por el hecho de que el precio es mejor respecto al de otras marcas, seguida de Wayne con una mínima diferencia del 1% aproximadamente, cabe resaltar que los habitantes encuestados prefieren más de una marca dependiendo del tipo de animal, las cifras indican que los compradores buscan marcas que ofrezcan mayor variedad y calidad en sus productos a la hora de adquirir los productos alimenticios para sus animales.

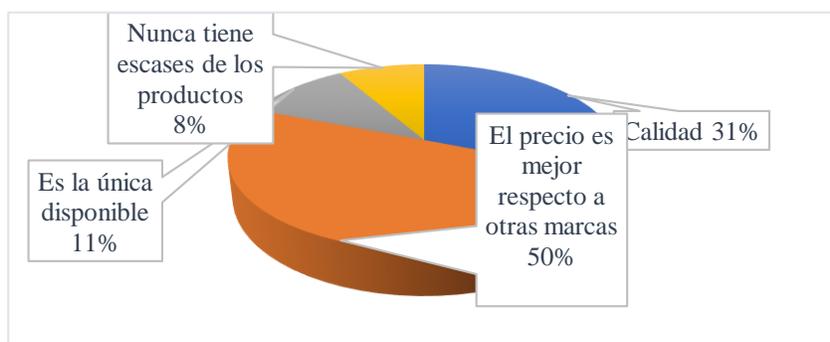
5 ¿Cuál es el motivo de seleccionar la marca mencionada anteriormente?

**Tabla 13 Características de las marcas de preferencia**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
El precio es mejor respecto a otras marcas	177	50%
Calidad	110	31%
Es la única disponible	38	11%
Nunca tiene escases de los productos	30	8%
<b>TOTAL</b>	<b>355</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las autoras



**Figura 11 Características de las marcas de preferencia**

Fuente: Estudio de Mercado- encuestas

Elaborado por: Las autoras

## Análisis

Como se puede apreciar, la mitad de los encuestados adquieren los productos de sus marcas preferidas por que el precio es mejor respecto a otras marcas; seguido de la calidad de los insumos, por sus componentes nutricionales que aportan al desarrollo y crecimiento de los animales. Cabe resaltar que los compradores se fijan principalmente en estas características al momento de optar por la marca de alimento balanceado para sus semovientes, datos que indican el tipo de marcas que debe considerar la microempresa para la distribución en mayor proporción dentro del mercado y satisfacer preferencias de los ganaderos.

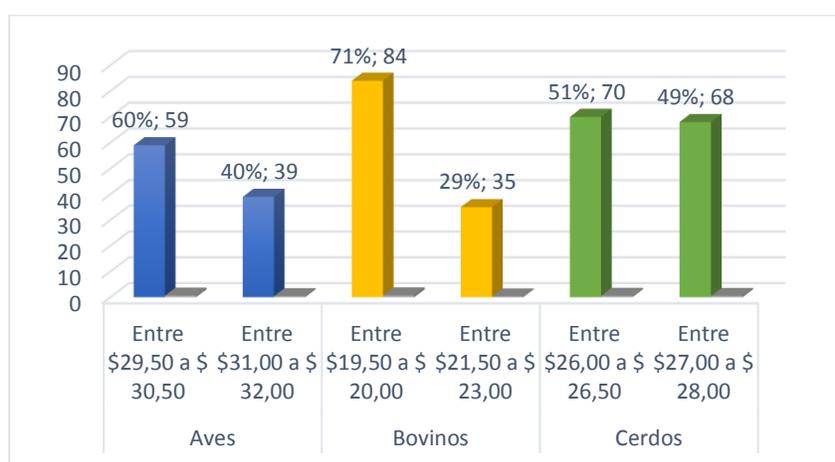
## 6. ¿Cuánto suele pagar en promedio de acuerdo con su compra?

**Tabla 14 Precio promedio alimentos balanceados**

ESPECIE	PRECIO	FRECUENCIA	TOTAL	PORCENTAJE
Aves	Entre \$29,50 a \$ 30,50	59	98	60%
	Entre \$31,00 a \$ 32,00	39		40%
Bovinos	Entre \$19,50 a \$ 20,00	84	119	71%
	Entre \$21,50 a \$ 23,00	35		29%
Cerdos	Entre \$26,00 a \$ 26,50	70	138	51%
	Entre \$27,00 a \$ 28,00	68		49%
<b>TOTAL</b>		<b>355</b>	<b>355</b>	

Fuente: Estudio de Mercado- encuestas

Elaborado por: Las autoras



**Figura 12 Precio Promedio alimentos balanceados**

Fuente: Estudio de Mercado- encuestas

Elaborado por: Las autoras

### Análisis

En base al análisis del gráfico, el 60% de los compradores de productos para aves optan por precios bajos, de igual forma por el balanceado de vacunos con un 71% y finalmente para los porcinos con un 51%; datos que reafirman que los compradores prefieren pagar precios cómodos por los alimentos balanceados para las tres clases de animales, aspecto que se tomará en cuenta en la fijación de precios por producto comparando con los de la competencia para poder establecer la microempresa en el mercado.

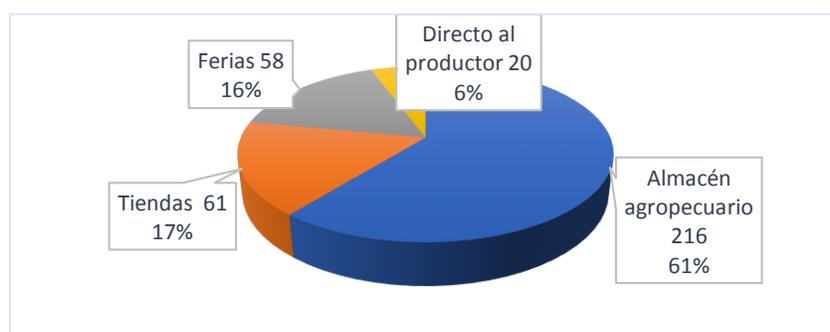
## 7. ¿En qué lugar adquiere el alimento balanceado?

**Tabla 15 Lugar de compra de alimento balanceado**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Almacén agropecuario	216	61%
Tiendas	61	17%
Ferias	58	16%
Directo al productor	20	6%
<b>TOTAL</b>	<b>355</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de Mercado- encuestas

Elaborado por: Las autoras



**Figura 13 Lugar de compra de alimento balanceado**

Fuente: Estudio de Mercado- encuestas

Elaborado por: Las autoras

## Análisis

Aproximadamente un 61% de quienes conforman el mercado objetivo del proyecto eligen adquirir los alimentos balanceados en los almacenes agropecuarios, respuesta que manifiesta que la creación de la microempresa tendrá acogida por el hecho de que la mayor parte adquiere sus productos en dichos almacenes; como segunda y tercera opción se presentan las ferias y las tiendas con un 16% y 17% respectivamente; dejando relegada a la opción de adquirir directamente al productor aspecto que es favorable para la implementación de la propuesta.

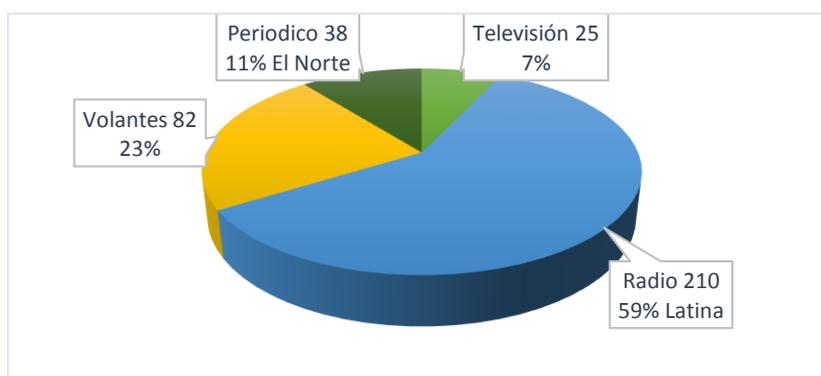
## 8. ¿Qué medios de difusión e impresos usted utiliza con frecuencia?

**Tabla 16 Medios de comunicación de uso frecuente**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	25	7%
Radio	210	59%
Volantes	82	23%
Periódico	38	11%
<b>TOTAL</b>	<b>355</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de Mercado- encuestas

Elaborado por: Las autoras

**Figura 14 Medios de comunicación de uso frecuente**

Fuente: Estudio de Mercado- encuestas

Elaborado por: Las autoras

**Análisis**

Más de la mitad de la población encuestada utiliza la radio como medio de comunicación para informarse de los aspectos de su interés, a través de la única frecuencia en la parroquia 96.5 radio Latina. Como segunda y tercera opción se sitúan los volantes y el medio impreso con 23% y 11% de preferencia, sorpresivamente el medio televisivo aparece en el cuarto lugar con tan solo el 7% de predilección, realidad que muestra que no siempre se puede llegar a todos los mercados con los mismos medios de publicidad. De manera puntual se debe señalar que el proyecto considerará utilizar como medio de difusión la radio y volantes publicitarios.

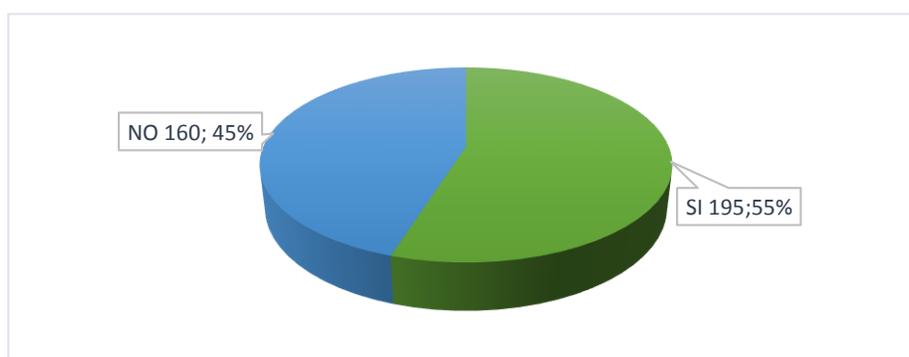
9. ¿Estaría de acuerdo con la creación de una microempresa de distribución de alimentos balanceados en el sector?

**Tabla 17 Nivel de aceptación de la propuesta**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	195	55%
<b>NO</b>	160	45%
<b>TOTAL</b>	<b>355</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de Mercado- encuestas

Elaborado por: Las autoras



**Figura 15 Nivel de aceptación de la propuesta**

Fuente: Estudio de Mercado- encuestas

Elaborado por: Las autoras

## Análisis

El gráfico muestra que del total de encuestados un 55% manifiestan su aceptación para la creación de la microempresa de distribución de alimentos balanceados en la parroquia, esta cifra refleja que el mercado meta al cual se dirige el proyecto tiene la necesidad de satisfacer su demanda de alimentos balanceados con un nuevo centro de distribución; por ende, un 45% restante indica que no está de acuerdo con la propuesta de implementación, cifras que muestran que se debe emplear adecuadas estrategias de comercialización para poder ganar mercado.

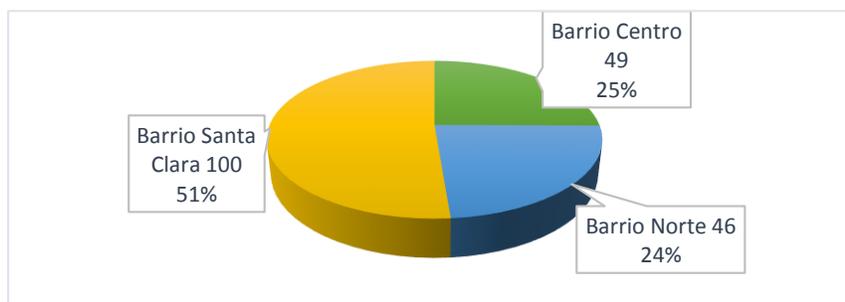
10. ¿Según su preferencia, de las siguientes alternativas escoja donde debería estar ubicada la microempresa?

**Tabla 18 Ubicación de preferencia**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Barrio Centro	49	25%
Barrio Norte	46	24%
Barrio Santa Clara	100	51%
<b>TOTAL</b>	<b>195</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de Mercado- encuestas

Elaborado por: Las autoras



**Figura 16 Ubicación de preferencia**

Fuente: Estudio de Mercado- encuestas

Elaborado por: Las autoras

## Análisis

El gráfico precedente muestra claramente que el Barrio Santa Clara y Barrio Centro se perfilan como los sectores preferidos por el mercado para la ubicación de la microempresa de distribución de alimentos balanceados; por su parte, en menor porcentaje 24% y no por eso menos importante se posiciona el Barrio Norte, el cual no se descarta como opción de localización por presentar otros beneficios como es mayor afluencia de personas y los costos de alquiler de locales es menor, aspecto que beneficia en parte a la propuesta de implementación. Es necesario recalcar que del total de encuestados el 45% no contestó esta pregunta teniendo en cuenta que no están de acuerdo con la creación de la microempresa.

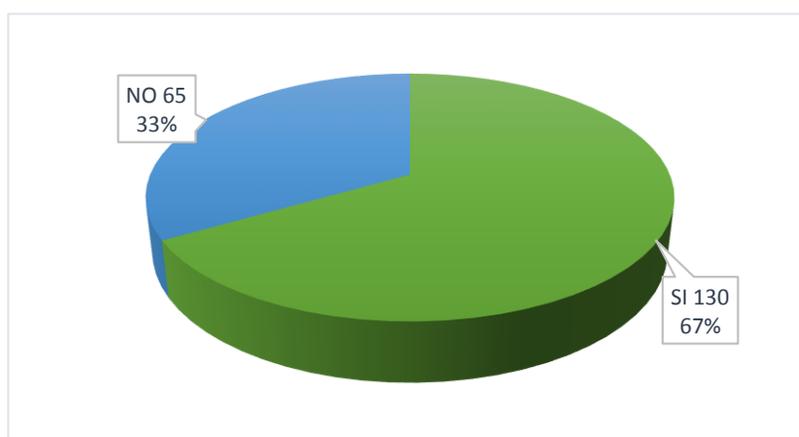
11. ¿De crearse la microempresa, estaría interesado en que se le venda el producto a domicilio?

**Tabla 19 Preferencia de venta del producto**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	130	67%
NO	65	33%
<b>TOTAL</b>	<b>195</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de Mercado- encuestas

Elaborado por: Las autoras



**Figura 17 Preferencia de venta del producto**

Fuente: Estudio de Mercado- encuestas

Elaborado por: Las autoras

## Análisis

Si bien, más de la mitad de encuestados manifiesta su conformidad con la creación de la microempresa de distribución de alimentos balanceados, el 67% expresa un interés serio en acogerse al servicio de venta a domicilio de los alimentos, por el hecho de que se ven beneficiados con el traslado del producto a sus hogares, ya que no poseen vehículo propio; en cambio, el 33% restante indican que en la actualidad no están dispuestos a acceder al servicio de venta a domicilio. Es necesario recalcar que del total de encuestados el 45% no contestó esta pregunta teniendo en cuenta que no están de acuerdo con la creación de la microempresa.

### 3.9. Demanda

#### 3.9.1. Identificación de la demanda

La identificación de la demanda permite conocer si el proyecto tiene o no potencial suficiente, para ser ejecutado a través de información relacionada con el número de productos que el mercado meta requiere para satisfacer sus necesidades.

Mediante la información obtenida de las encuestas realizadas a los habitantes que se dedican a la actividad pecuaria, en base a la pregunta 2 (Anexo 3), se determinó la cantidad de demanda de los alimentos balanceados en quintales, multiplicando el número de personas por el número de quintales que adquiere, dando como resultado 380 quintales mensuales para los tres tipos de animales, como se detalla en la siguiente tabla:

*Tabla 20 Cantidad de alimentos adquiridos mensualmente*

ESPECIE	1 qq	2qq	3qq	Total	PORCENTAJE
Bovinos	162	12	6	<b>180</b>	47%
Cerdos	94	6	9	<b>109</b>	29%
Aves	80	8	3	<b>91</b>	24%
<b>TOTAL CANTIDAD</b>	<b>336</b>	<b>26</b>	<b>18</b>	<b>380</b>	100%

Fuente: Estudio de Mercado- encuestas

Elaborado por: Las autoras

A continuación, se detalla el cálculo de la demanda potencial:

*Tabla 21 Cálculo de la demanda potencial*

Población estudiada	Tipo de especie	% de personas que compran	Población	% de aceptación total	% de aceptación parcial	Población que posiblemente comprará	Compra en QQ mensual según encuesta	QQ mensual que posiblemente serán comprados	Demanda Potencial Anual
<b>44.718</b>	Bovinos	48%	2.265	55%	26,40%	598	180	633	7.596
	Cerdos	28%	1.321		15,40%	203	109	221	2.652
	Aves	24%	1.132		13,20%	149	91	160	1.920
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>4.718</b>	<b>55,00%</b>	<b>950</b>	<b>380</b>	<b>1.014</b>	<b>12.168</b>		

Fuente: Estudio de Mercado- encuestas

Elaborado por: Las autoras

Para el cálculo de este indicador se utilizó los datos obtenidos en la encuesta, de igual manera el porcentaje de aceptación prorrateado para cada tipo de animal; los resultados según lo expresado en la tabla anterior se detallan a continuación:

- **Datos para el porcentaje de aceptación por tipo de animal**

Porcentaje total de aceptación según la encuesta: 55%

Porcentaje de personas que compran alimentos para bovinos: 48%

**% de Aceptación por tipo de animal**= % total de aceptación \* % de personas que compran alimentos para bovinos

$$=55 \% * 48\%$$

$$= 26,40\%$$

**Análisis:** El valor indica que del 55% de aceptación de la propuesta obtenido en la encuesta a través de la pregunta número 9 (Anexo 3), solo el 26,40% acepta la compra de alimentos balanceados para bovinos.

- **Datos del número de quintales que será comprados por tipo de animal**

Número de encuestados: 355 personas de los cuales compran:170 para bovinos, 100 para cerdos y 85 para aves.

Número de personas que efectivamente comprará: 598

Número de quintales según la encuesta pregunta 2: 180

Número de personas	Número de quintales
170	180
598	X

$$\begin{aligned}
 \text{Número de qq que será comprados} &= (598 \times 180 \text{ qq}) / 170 \text{ encuestados} \\
 &= (107.640 \text{ qq}) / 170 \\
 &= 633 \text{ quintales para bovinos}
 \end{aligned}$$

### **Análisis:**

Para obtener el número de quintales se consideró la pregunta número 2 (Anexo 3) de la encuesta, número de personas por el número de quintal que adquieren, obteniendo así 380 quintales mensuales para los tres tipos de animales. Por otro lado, se utilizó el método de regla de tres el cual permitió identificar la cantidad de quintales que posiblemente serán comprados por cada especie animal.

- **Datos Demanda Potencial Anual**

Número de quintales que serán adquiridos mensualmente: 633

Año: 12 meses

$$\begin{aligned}
 \text{Demanda Potencial Anual} &= \text{Número de quintales que serán adquiridos mensualmente} * 12 \text{ meses} \\
 &= 633 * 12 \text{ meses} \\
 &= 7.596 \text{ quintales para bovinos}
 \end{aligned}$$

### **Análisis:**

La Demanda potencial anual muestra la cantidad de alimentos balanceados para las tres clases de animales: bovinos, porcinos y aves, que en el mejor de los casos serán adquiridos por las personas que componen la población estudiada.

Por lo tanto, demanda potencial del proyecto en la parroquia de Julio Andrade es de 12.168 quintales de alimentos balanceados para los tres tipos de animales aves, ganado y cerdos, la cifra indica que en la zona de estudio existe la necesidad real de la implementación del proyecto.

### 3.9.2. Proyección de la demanda

La proyección de la demanda para los cinco años posteriores se ha determinado considerando el crecimiento porcentual de aves, bovinos y cerdos a nivel nacional a partir de los años 2014, 2015, 2016 obteniendo un resultado de 0,24% para bovinos y cerdos según el reporte estadístico del sector agropecuario del INEC, al no existir datos porcentuales acerca del crecimiento en la provincia sobre aves, se ha considerado tomar el porcentaje de la provincia de Pichincha al ser considerada de similar características climáticas obteniendo así un 0,20% , cifra que fue tomada para proyección de la demanda dando un total de 0,44%.

Se utilizará la siguiente fórmula en la proyección de la demanda:

$$C_n = C_0(1 + i)^n$$

**Cn:** Consumo Futuro

**Co:** Consumo año 1

**i:** Tasa de crecimiento

**n:** Año proyectado

$$C_n = 12.168(1+0,44\%)^1$$

$$C_n (2018) = 12.222 \text{ demanda proyectada a 1 año}$$

*Tabla 22 Proyección de la demanda potencial en número de quintales*

Años	Cálculo	Proyección de la demanda potencial
Año 1		12.168
Año 2	= 12.168*(1+0,44%)^1	12.222
Año 3	= 12.168*(1+0,44%)^2	12.275

<b>Año 4</b>	= 12.168*(1+0,44%)^3	12.329
<b>Año 5</b>	= 12.168*(1+0,44%)^4	12.384
<b>Año 6</b>	= 12.168*(1+0,44%)^5	12.438

Fuente: Estudio de Mercado- encuestas  
Elaborado por: Las autoras

### 3.10. Oferta

#### 3.10.1 Análisis de la competencia

El mercado al que se destinan los alimentos balanceados es el de animales para mejorar su calidad nutricional, el cual se encuentra siempre en constante investigación e innovación con el ánimo de satisfacer las exigencias de los ganaderos. La competencia del producto se ve reflejada por los cuatro almacenes que ofertan similares productos, la diferencia principal del proyecto es su servicio de venta a domicilio, por lo que se aprovecha esta oportunidad para la creación de la nueva microempresa que ofrece un servicio adicional catalogado como un valor agregado que agrade al consumidor. En base a las entrevistas realizadas (Anexos 4-7) se encuentra a las siguientes microempresas como competidores relevantes para los alimentos balanceados:

**Tabla 23 Competencia**

<b>HORARIOS DE ATENCIÓN</b>	<b>ALMACÉN</b>	<b>MARCAS QUE COMERCIALIZAN</b>
7:30 am a 19:00	J. Luis Distribuidora	Pronaca Wayne
8:00 a 20:00	Centro Veterinario El Ganadero	Agrobal Morochillo sin marca
9:00 a 18:00	Centro Veterinario El Establo	Molinos San Luis Aprograns Wayne Agrobal
6:30 am a 17:00	Insumos Veterinarios San Luis	Pronaca Wayne Agrobal

Fuente: Estudio de Mercado- entrevistas-encuestas  
Elaborado por: Las autoras

### 3.10.2 Identificación de la oferta

La identificación de la oferta es indispensable, para conocer el número de microempresas de similar actividad económica que hasta el momento abastecen el mercado de alimentos balanceados en la parroquia de Julio Andrade, en la actualidad en base a la información proporcionada por propietarios de los almacenes agropecuarios en la entrevista realizada (Anexos 4-7), la oferta existente se detalla a continuación en el cuadro de ventas:

*Tabla 24 Oferta de alimentos balanceados de las principales distribuidoras*

ALMACÉN	MARCA	TIPO BALANCEADO	DE	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	
J. Luis Distribuidora	Pronaca	Aves		17	204	
		Bovinos		23	276	
		Porcinos		19	228	
	Wayne	Aves		20	240	
		Bovinos		28	336	
		<b>TOTAL</b>		<b>1.284</b>		
Centro Veterinario Ganadero	El Agrobal	Aves		18	216	
		Bovinos		25	300	
		Porcinos		22	264	
		Bovinos		24	288	
	Wayne	Porcinos		19	228	
		<b>TOTAL</b>		<b>1.296</b>		
	Centro Veterinario El Establo	Wayne	Aves		22	264
			Bovinos		20	240
			Agrobal		18	216
		Molinos San Luis Aprogramans	Bovinos		22	264
Bovinos				19	228	
Porcinos				17	204	
<b>TOTAL</b>		<b>1.416</b>				
Insumos Veterinarios San Luis	Pronaca	Aves		14	168	
		Bovinos		18	216	
		Porcinos		16	192	
	Wayne	Aves		15	180	
		Bovinos		20	240	
		Porcinos		16	192	
Agrobal		15	180			
<b>TOTAL</b>		<b>1.368</b>				
Total venta almacenes					<b>5.364</b>	
Otros distribuidores / Demanda potencial * 39% de compra en otros lugares, pregunta 7 (Anexo 3)					<b>4.746</b>	
<b>Total Oferta</b>					<b>10.110</b>	

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Las autoras

### 3.10.3 Proyección de la oferta

La proyección de la oferta se consideró calcularla aplicando la misma tasa de crecimiento porcentual de 0,44% de aves, bovinos y cerdos según el reporte estadístico del sector agropecuario del INEC 2016, considerando que, si aumenta la demanda de los productos balanceados es debido al incremento de la cantidad de animales. La oferta de la misma forma deberá crecer para lograr satisfacer las necesidades de abastecimiento, punto importante para la puesta en marcha del proyecto propuesto.

Se utilizará la siguiente fórmula en la proyección de la oferta:

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

**Op:** Oferta proyectada  
**Oa:** Oferta actual  
**i:** Tasa de crecimiento  
**n:** Año proyectado

$$Op = 10.110(1+0,44\%)^1$$

**Op (2018) = 10.154 oferta proyectada a 1 año**

*Tabla 25 Proyección de la oferta potencial en número de quintales*

Años	Cálculo	Proyección de la oferta potencial
<b>Año 1</b>		10.110
<b>Año 2</b>	= 10.110*(1+0,44%)^1	10.154
<b>Año 3</b>	= 10.110*(1+0,44%)^2	10.199
<b>Año 4</b>	= 10.110*(1+0,44%)^3	10.244
<b>Año 5</b>	= 10.110*(1+0,44%)^4	10.289
<b>Año 6</b>	= 10.110*(1+0,44%)^5	10.334

Fuente: Estudio de Mercado- entrevistas  
 Elaborado por: Las autoras

Estos datos dan a conocer que existe oferta de alimentos balanceados para la parroquia de Julio Andrade, pero hay que aclarar, que estos almacenes distribuidores no están satisfaciendo en su totalidad a la demanda potencial existente de los habitantes que se dedican a las actividades pecuarias de crianza de animales.

### 3.10.4. Balance Oferta y Demanda

La comparación oferta – demanda permite identificar la cantidad de producto que ha sido ofertado en exceso, o, por el contrario, la cantidad que no logra satisfacer los requerimientos de los demandantes. Con los datos correspondientes a los cálculos antes analizados, se procede a comparar la oferta existente con la demanda para conocer la cantidad de alimentos balanceados que se debe cubrir o demanda insatisfecha que existe para el proyecto en la parroquia. Para su determinación, se procedió a comparar los valores de la oferta con los de la demanda actuales, detallados a continuación:

*Tabla 26 Proyección de la oferta potencial*

Años	Demanda anual proyectada en número de quintales	Oferta anual proyectada en número de quintales	Demanda insatisfecha en número de quintales
Año 1	12.168	10.110	2.058
Año 2	12.222	10.154	2.068
Año 3	12.275	10.199	2.076
Año 4	12.329	10.244	2.085
Año 5	12.384	10.289	2.095
Año 6	12.438	10.334	2.104

Fuente: Estudio de Mercado- entrevistas-encuestas  
Elaborado por: Las autoras

Con los respectivos datos se evidencia claramente que en la parroquia de Julio Andrade existe una demanda por satisfacer de alimentos balanceados por el hecho de que la oferta actual

por parte de los almacenes distribuidores no logra abastecer de estos productos a los clientes potenciales.

### 3.11. Análisis de precios

Los precios de venta de los alimentos balanceados que se pretende ofrecer a los habitantes dedicados a la actividad pecuaria de la parroquia Julio Andrade se han considerado en base a los precios de la competencia obtenidos en las entrevistas (Anexos 4-7) y la tasa de inflación.

A continuación, se presenta la tabla de los precios de la competencia:

**Tabla 27 Precios**

Descripción	Marcas	Año 2017
<b>Balanceado para aves</b>	Agrobal	\$ 28,00
	Morochillo entero sin marca	\$ 18,00
	Morochillo quebrado sin marca	\$ 18,00
<b>Balanceado para bovinos</b>	Wayne vacas	\$ 21,00
	Wayne terneras	\$ 23,00
	Agrobal vacas	\$ 18,00
	Aprograns vacas afrechillo	\$ 16,00
	Aprograns vacas molido	\$ 16,00
<b>Balanceado para cerdos</b>	Wayne engorde	\$ 27,00
	Wayne crecimiento	\$ 28,00
	Aprograns afrechillo	\$ 16,00
	Aprograns molido	\$ 16,00

Fuente: Estudio de Mercado- entrevistas-encuestas

Elaborado por: Las autoras

#### 3.11.1. Proyección de precios

La proyección del precio se estableció en base a la inflación de los últimos 5 años que es de 2,134% según el Banco Central del Ecuador (BCE).

**Tabla 28 Tasa de Inflación**

AÑOS	TASA DE INFLACIÓN ANUAL BCE
2013	2,70
2014	3,67
2015	3,38

<b>2016</b>	1,12
<b>2017</b>	-0,20
<b>TOTAL</b>	<b>2,134</b>

Fuente: Estudio de Mercado- entrevistas-encuestas

Elaborado por: Las autoras

**Tabla 29 Proyección de precios en USD**

Descripción	Marcas	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
<b>Balanceado para aves</b>	Agrobal	28,00	28,60	29,21	29,83	30,47
	Morochillo entero sin marca	18,00	18,38	18,77	19,17	19,58
	Morochillo quebrado sin marca	18,00	18,38	18,77	19,17	19,58
<b>Balanceado para bovinos</b>	Wayne vacas	21,00	21,45	21,91	22,38	22,86
	Wayne terneras	23,00	23,49	23,99	24,5	25,02
	Agrobal vacas	18,00	18,38	18,77	19,17	19,58
	Aprograns vacas afrechillo	16,00	16,34	16,69	17,05	17,41
	Aprograns vacas molido	16,00	16,34	16,69	17,05	17,41
	Wayne engorde	27,00	27,58	28,17	28,77	29,38
<b>Balanceado para cerdos</b>	Wayne crecimiento	28,00	28,60	29,21	29,83	30,47
	Aprograns afrechillo	16,00	16,34	16,69	17,05	17,41
	Aprograns molido	16,00	16,34	16,69	17,05	17,41

Fuente: Estudio de Mercado- entrevistas-encuestas

Elaborado por: Las autoras

### 3.12. Proveedores

#### 3.12.1. Proveedores nacionales mayoristas

Para el abastecimiento de los alimentos balanceados en el país existe una gran variedad de proveedores como PRONACA y la Asociación de Fabricantes de Alimentos Balanceados para Animales (AFABA) quienes tienen por misión promover, planificar e implementar la producción de alimentos balanceados y de abastecimiento de proteína de origen animal a nivel nacional y de Sudamérica, los dos son los principales por brindar productos de calidad, cabe señalar que ellos son los productores a nivel nacional, quienes distribuyen a los mayoristas en cada provincia, cabe

señalar, que en un futuro serán los proveedores directos de la microempresa, razón de ello su importancia en plasmar su trayectoria empresarial.

**-PRONACA.** – su trayectoria de 32 años muestra que ha brindado soluciones en nutrición, salud, sanidad y asesoría técnica, cumpliendo su propósito de alimentar bien y contribuir con el desarrollo del sector pecuario del país, a través del Negocio de Nutrición y Salud Animal apoyan a los productores con soluciones nutricionales, genética y salud para elevar la productividad de los animales y obtener los mejores resultados.

**-MOLINOS CHAMPIONS S.A.-** es una de las industrias más importantes en la producción de alimentos balanceados del Ecuador, por más de cincuenta años, sus productos de marca WAYNE han liderado los mercados locales por su alta calidad nutricional, los estándares de tecnología y calidad son supervisados por la compañía estadounidense Seaboard & Continental Grain Co., motivo por el cual se enorgullecen en tener la planta de procesamiento de alimentos para animales más moderna del Ecuador.

**-MOLINOS SAN LUIS CIA. LTDA.-** es una industria dedicada a la producción y comercialización de harina de trigo para el consumo de panaderías y empresas industriales que utilizan como materia prima para la elaboración de otros productos dentro del sector alimenticio. Por más de 50 años, la empresa se ha caracterizado por ofertar productos y subproductos de calidad; entre ellos afrechillo y molido para vacas y cerdos.

### **3.12.2. Proveedores mayoristas**

*Cuadro 7 Proveedores mayoristas de alimentos balanceados del sector*

PROVEEDOR	DIRECCIÓN
-----------	-----------

Sra. Mariana López	Cantón Montúfar-San Gabriel
Molinos San Luis	Cantón Huaca -Parroquia San Luis
Sra. Gloria Cevallos	Cantón Montúfar-San Gabriel

Fuente: Investigación  
Elaborado por: Las autoras

### 3.13. Estrategias de marketing

Para lograr un posicionamiento de la nueva microempresa y hacer frente a los almacenes ya establecidos se pretende implementar estrategias de comercialización en cuanto a producto, plaza y publicidad que contribuyan a dar a conocer el proyecto dirigido a la distribución de alimentos balanceados en la parroquia.

#### 3.13.1. Producto

Según los datos arrojados por la diferencia entre oferta, demanda, se llegó a la conclusión de que la microempresa puede ofertar los siguientes tipos de alimentos balanceados:

*Tabla 30 Tipos de productos*

Descripción	Marcas	Presentación	P.V.P USD
<b>Balanceado para aves</b>	Agrobal aves		\$ 28,00
	Morochillo entero sin marca	Sacos de 40 kilogramos.	\$ 18,00
	Morochillo quebrado sin marca		\$ 18,00
<b>Balanceado para bovinos</b>	Wayne vacas		\$ 21,00
	Wayne terneras		\$ 23,00
	Agrobal vacas	Sacos de 40 kilogramos.	\$ 18,00
	Aprograns vacas afrechillo		\$ 16,00
	Aprograns vacas molido		\$ 16,00
	<b>Balanceado para cerdos</b>	Wayne engorde	
	Wayne crecimiento		\$ 28,00
	Aprograns afrechillo	Sacos de 40 kilogramos.	\$ 16,00
	Aprograns molido		\$ 16,00

Fuente: Investigación  
Elaborado por: Las autoras

En la actualidad estos productos ya se encuentran posicionados en el mercado por ser catalogados como un suplemento alimenticio de calidad para mejorar los niveles de crecimiento y productividad de los animales, lo que el proyecto pretende conseguir con su implementación es dar a conocer en mayor proporción los beneficios de su uso y distribuir a todos los sectores rurales de la parroquia que se dedican a la crianza de este tipo de animales, con esto se procura en cierto porcentaje disminuir la demanda insatisfecha.

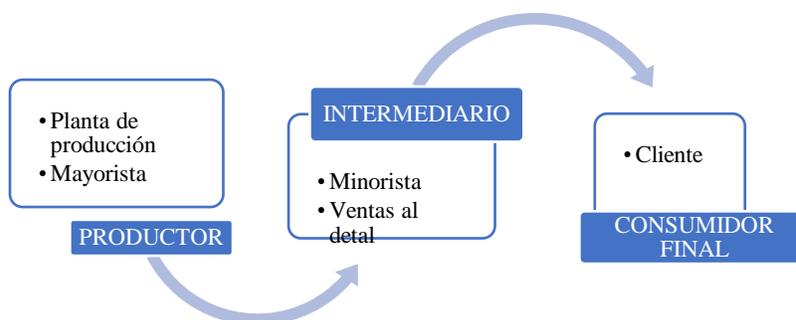
### **3.13.2. Plaza**

La estrategia de plaza hace referencia a todos los medios de distribución adecuados que garantizará al cliente obtener acceso al producto que se ofrece como son: puntos de venta o de atención, almacenamiento y formas de distribución.

En la actualidad la única forma de llegar con los alimentos balanceados a los clientes es de manera tradicional, es decir, los clientes se acercan al punto de atención para adquirir el producto.

En el caso del proyecto, la distribución de los alimentos balanceados para animales se realizará utilizando el canal: productor-intermediario-consumidor final, siendo el centro de expendio un intermediario para hacer llegar el producto al cliente, mismo que será ubicado en un punto estratégico y comercial de la parroquia para ofrecer un servicio directo a los compradores, con la diferencia de que ellos pueden optar por la opción del servicio de venta a domicilio, que será ejecutado el día miércoles de cada semana.

*Figura 18 Canal de distribución del proyecto*



Fuente: Investigación  
Elaborado por: Las autoras

Para el efecto se contratará con los servicios ocasionales de un chofer con su propio vehículo, quién transportará la compra hasta las comunidades que se encuentren a 30 kilómetros en promedio del lugar de venta; los recorridos serán los siguientes:

*Cuadro 8 Recorridos de distribución de los productos balanceados*

<b>RECORRIDO 1</b>	<b>RECORRIDO 2</b>
Comunidades de:	Comunidades de:
1.El Moral	1.San Luis de Chauchin
2.Casa Fría	2.San Antonio de Yalquer
3.San Vicente de Casa Fría,	3.Casa Grande
4.Guananguicho Alto	4.Ipuerán
5.Yangorral	5.La Aguada
	6.Loma Chiquita
<b>RECORRIDO 3</b>	<b>RECORRIDO 4</b>
Comunidades de:	Comunidades de:
1.San Francisco del Troje	1.Michuqer Alto
2.San José del Troje	2.La Estrellita
3.Santa Rosa de Chunquer	3.Gruta de Fátima
4.San Joaquín	4.Michuqer Bajo
5. La Cofradía	5.San Pedro
	6. Piedra Hoyada

Elaborado por: Las autoras

### 3.13.3. Publicidad

La publicidad se la realizará a través de la radio Latina con frecuencia 96.5 perteneciente a la parroquia, su elección es en base a las respuestas de las encuestas realizadas para satisfacer el deseo del mercado objetivo por resultar ser la radio más sintonizada por los clientes. Además, manifestaron que también les interesa conocer del proyecto y los productos que pone a disposición a través de volantes, mismos que serán distribuidos los domingos por ser el día de feria y la mayoría de las personas del sector rural se trasladan a la parroquia a realizar su abastecimiento de alimentos para toda la semana, estos medios servirán para la captación de nuevos clientes.

**Tabla 31 Medios publicitarios**

MEDIO PUBLICITARIO	DESCRIPCIÓN
<p align="center"><b>Cuñas en radio</b> <b>\$ 40,00 cada 2 meses</b></p>	<p>Se contratará un paquete de promoción radial en la mañana, sonará 3 días en semana en el horario de salida al aire del noticiero. Las cuñas radiales destacarán los diversos tipos de productos que se ofrecerá para los animales y principalmente harán énfasis en el servicio de venta a domicilio.</p>
<p align="center"><b>Volantes</b> <b>\$ 22,50</b></p>	<p>Contendrán:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de la microempresa</li> <li>• Logotipo de la microempresa</li> <li>• Nombre y apellido de las propietarias</li> <li>• Dirección de la ubicación de la microempresa</li> <li>• Teléfono de contacto</li> <li>• Productos que se distribuyen para los respectivos animales</li> </ul>
<p align="center"><b>Banner publicitario</b> <b>\$ 30,00</b></p>	<p>Contendrá:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de la microempresa</li> <li>• Logotipo de la microempresa</li> <li>• Nombre y apellido de las propietarias</li> <li>• Dirección de la ubicación de la microempresa</li> <li>• Teléfono de contacto</li> <li>• Productos que se distribuyen para los respectivos animales</li> <li>• Se ubicará en la parte frontal del local</li> </ul>

Fuente: Investigación  
Elaborado por: Las autoras

### 3.14. Conclusiones del Estudio de Mercado

Mediante el análisis cuantitativo y cualitativo de la oferta y demanda de alimentos balanceados para animales se concluye que:

- Los habitantes que se dedican a la actividad pecuaria consideran que es indispensable complementar la alimentación de sus animales con balanceados, esto permite conocer que los compradores necesariamente comprarán el producto.
- Los centros comerciales que ofertan los alimentos balanceados en la parroquia en un 61% aproximadamente no logran cubrir la demanda total, resultado obtenido a través de la comparación de oferta y demanda, lo que significa que la creación de una microempresa de distribución de alimentos balanceados es rentable.
- La demanda por satisfacer de alimentos balanceados en la zona de estudio es de 2.058 quintales para los tres tipos de animales: aves, bovinos y cerdos.
- El alimento de mayor frecuencia de compra es para animales bovinos, lo que confirma que, en la zona la ganadería ocupa el primer lugar dentro de la actividad pecuaria.
- Existe aceptación en más de la mitad de los encuestados aproximadamente en un 67% acerca de la propuesta innovadora de venta a domicilio de los alimentos balanceados, dato que se considera relevante ante la competencia que no ofrece esta clase de servicio.
- Los compradores de alimentos balanceados a la hora de adquirir el producto consideran relevante su precio en un 33% aproximadamente, por ello los precios están establecidos de acuerdo con las necesidades de la demanda potencial.

- Los medios de comunicación que se utilizarán para llegar a más compradores serán a través de estación de radio de la zona y volantes, medios que permitirán acercarnos a mercados nuevos.

## **CAPITULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. Introducción**

En el Estudio técnico se analiza los componentes del proceso productivo con el fin de conocer tanto el funcionamiento como la operatividad del proyecto, y en función de aquello se fija la capacidad de producción para satisfacer la demanda planeada, y obtener beneficios económicos.

Dentro de este capítulo se establece los diferentes recursos que necesita el proyecto para su ejecución empezando por la localización, es decir dónde y cómo se encontrará ubicada la microempresa, macro y micro localización e ingeniería, otro componente es el tamaño del proyecto, en otras palabras cuántos recursos se necesitará para producir de materia prima, insumos, equipo de trabajo, mano de obra, así como también el componente de financiamiento, con el que se cubrirá el costo del proyecto.

#### **4.2. Objetivos del Estudio técnico**

##### **4.2.1. Objetivo general**

Realizar un estudio técnico a través de la utilización de herramientas de investigación para establecer micro y macro localización, el tamaño, la ubicación, espacios físicos, inversiones, insumos, infraestructura y talento humano de la microempresa.

##### **4.2.2. Objetivos específicos**

- Establecer una localización adecuada para la microempresa

- Determinar el tamaño óptimo para el proyecto
- Describir el proceso del proyecto
- Definir los recursos requeridos para la implementación del proyecto
- Analizar fuentes de financiamiento para poner en marcha la microempresa

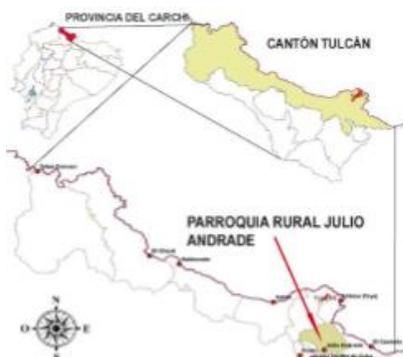
### 4.3. Localización de la microempresa

Para el proceso de localización del proyecto es necesario un análisis macro y micro de la zona, sector o barrio donde se implementará la microempresa de distribución de alimentos balanceados.

#### 4.3.1. Macro localización

La macro localización implica establecer la ubicación geográfica donde se implementará el proyecto. Bajo este parámetro, la microempresa de distribución de alimentos balanceados estará establecida en la República del Ecuador, Zona 1, provincia del Carchi, cantón Tulcán, parroquia de Julio Andrade.

*Figura 19 Ubicación del proyecto*



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de GAD Parroquial Julio Andrade 2015-2031

### 4.3.2. Micro localización

La Micro localización es el lugar específico donde se situará la microempresa de alimentos balanceados, analizando los factores que sean beneficiosos para el proyecto; así que para el análisis de la micro localización se empleará el método cualitativo por puntos, el cual permitirá seleccionar entre varias alternativas la que mejor se ajuste a los requerimientos determinantes para la ubicación.

Se toma en cuenta 6 factores para determinar la localización:

- Infraestructura. – se le asigna un peso del 20% debido a que es importante encontrar un local de arriendo en óptimas condiciones de acuerdo con los materiales de construcción para evitar humedad en los productos que se ofrecerá y tenga espacio suficiente para el almacenamiento de los quintales.
- Abastecimiento de materia prima. – el peso en este factor es del 15% porque se refiere a la cercanía de los proveedores de alimentos balanceados; accesibilidad a maquinaria, equipo y otros insumos para el funcionamiento de la microempresa.
- Cercanía al mercado. - este factor tiene 20% de peso, en base a que es importante que la microempresa se encuentre donde exista mayor afluencia de personas para que el movimiento sea mayor en cuanto a negociaciones.
- Accesibilidad a los servicios básicos. – el peso en este factor es del 15% respecto a que se refiere a los niveles de cobertura de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica existentes en el barrio de ubicación.

- Infraestructura vial. - su peso es del 10% debido a que para la implementación de la microempresa se debe contar con vías de acceso en buen estado en el área de ubicación y su localización sea con mayor facilidad.
- Preferencia del mercado meta. - este factor tiene 20% de peso, en base a que es importante que la microempresa se encuentre cerca del mercado meta y en base al nivel de aceptación del mercado objetivo respecto de cada alternativa de ubicación del proyecto.

Para la valoración de los factores de la ubicación en los tres barrios seleccionados, se utilizó la escala de 1 – 5 donde uno es lo más bajo y cinco lo máximo. La opción que acumule el puntaje más alto será la alternativa de localización designada para el proyecto.

**Tabla 32 Matriz de ponderación de factores de la micro localización**

N°	FACTOR	PESO	BARRIO NORTE		BARRIO CENTRO		BARRIO SNTA CLARA	
			PUNTAJE	PONDERACIÓN	PUNTAJE	PONDERACIÓN	PUNTAJE	PONDERACIÓN
1	Infraestructura	20%	3,00	0,60	4,00	0,80	3,00	0,60
2	Abastecimiento de materia prima	15%	5,00	0,75	5,00	0,75	5,00	0,75
3	Cercanía al mercado	20%	3,00	0,60	3,00	0,60	5,00	1,00
4	Accesibilidad a los servicios básicos	15%	4,00	0,60	5,00	0,75	4,00	0,60
5	Infraestructura vial	10%	5,00	0,50	5,00	0,50	5,00	0,50
6	Preferencia del mercado meta	20%	2,00	0,40	3,00	0,60	5,00	1,00
	<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>3,45</b>		<b>4,00</b>		<b>4,45</b>

Fuente: Investigación  
Elaborado por: Las autoras

En base a la evaluación, se ha determinado que el barrio Santa Clara se cataloga como el sector en el que se implementará el proyecto, pues ofrece las mejores condiciones en relación con los factores de ubicación alcanzando un puntaje de 4,45/5.

*Figura 20 Identificación de la micro localización del proyecto*



Fuente: Google maps

El local de arriendo es el número 11, se encuentra ubicado en el mercado de abastos de la parroquia de Julio Andrade localizado en las calles Juan Montalvo y José María Borja, tiene una superficie de 30m<sup>2</sup>. El mercado al ser administrado por el Municipio de Tulcán cuenta con los servicios básicos de agua potable y alcantarillado, con respecto a la energía cada arrendatario debe solicitar un medidor a la empresa eléctrica EMELNORTE; posee vías de acceso en perfecto estado, disponibilidad de transporte público y tiene una ubicación preferencial, ya que se encuentra en la vía principal de circulación de la parroquia.

#### **4.4. Ingeniería del proyecto**

La ingeniería del proyecto se determinará de acuerdo con el espacio físico del local que se arrendará, la microempresa dedicada a la distribución de alimentos balanceados contará con las siguientes áreas:

*Cuadro 9 Áreas del proyecto*

ÁREAS	CANTIDAD	m <sup>2</sup>
Administrador	1	3
Atención al cliente	1	3
Pallets de productos	5	24

Fuente: Propia

Elaborado por: Las autoras

#### 4.4.1. Distribución de la microempresa

*Figura 21 Plano arquitectónico 2D de la distribución de la microempresa*



Fuente: Diseño arquitectónico  
Elaborado por: Las autoras

*Figura 22 Plano arquitectónico 3D de la distribución de la microempresa*



Fuente: Diseño arquitectónico  
Elaborado por: Las autoras

## 4.5. Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño de la microempresa se analizó algunos factores que intervienen directamente en su implementación, como son los recursos económicos con los que se contará, la disponibilidad de alimentos balanceados (materia prima) y el espacio físico de las instalaciones, aspectos que son primordiales para determinar la capacidad del proyecto.

### 4.5.1. Disponibilidad de alimentos balanceados

La ejecución del proyecto demanda de una cierta cantidad de recursos, siendo el precio de los alimentos balanceados el rubro más representativo de los costos, sin un adecuado análisis sobre el abastecimiento de los productos, el precio de adquisición puede ser un determinante a la hora de competir en el mercado de los alimentos balanceados. Por ello, es indispensable contar con proveedores que oferten productos de calidad, a buen precio y dispongan de la cantidad necesaria para la apropiada puesta en marcha de la microempresa.

A continuación, se muestra un listado con los principales proveedores de alimentos balanceados en el sector, de acuerdo con los datos proporcionados en las entrevistas por los propietarios de negocios que se dedican a la actividad económica:

*Cuadro 10 Principales proveedores de alimentos balanceados*

PROVEEDOR	DIRECCIÓN
Sra. Mariana López	Cantón Montúfar-San Gabriel
Molinos San Luis	Cantón Montúfar -Parroquia San Luis
Sra. Gloria Cevallos	Cantón Montúfar-San Gabriel

Fuente: Investigación

Elaborado por: Las autoras

La adquisición de materia prima no tendría ninguna dificultad, debido a que los principales proveedores se encuentran en la ciudad de San Gabriel y la fábrica Molinos San Luis en la parroquia con el mismo nombre, distancias cortas y de fácil acceso.

#### 4.5.2. Disponibilidad de transporte

La disponibilidad de transporte dentro de la parroquia de Julio Andrade es amplia por el hecho de que existe propietarios con vehículos tipo camioneta en todo el sector, por ende, no existirá dificultad de conseguir transporte que será contratado ocasionalmente para la venta de alimentos balanceados a domicilio.

Dentro del proyecto existirá el siguiente personal ocasional:

*Cuadro 11 Disponibilidad de transporte*

PERSONAL	CANTIDAD	HORAS DE TRABAJO SEMANAL
Alquiler de vehículo	1	8 horas

Fuente: Propia

Elaborado por: Las autoras (2017)

#### 4.5.3. Disponibilidad de financiamiento

El recurso económico necesario de la inversión total para la implementación de la microempresa de distribución de alimentos balanceados será provisto por dos fuentes que pertenecen a las creadoras del proyecto, con los siguientes porcentajes 60% inversionista uno, que corresponde a \$ 4.072,12 y 40% inversionista dos con \$ 2.714,74; es decir, el proyecto estará financiado por cuenta propia con el monto necesario para la instalación y puesta en marcha de este.

#### 4.6. Capacidad instalada

La capacidad instalada tiene que ver directamente con el espacio físico donde se implementará la microempresa de distribución de alimentos balanceados, es así que el local en donde se instalará el proyecto cuenta con 30m<sup>2</sup> en total de los cuales 3m<sup>2</sup> se destinarán para atención al público, 3m<sup>2</sup> para la ubicación de mesa, sillas para la administradora, vendedora respectivamente y el espacio restante para la colocación de los 5 pallets que tienen capacidad de soportar 26 sacos por pallet, con un peso de 1.040 kg, dando un total de 130 quintales mensuales y 1.560 quintales al año, cubriendo en un 75,80% la demanda insatisfecha anual calculada en el estudio de mercado.

*Tabla 33 Proyección de la capacidad instalada en número de quintales*

<b>Años</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>Cálculo</b>	<b>Capacidad instalada</b>
<b>Año 1</b>	2.058		1.560
<b>Año 2</b>	2.068	=1.560*(1+0,44%) ^1	1.567
<b>Año 3</b>	2.076	=1.560*(1+0,44%) ^2	1.574
<b>Año 4</b>	2.085	=1.560*(1+0,44%) ^3	1.581
<b>Año 5</b>	2.095	=1.560*(1+0,44%) ^4	1.588
<b>Año 6</b>	2.104	=1.560*(1+0,44%) ^5	1.595

Fuente: Estudio de Mercado- entrevistas-encuestas  
Elaborado por: Las autoras

La proyección de la capacidad instalada se la determinó aplicando la misma tasa de crecimiento porcentual de aves, bovinos y cerdos considerada en un 0,44%, misma que permite conocer el incremento de quintales cada año para lograr cubrir la demanda.

## 4.7.Descripción técnica de la distribución de alimentos balanceados

### 4.7.1. Proceso de adquisición

- a) **Establecer cantidades a comprar.** – en esta etapa se realiza la planificación del número de quintales a adquirir y el costo en el cual se incurrirá.
- b) **Búsqueda de proveedores.** – se procede a revisar los registros de proveedores de alimentos balanceados.
- c) **Solicitar proforma a proveedores.** – en este punto se solicita el envío de proformas por parte de los proveedores al administrador con las cantidades de quintales ya establecidas en la primera etapa.
- d) **Realiza análisis de proformas y elige la mejor.** – una vez recibidas las proformas se procede a examinar la mejor propuesta en cuanto a los requerimientos solicitados, si es conveniente se realiza el pedido, caso contrario el proveedor queda descartado y se continúa analizando los demás documentos.
- e) **Obtención de alimentos balanceados.** – posterior al análisis exhaustivo de las proformas se selecciona la mejor opción y se realiza el pedido correspondiente.
- f) **Recepción y clasificación de alimentos balanceados por tipo.** –se recibe los alimentos balanceados, se cancela en efectivo el valor de la factura y se procede a clasificar por tipo de alimento en los pallets correspondientes.
- g) **Control de calidad.** – antes de proceder almacenar en los pallets se realiza la revisión de los quintales que se encuentren en buen estado, sin ralladuras, ni perforaciones para evitar que entre la humedad en el producto. Si algún quintal posee estas características se solicita el cambio o devolución al proveedor.

- h) Distribución.** - una vez realizado el control de calidad de los alimentos balanceados se colocan los quintales para su distribución y venta a los clientes.

#### **4.7.2. Proceso de distribución en el almacén**

- a) Asistencia del cliente al almacén.** – el cliente acude al almacén distribuidor para la adquisición de alimentos balanceados.
- b) Atención e información al cliente** – se procede a atender al cliente y brindarle toda la información necesaria al respecto de los alimentos balanceados.
- c) Ofrecer los productos.** – en este punto se da a conocer al cliente los tipos de alimentos balanceados de los que se dispone en el almacén y se brinda toda la información sobre el beneficio de su uso en la nutrición de los animales. Si el cliente está satisfecho con lo que se le oferta se procede a atender el pedido, caso contrario se termina el proceso de venta.
- d) Recepción de orden de pedido.** – una vez extendido la información correspondiente sobre los productos balanceados, se atiende la orden de pedido del cliente.
- e) Verificación de la cantidad requerida.** – posterior a la recepción del pedido se verifica la cantidad requerida y se realiza la separación correspondiente de los quintales solicitados.
- f) Entrega del alimento balanceado.** –se entrega los alimentos balanceados al cliente.
- g) Entrega de comprobante de venta.** – se elabora la factura de la venta, se procede a hacer firmar y se entrega el documento de respaldo de la transferencia de bienes.
- h) Pago del cliente en efectivo.** – tras la entrega del comprobante de venta se recauda el dinero por la venta realizada y finaliza el proceso de distribución.

#### 4.7.3. Proceso de distribución de venta a domicilio

- a) **Asistencia del cliente al almacén.** – el cliente acude al almacén distribuidor para la adquisición de alimentos balanceados.
- b) **Atención e información al cliente** – se procede a atender al cliente y brindarle toda la información que solicite.
- c) **Ofrecer el servicio de venta a domicilio un día específico.** – en este punto se da a conocer al cliente que se cuenta con el servicio de venta a domicilio y se brinda toda la información sobre el día que se estará llegando hasta su comunidad. Si el cliente está interesado con el servicio se procede a tomar la orden de pedido a ser transportada, caso contrario se culmina el proceso.
- d) **Recepción de orden de pedido.** – una vez extendido la información correspondiente sobre los productos balanceados, se atiende la orden de pedido del cliente que deberá ser transportada hasta el domicilio.
- e) **Verificación de la cantidad requerida.** – posterior a la recepción del pedido se verifica la cantidad requerida y se realiza la separación correspondiente de los quintales solicitados.
- f) **Transporte de los alimentos balanceados.** – una vez realizado el inventario de los pedidos solicitados se procede a trasladar los quintales en el vehículo hasta los domicilios correspondientes en las respectivas comunidades
- g) **Entrega del alimento balanceado.** –se entrega los alimentos balanceados al cliente.
- h) **Entrega de comprobante de venta.** – se elabora la factura de la venta, se procede a hacer firmar y se entrega el documento de respaldo de la transferencia de bienes.

- i) **Pago del cliente en efectivo.** – tras la entrega del comprobante de venta se recauda el dinero por la venta realizada y finaliza el proceso de distribución.

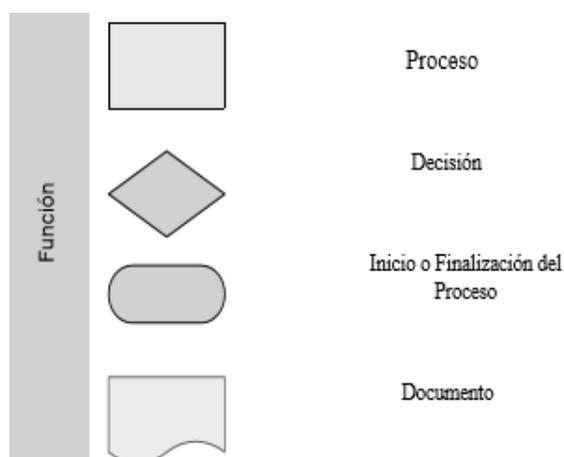
#### 4.8. Diseño de la distribución de alimentos balanceados

La microempresa de distribución de alimentos balanceados deberá cumplir con el siguiente proceso para la correcta adquisición y la adecuada distribución de los productos a los clientes.

##### 4.8.1. Simbología empleada

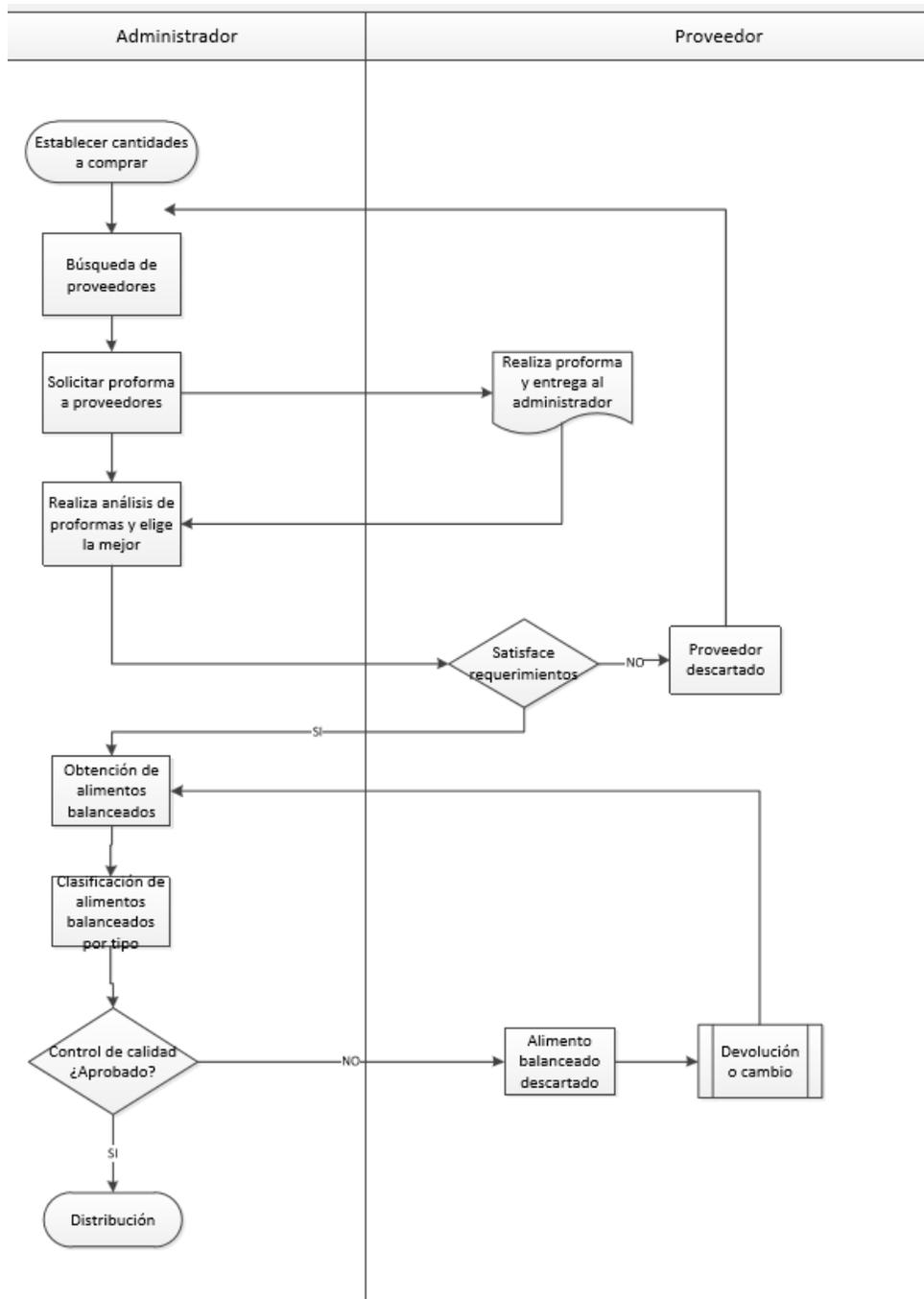
Para el adecuado diseño del proceso de adquisición y distribución de alimentos balanceados a través de flujogramas se utilizó la siguiente simbología:

*Cuadro 12 Simbología*



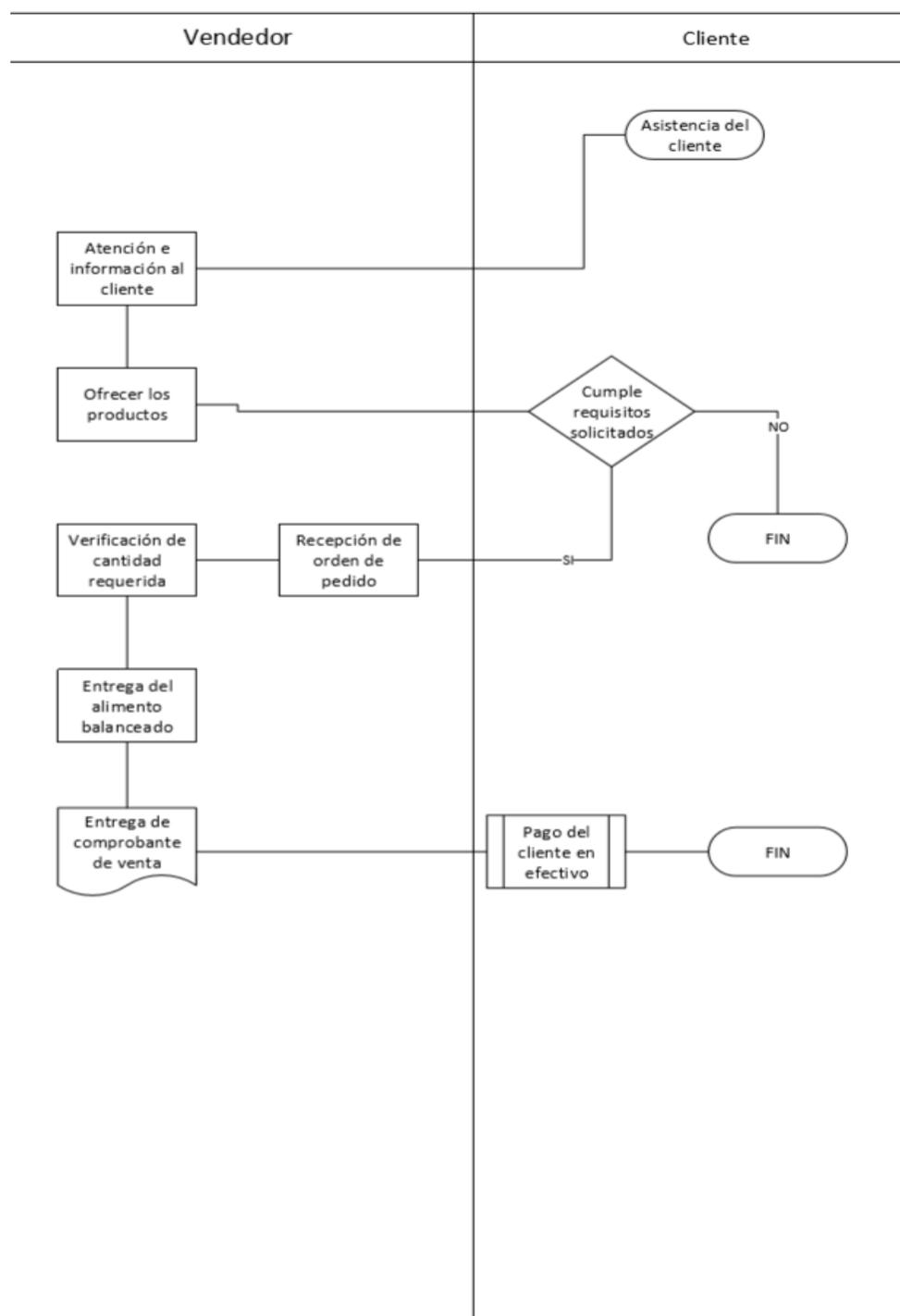
Fuente: Arboleda, G. 2013 Proyectos: Identificación, formulación evaluación y gerencia, Alfaomega, Colombia

Cuadro 13 Proceso de adquisición de alimentos balanceados



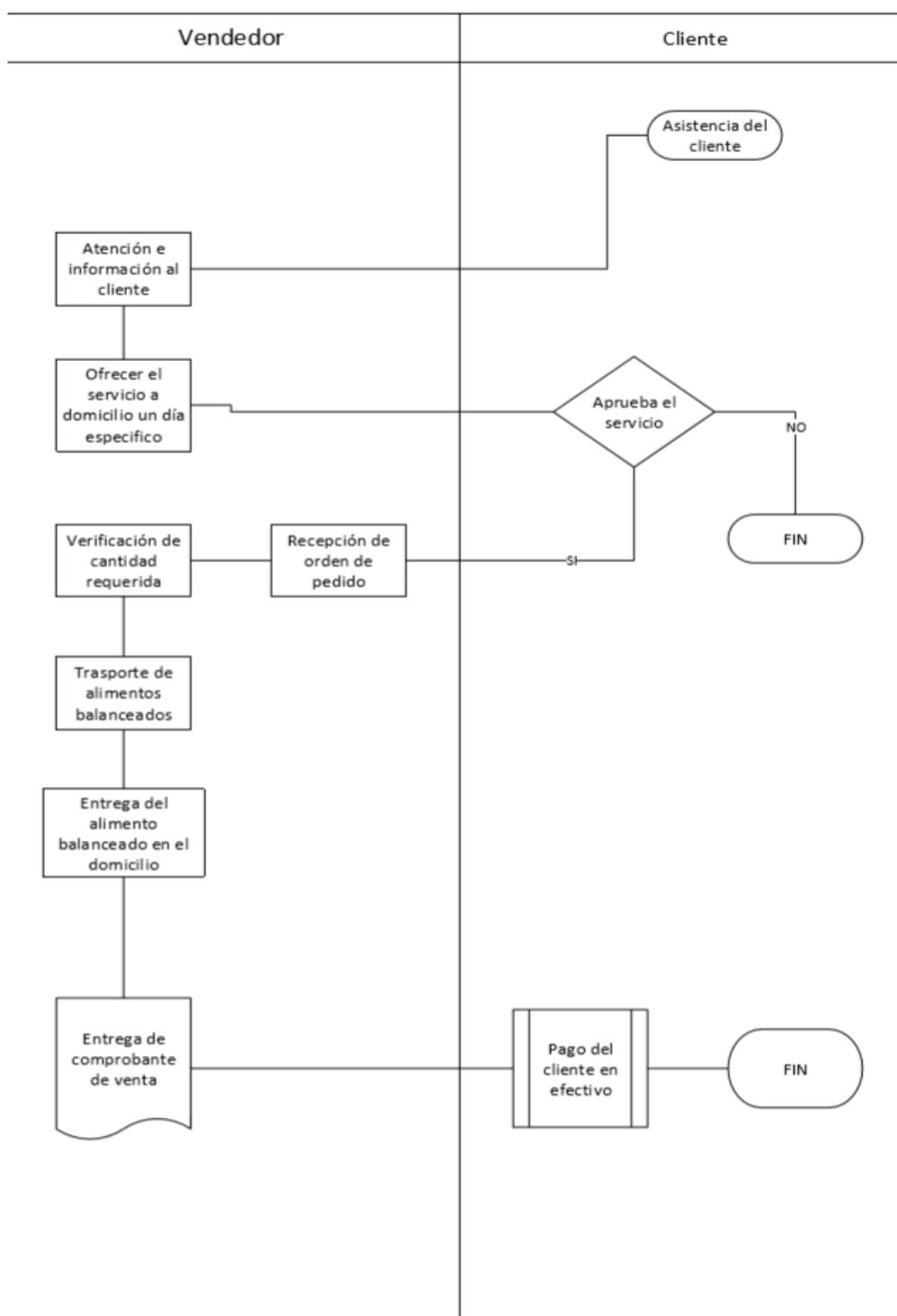
Fuente: Observación directa  
 Elaborado por: Las autoras (2017)

Cuadro 14 Proceso de distribución de alimentos balanceados



Fuente: Observación directa  
Elaborado por: Las autoras (2017)

*Cuadro 15 Proceso de distribución de alimentos balanceados con servicio de venta a domicilio*



Fuente: Observación directa  
Elaborado por: Las autoras (2017)

## 4.9. Inversiones en activos fijos

### 4.9.1. Maquinaria y equipo

La microempresa al dedicarse únicamente a la distribución de alimentos balanceados de animales requiere de herramientas básicas para sellar el empaque del producto y equipo para realizar su venta.

*Tabla 34 Maquinaria y Equipo*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario USD	Valor Anual en USD
Máquina Selladora	1	30,00	30,00
Balanza digital	1	90,00	90,00
Caja Registradora	1	148,00	148,00
Pallets de madera (2,00x2,40x0,85m)	5	2,00	10,00
<b>TOTAL</b>			<b>278,00</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

### 4.9.2. Muebles y enseres

*Tabla 35 Muebles y Enseres*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario USD	Valor Anual en USD
Escritorio	1	100,00	100,00
Archivador pequeño	1	65,00	65,00
Sillas plásticas	3	5,00	15,00
Estantería metálica	1	45,00	45,00
<b>TOTAL</b>			<b>225,00</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

### 4.9.3. Equipo de cómputo

*Tabla 36 Equipo de cómputo*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario USD	Valor Anual en USD
Laptop HP	2	400,00	800,00
Impresora Canon	1	200,00	200,00
<b>TOTAL</b>			<b>1000,00</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

#### 4.9.4. Resumen de activos fijos

*Tabla 37 Resumen de inversión en activos fijos*

Descripción	Valor Anual en USD
Maquinaria	278,00
Muebles y enseres	225,00
Equipo de computación	1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.503,00</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

#### 4.10. Inversión diferida

Estos gastos están compuestos por desembolsos pagados a organismos encargados en otorgar permisos para funcionamiento como: patentes municipales, permiso del cuerpo de bomberos y en el caso del proyecto se requiere dos permisos adicionales con el objetivo de contribuir a la conservación del medio ambiente.

*Tabla 38 Inversión diferida*

Descripción	Valor Anual en USD
Patente Municipal	10,00
Permiso Bomberos	30,00
Permiso Ambiental	50,00
Permiso Agrocalidad	605,00
<b>TOTAL</b>	<b>695,00</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

#### 4.11. Costos de adquisición de alimentos balanceados

El costo de adquisición de alimentos balanceados está compuesto por el valor pagado por quintal al mayorista, dependiendo del tipo de animal con su respectiva marca. Los costos directos,

es la mercadería adquirida en sí, cabe resaltar que al ser distribuidores no se cuenta con costos indirectos. La siguiente tabla muestra el inventario para un mes al costo adquirido:

**Tabla 39 Inventario Inicial al costo**

Descripción	Marcas	Cantidad	Costo por quintal USD	Costo mensual USD	Costo Anual USD
Balanceado para aves	Agrobal	10	10,00	100,00	1.200,00
	Morochillo entero sin marca	14	9,00	126,00	1.512,00
	Morochillo quebrado sin marca	17	9,00	153,00	1.836,00
Balanceado para bovinos	Wayne vacas	10	11,00	110,00	1.320,00
	Wayne terneras	9	12,00	108,00	1.296,00
	Agrobal vacas	10	8,00	80,00	960,00
	Aprograns vacas afrechillo	14	7,00	98,00	1.176,00
	Aprograns vacas molido	12	7,00	84,00	1.008,00
Balanceado para cerdos	Wayne engorde	9	13,00	117,00	1.404,00
	Wayne crecimiento	7	14,00	98,00	1.176,00
	Aprograns afrechillo	8	7,00	56,00	672,00
	Aprograns molido	10	7,00	70,00	840,00
<b>TOTAL</b>		<b>130</b>		<b>1.200,00</b>	<b>14.400,00</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

#### 4.12. Determinación del precio

Para la determinación del precio de cada producto balanceado se tomó como referencia los de la competencia, los cuales cubren costos y gastos, además generan rentabilidad. Las siguientes tablas muestra el precio al que serán vendidos los alimentos balanceados según su marca y dependiendo del lugar en donde la adquieren, es decir, en el almacén o en su domicilio. Cabe mencionar que para la venta a domicilio se añadió el costo del transporte a cada producto, dando como resulta \$0,90 para cada uno. A continuación, se detalla el número de quintales estimados a vender del Inventario Inicial en los dos puntos de distribución.

**Tabla 40 Inventario a precio de venta en el local de expendio**

Descripción	Marcas	Cantidad	Precio quintal USD	Valor mensual USD	Valor Anual USD
Balanceado para aves	Agrobal	10	28,00	280,00	3360,00
	Morochillo entero sin marca	4	18,00	72,00	864,00
	Morochillo quebrado sin marca	6	18,00	108,00	1296,00
Balanceado para bovinos	Wayne vacas	5	21,00	105,00	1260,00
	Wayne terneras	9	23,00	207,00	2484,00
	Agrobal vacas	10	18,00	180,00	2160,00
	Aprograns vacas afrechillo	7	16,00	112,00	1344,00
	Aprograns vacas molido	4	16,00	64,00	768,00
Balanceado para cerdos	Wayne engorde	6	27,00	162,00	1944,00
	Wayne crecimiento	7	28,00	196,00	2352,00
	Aprograns afrechillo	4	16,00	64,00	768,00
	Aprograns molido	2	16,00	32,00	384,00
<b>TOTAL</b>		<b>74</b>		<b>1.582,00</b>	<b>18.984,00</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Las Autoras

**Tabla 41 Inventario a precio de venta a domicilio**

Descripción	Marcas	Cantidad	Precio quintal USD	Valor mensual USD	Valor Anual USD
Balanceado para aves	Morochillo entero sin marca	10	18,90	189,00	2.268,00
	Morochillo quebrado sin marca	11	18,90	207,90	2.494,80
Balanceado para bovinos	Wayne vacas	5	21,90	109,50	1.314,00
	Aprograns vacas afrechillo	7	16,90	118,30	1.419,60
	Aprograns vacas molido	8	16,90	135,20	1.622,40
Balanceado para cerdos	Wayne engorde	3	27,90	83,70	1.004,40
	Aprograns afrechillo	4	16,90	67,60	810,20
	Aprograns molido	8	16,90	135,20	1.622,40
<b>TOTAL</b>		<b>56</b>		<b>1.046,40</b>	<b>12.556,80</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Las Autoras

### 4.13. Gastos de administración

#### 4.13.1. Sueldos Administrativos

Dentro del personal administrativo se contará con 1 administrador, quién será responsable de dirigir el proyecto, el cual aportará como patrono sin relación de dependencia con un porcentaje de 20,60% a partir de su sueldo, de acuerdo con el Art. 2 de la Ley de Seguridad Social y en base a la Resolución C.D.467 del 22 de abril 2014; por tal hecho, el administrador no contará con aporte patronal. El sueldo se estableció de acuerdo con la tabla de salarios mínimos sectoriales 2017 establecidas por el Ministerio del Trabajo.

*Tabla 42 Sueldo Administrador*

<b>Personal</b>	<b>Valor mensual en USD</b>	<b>Valor anual en USD</b>
Administrador	400,00	4.800,00
<b>Total sueldo</b>	<b>400,00</b>	<b>4.800,00</b>
<b>Beneficios Sociales</b>		
Décimo tercero	33,33	400,00
Décimo cuarto	31,25	375,00
<b>Total Beneficios</b>	<b>64,58</b>	<b>775,00</b>
<b>TOTAL SUELDOS ADMINISTRADOR</b>	<b>464,58</b>	<b>5.575,00</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

Además, se contará con un contador eventual, quién será responsable de realizar los procesos contables y tributarios, se le pagará mensualmente incluidos impuestos.

*Tabla 43 Sueldo Contador*

<b>Personal</b>	<b>Valor mensual en USD</b>	<b>Valor Anual en USD</b>
Honorarios Contador	15,00	180,00
<b>TOTAL</b>	<b>15,00</b>	<b>180,00</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

**Tabla 44 Resumen sueldos administrativos**

<b>Personal</b>	<b>Valor mensual en USD</b>	<b>Valor Anual en USD</b>
Sueldo administrador	464,58	5.575,00
Honorarios Contador	15,00	180,00
<b>TOTAL</b>	<b>479,58</b>	<b>5.755,00</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

#### 4.13.2. Servicios básicos

Los servicios básicos se han determinado en base a las necesidades del proyecto, como también a su disposición dentro del lugar de expendio del producto, en el caso de agua potable no se realizará el pago ya que el local no cuenta con medidor.

**Tabla 45 Servicios básicos**

<b>Descripción</b>	<b>Valor Mensual en USD</b>	<b>Valor Anual en USD</b>
Agua Potable	0,00	0,00
Energía eléctrica	10,00	120,00
Teléfono móvil	15,00	180,00
<b>TOTAL</b>	<b>25,00</b>	<b>300,00</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

#### 4.13.3. Gastos de arriendo

Este gasto corresponde al alquiler de un local comercial en el cual se expenderá y estará ubicado el producto, además de instalarse la maquinaria y equipo necesario para poner en marcha la microempresa.

**Tabla 46 Gasto arriendo**

<b>Descripción</b>	<b>Valor Mensual USD</b>	<b>Valor Anual en USD</b>
Arriendo	15,00	180,00
<b>TOTAL</b>	<b>15,00</b>	<b>180,00</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

#### 4.13.4. Suministros de oficina

Son todos los implementos indispensables que se utiliza para el desarrollo de las actividades, establecidos de acuerdo con los requerimientos que se vayan dando en el transcurso de la microempresa.

*Tabla 47 Suministros de oficina*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario en USD	Valor Anual en USD
Esferos	12	0,45	5,40
Resma de papel	2	4,00	8,00
Tinta impresora	4	5,00	20,00
Grapas	1	2,00	2,00
Carpetas	3	1,50	4,50
Sello	1	5,00	5,00
<b>TOTAL</b>			<b>44,90</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

#### 4.13.5. Suministros de limpieza

Están compuestos por los implementos de uso cotidiano en la ejecución de las actividades, están establecidos de acuerdo con espacio físico, número de muebles y enseres con los que contará el proyecto.

*Tabla 48 Suministros de limpieza*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario USD	Valor Anual en USD
Escoba	2	2,00	4,00
Recogedor de basura	2	2,00	4,00
Trapeador	2	2,00	4,00
Franelas	2	1,00	2,00
Basurero	2	1,50	3,00
Desinfectante	2	1,50	3,00
<b>TOTAL</b>			<b>20,00</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

#### 4.13.6. Resumen de Gastos Administrativos

*Tabla 49 Resumen de Gastos Administrativos*

Descripción	Valor Anual en USD
Sueldos Administrativos (Administrador y contador)	5.755,00
Servicios Básicos	300,00
Gasto Arriendo	180,00
Suministros de oficina	44,90
Materiales de aseo	20,00
<b>TOTAL</b>	<b>6.299,90</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

#### 4.14. Gastos de ventas

##### 4.14.1. Sueldo de ventas

En el área de ventas se contará con un vendedor, quién estará a cargo de atender al cliente, tanto en el almacén o lugar de expendio, así como en la venta a domicilio. El sueldo se fijó de acuerdo con la tabla de salarios mínimos sectoriales año 2017 determinado por el Ministerio del Trabajo.

*Tabla 50 Sueldos Vendedor*

Personal	Valor mensual	Valor anual en USD
Vendedor	375,00	4.500,00
<b>Total salarios</b>	<b>375,00</b>	<b>4.500,00</b>
<b>Beneficios Sociales</b>		
Décimo tercero	31,25	375,00
Décimo cuarto	31,25	375,00
Aporte Personal IESS 11,15%	41,81	501,72
<b>Total Beneficios</b>	<b>104,31</b>	<b>1.251,72</b>
<b>TOTAL SUELDOS VENDEDOR</b>	<b>479,31</b>	<b>5.751,72</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

#### 4.14.2. Suministros de ventas

*Tabla 51 Suministros de ventas*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario en USD</b>	<b>Valor Anual en USD</b>
Facturas	5	8,00	40,00
Fundas plásticas libra	20	2,00	40,00
Costales	100	1,00	100,00
Calculadora	2	4,50	9,00
<b>TOTAL</b>			<b>189,00</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

#### 4.14.3. Gastos de publicidad

El gasto de publicidad está establecido de acuerdo con el estudio de mercado pregunta 8 (Anexo 3) dentro de la estrategia de promoción y publicidad, en el cual consta la contratación de un paquete promocional radial cada dos meses y elaboración de volantes.

*Tabla 52 Gastos de publicidad*

<b>Medios de comunicación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario en USD</b>	<b>Valor Anual en USD</b>
Radio	1	40,00	240,00
Volantes	250	0,09	22,50
Banner publicitario	1	30,00	30,00
<b>TOTAL</b>			<b>292,50</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

#### 4.14.4. Gasto en Transporte

Es el desembolso que se incurrirá por la prestación de servicio de venta a domicilio, establecido en base a requerimientos de clientes de acuerdo con el estudio de mercado.

*Tabla 53 Gastos en transporte*

<b>Descripción</b>	<b>Valor mensual en USD</b>	<b>Valor anual en USD</b>
Alquiler de vehículo	50,00	600,00

<b>TOTAL</b>	<b>50,00</b>	<b>600,00</b>
--------------	--------------	---------------

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

#### 4.14.5. Resumen de Gastos de Ventas

*Tabla 54 Resumen de Gastos de Ventas*

Descripción	Valor Anual en USD
Sueldos de ventas	5.751,72
Suministros de venta	189,00
Gastos de publicidad	292,50
Gasto en transporte	600,00
<b>TOTAL</b>	<b>6.833,22</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

#### 4.15. Capital de trabajo

El capital de trabajo es el desembolso global que está conformado por el costo de la mercadería, gastos administrativos y gastos de ventas considerados para los dos primeros meses de funcionamiento del proyecto.

*Tabla 55 Capital de trabajo*

Descripción	Valor Mensual en USD	Valor 2 Meses en USD
<b>Costo de Mercadería</b>	<b>1.200,00</b>	<b>2.400,00</b>
<b>+Gastos administrativos</b>	<b>524,99</b>	<b>1.049,98</b>
Sueldos administrativos	479,58	959,16
Servicios Básicos	25,00	50,00
Gasto arriendo	15,00	30,00
Suministros de Oficina	3,74	7,48
Materiales de aseo	1,67	3,34
<b>+ Gastos de ventas</b>	<b>569,44</b>	<b>1.138,88</b>
Sueldos en ventas	479,31	958,62
Suministros de venta	15,75	31,50
Gastos de publicidad	24,38	48,76
Gastos en transporte	50,00	100,00

<b>= CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>2.294,43</b>	<b>4.588,86</b>
-----------------------------	-----------------	-----------------

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

En consecuencia, el capital de trabajo que se necesitará para dar inicio a las actividades sin ningún inconveniente es de \$4.588,86.

#### 4.16. Inversión Total

La inversión total es el presupuesto que necesita la microempresa para realizar sus actividades en un año, está compuesto por la inversión fija, diferida y variable, la primera comprende la adquisición de maquinaria, equipo de computación, muebles y enseres, mientras que la inversión diferida está compuesta por los gastos de constitución y la última inversión comprende los costos de adquisición de la mercadería, gastos de administración, gastos de ventas.

*Tabla 56 Inversión Total*

<b>Descripción</b>	<b>Valor Total en USD</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Inversión fija o activos fijos</b>	<b>\$ 1.503,00</b>	22%
Maquinaria	278,00	
Muebles y enseres	225,00	
Equipo de computación	1000,00	
<b>Inversión diferida</b>		
Gastos de constitución	<b>\$ 695,00</b>	10%
<b>Inversión variable</b>	<b>\$ 4.588,86</b>	68%
Costos directos	2.400,00	
Gastos de administración	1.049,98	
Gasto de ventas	1.138,88	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.786,86</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

#### 4.17. Financiamiento

El proyecto para iniciar con sus actividades será financiado en su totalidad con capital propio de las autoras, el cuál será establecido como muestra la tabla:

*Tabla 57 Financiamiento*

<b>Concepto</b>	<b>Valor Total en USD</b>	<b>Porcentaje</b>
Capital Propio Inversionista 1	\$ 4.072,12	60%
Capital Propio Inversionista 2	\$ 2.714,74	40%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.786,86</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

## **CAPITULO V**

### **ESTUDIO FINANCIERO – ECONÓMICO**

#### **5.1 Introducción**

El estudio económico se basa en la elaboración del estado de situación financiera inicial, estado de resultados y flujos de caja proyectados mediante la presentación de los rubros de ingresos, costos y gastos que se requieren para la distribución de alimentos balanceados, cada una de estas partidas se presentan con su respectivo valor anual como base de proyección para los siguientes años de vida útil del proyecto. Con la elaboración de los estados financieros proyectados a través de indicadores se procede a la evaluación financiera con el propósito de conocer si existe rentabilidad.

#### **5.2. Objetivos del Estudio Financiero**

##### **5.2.1. Objetivo general**

Elaborar un estudio financiero- económico a través de proyecciones financieras para la estructuración de estados proforma y el uso de indicadores financieros con la finalidad de determinar la viabilidad económica de la microempresa.

##### **5.2.2. Objetivos específicos**

- Determinar y proyectar el nivel de ingresos que generará la microempresa
- Identificar la estructura de los costos y gastos en los cuales se incurrirá para el desarrollo del proyecto
- Estructurar el estado de situación financiera inicial, estado de resultados y flujo de efectivo

- Proyectar los flujos netos de caja base para el análisis financiero a efectuarse
- Analizar mediante la aplicación de indicadores la viabilidad financiera de la inversión

### 5.3. Determinación de los ingresos proyectados

Para la proyección de ingresos se consideró la capacidad instalada que posee el almacén, en base a la cantidad de quintales de alimentos balanceados de acuerdo con cada tipo de especie, así como de cada marca, que serán vendidos por la microempresa de distribución de alimentos balanceados durante la vida útil del proyecto considerado para 5 años; tanto en el local de expendio, como en la venta a domicilio; tomando en cuenta el precio establecido en el estudio técnico determinado en base a los precios que ofrece la competencia.

*Tabla 58 Inventario Inicial a precio de venta*

Descripción	Marcas	Cant total de quintales mensual	Local de expendio		Venta a domicilio	
			Cantidad	Precio quintal USD	Cantidad	Precio quintal USD
Balanceado para aves	Agrobal	10	10	28,00		
	Morochillo entero sin marca	14	4	18,00	10	18,90
	Morochillo quebrado sin marca	17	6	18,00	11	18,90
Balanceado para bovinos	Wayne vacas	10	5	21,00	5	21,90
	Wayne terneras	9	9	23,00		
	Agrobal vacas	10	10	18,00		
	Molinos San Luis vacas afrechillo	14	7	16,00	7	16,90
Balanceado para cerdos	Molinos San Luis vacas molido	12	4	16,00	8	16,90
	Wayne engorde	9	6	27,00	3	27,90
	Wayne crecimiento	7	7	28,00		
	Molinos San Luis afrechillo	8	4	16,00	4	16,90
	Molinos San Luis molido	10	2	16,00	8	16,90
	<b>TOTAL</b>		<b>130</b>	<b>74</b>		<b>56</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

Además, se tomó la tasa de inflación promedio de los últimos 5 años que es de 2,134% para determinar la proyección de los precios por quintal, mientras que, para la proyección en cantidad, de acuerdo con la capacidad instalada se estableció en base al porcentaje de crecimiento en animales establecido en el estudio del mercado de 0,44%.

**Tabla 59 Proyección de ingresos por ventas en el local de expendio**

Marcas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>BALANCEADO PARA AVES</b>					
Agrobal USD	28,00	28,60	29,21	29,83	30,47
Cantidad	120	121	122	123	124
Total USD	3.360,00	3.460,60	3.563,62	3.669,09	3.778,28
Morochillo entero USD	18,00	18,38	18,77	19,17	19,58
Cantidad	48	48	48	48	48
Total USD	864,00	882,24	900,96	920,16	939,84
Morochillo quebrado USD	18,00	18,38	18,77	19,17	19,58
Cantidad	72	72	72	72	72
Total USD	1.296,00	1.323,36	1.351,44	1.380,24	1.409,76
<b>TOTAL AVES USD</b>	<b>5.520,00</b>	<b>5.666,20</b>	<b>5.816,02</b>	<b>5.969,49</b>	<b>6.127,88</b>
<b>BALANCEADO PARA BOVINO</b>					
Wayne vacas USD	21,00	21,45	21,91	22,38	22,86
Cantidad	60	60	60	60	60
Total USD	1.260,00	1.287,00	1.314,60	1.342,80	1.371,60
Wayne terneras USD	23,00	23,49	23,99	24,50	25,02
Cantidad	108	108	108	108	108
Total USD	2.484,00	2.536,92	2.590,92	2.646,00	2.702,16
Agrobal vacas USD	18,00	18,38	18,77	19,17	19,58
Cantidad	120	121	122	123	124
Total USD	2.160,00	2.223,98	2.289,94	2.357,91	2.427,92
San Luis vacas afrechillo USD	16,00	16,34	16,69	17,05	17,41
Cantidad	84	84	84	84	84
Total USD	1.344,00	1.372,56	1.401,96	1.432,20	1.462,44
San Luis vacas molido USD	16,00	16,34	16,69	17,05	17,41
Cantidad	48	48	48	48	48
Total USD	768,00	784,32	801,12	818,40	835,68
<b>TOTAL BOVINOS</b>	<b>8.016,00</b>	<b>8.204,78</b>	<b>8.398,54</b>	<b>8.597,31</b>	<b>8.799,80</b>
<b>BALANCEADO PARA CERDOS</b>					
Wayne engorde USD	27,00	27,58	28,17	28,77	29,38
Cantidad	72	72	72	72	72
Total USD	1.944,00	1.985,76	2.028,24	2.071,44	2.115,36
Wayne crecimiento USD	28,00	28,60	29,21	29,83	30,47
Cantidad	84	84	84	84	84
Total USD	2.352,00	2.402,40	2.453,64	2.505,72	2.559,48
San Luis afrechillo USD	16,00	16,34	16,69	17,05	17,41

Cantidad	48	48	48	48	48
Total	768,00	784,32	801,12	818,40	835,68
San Luis molido USD	16,00	16,34	16,69	17,05	17,41
Cantidad	24	24	24	24	24
Total USD	384,00	392,16	400,56	409,20	417,84
<b>TOTAL CERDOS</b>	<b>5.448,00</b>	<b>5.564,64</b>	<b>5.683,56</b>	<b>5.804,76</b>	<b>5.928,36</b>
<b>INGRESOS PROYECTADOS USD</b>	<b>18.984,00</b>	<b>19.435,62</b>	<b>19.898,12</b>	<b>20.371,56</b>	<b>20.856,04</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Las Autoras

Cabe señalar que, del total de mercadería mensual, 130 quintales de balanceados para los tres tipos de animales: aves, bovinos y porcinos; 74 de ellos serán vendidos en el lugar de expendio; mientras que el restante 56 quintales estarán destinados para la venta a domicilio; razón por la cual es necesario realizar la proyección de ingresos por separado, ya que el precio no es el mismo.

**Tabla 60 Proyección de ingresos por ventas a domicilio**

Marcas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>BALANCEADO PARA AVES</b>					
Morochillo entero sin marca USD	18,90	19,30	19,71	20,13	20,56
Cantidad	120	121	122	123	124
Total USD	2.268,00	2.335,30	2.404,62	2.475,99	2.549,44
Morochillo quebrado sin marca USD	18,90	19,30	19,71	20,13	20,56
Cantidad	132	133	134	135	136
Total USD	2.494,80	2.566,90	2.641,14	2.717,55	2.796,16
<b>TOTAL AVES USD</b>	<b>4.762,80</b>	<b>4.902,20</b>	<b>5.045,76</b>	<b>5.193,54</b>	<b>5.345,60</b>
<b>BALANCEADO PARA BOVINOS</b>					
Wayne vacas USD	21,90	22,37	22,85	23,34	23,84
Cantidad	60	60	60	60	60
Total USD	1.314,00	1.342,20	1.371,00	1.400,40	1.430,40
San Luis vacas afrechillo USD	16,90	17,26	17,63	18,01	18,39
Cantidad	84	84	84	84	84
Total USD	1.419,60	1.449,84	1.480,92	1.512,84	1.544,76
San Luis vacas molido USD	16,90	17,26	17,63	18,01	18,39
Cantidad	96	96	96	96	96
Total USD	1.622,40	1.656,96	1.692,48	1.728,96	1.765,44
<b>TOTAL BOVINOS USD</b>	<b>4.356,00</b>	<b>4.449,00</b>	<b>4.544,40</b>	<b>4.642,20</b>	<b>4.740,60</b>
<b>BALANCEADO PARA CERDOS</b>					
Wayne engorde USD	27,90	28,50	29,11	29,73	30,36
Cantidad	36	36	36	36	36
Total USD	1.004,40	1.026,00	1.047,96	1.070,28	1.092,96
San Luis afrechillo USD	16,90	17,26	17,63	18,01	18,39
Cantidad	48	48	48	48	48
Total USD	811,20	828,48	846,24	864,48	882,72
San Luis molido USD	16,90	17,26	17,63	18,01	18,39
Cantidad	96	96	96	96	96
Total USD	1.622,40	1.656,96	1.692,48	1.728,96	1.765,44
<b>TOTAL CERDOS USD</b>	<b>3.438,00</b>	<b>3.511,44</b>	<b>3.586,68</b>	<b>3.663,72</b>	<b>3.741,12</b>

<b>INGRESOS PROYECTADOS EN USD</b>	<b>12.556,80</b>	<b>12.862,64</b>	<b>13.176,84</b>	<b>13.499,46</b>	<b>13.827,32</b>
------------------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

**Tabla 61 Resumen de ingresos**

<b>Detalle</b>	<b>Valor Total en USD</b>
Año 1	31.540,80
Año 2	32.298,26
Año 3	33.074,96
Año 4	33.871,02
Año 5	34.683,36

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

## **5.4. Determinación de egresos**

Los egresos son las salidas de dinero destinados para la puesta en marcha de la microempresa, estos están conformados por materia prima, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación y mano de obra indirecta necesarios para el desarrollo de actividades.

Cabe resaltar que, al tratarse de solo realizar la actividad de distribuir más no producir alimentos balanceados, únicamente es necesario la mercadería en sí.

## **5.5. Costos**

### **5.5.1. Mercadería**

La mercadería por utilizarse son los quintales de alimentos balanceados considerando la información de la cantidad y los costos en un año establecida en el estudio técnico, para posteriormente ser proyectados mediante las tasas anteriormente establecidas.

Tabla 62 Proyección de egresos por compras

Marcas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>BALANCEADO PARA AVES</b>					
Agrobal USD	10,00	10,21	10,43	10,65	10,88
Cantidad	120	121	122	123	124
Total USD	1.200,00	1.235,41	1.272,46	1.309,95	1.349,12
Morochillo entero sin marca USD	9,00	9,19	9,39	9,59	9,79
Cantidad	168	169	170	171	172
Total USD	1.512,00	1.553,11	1.596,30	1.639,89	1.683,88
Morochillo quebrado sin marca USD	9,00	9,19	9,39	9,59	9,79
Cantidad USD	204	205	206	207	208
Total USD	1.836,00	1.883,95	1.934,34	1.985,13	2.036,32
<b>TOTAL AVES</b>	<b>4.548,00</b>	<b>4.672,47</b>	<b>4.803,10</b>	<b>4.934,97</b>	<b>5.069,32</b>
<b>BALANCEADO PARA BOVINOS</b>					
Wayne vacas USD	11,00	11,23	11,47	11,71	11,96
Cantidad	120	121	122	123	124
Total USD	1.320,00	1.358,83	1.399,34	1.440,33	1.483,04
Wayne terneras USD	12,00	12,26	12,52	12,79	13,06
Cantidad	108	108	108	108	108
Total USD	1.296,00	1.324,08	1.352,16	1.381,32	1.410,48
Agrobal vacas USD	8,00	8,17	8,34	8,52	8,70
Cantidad	120	121	122	123	124
Total USD	960,00	988,57	1.017,48	1.047,96	1.078,80
San Luis vacas afrechillo USD	7,00	7,15	7,30	7,46	7,62
Cantidad	168	169	170	171	172
Total USD	1.176,00	1.208,35	1.241,00	1.275,66	1.310,64
San Luis vacas molido USD	7,00	7,15	7,30	7,46	7,62
Cantidad	144	145	146	147	148
Total USD	1.008,00	1.036,75	1.065,80	1.096,62	1.127,76
<b>TOTAL BOVINOS</b>	<b>5.760,00</b>	<b>5.916,58</b>	<b>6.075,78</b>	<b>6.241,89</b>	<b>6.410,72</b>
<b>BALANCEADO PARA CERDOS</b>					
Wayne engorde USD	13,00	13,28	13,56	13,85	14,15
Cantidad	108	108	108	108	108
Total USD	1.404,00	1.434,24	1.464,48	1.495,80	1.528,20
Wayne crecimiento USD	14,00	14,30	14,61	14,92	15,24
Cantidad	84	84	84	84	84
Total USD	1.176,00	1.201,20	1.227,24	1.253,28	1.280,16
San Luis afrechillo USD	7,00	7,15	7,30	7,46	7,62
Cantidad	96	96	96	96	96
Total USD	672,00	686,40	700,80	716,16	731,52

San Luis molido USD	7,00	7,15	7,30	7,46	7,62
Cantidad	120	121	122	123	124
Total USD	840,00	865,15	890,60	917,58	944,88
<b>TOTAL CERDOS USD</b>	<b>4.092,00</b>	<b>4.186,99</b>	<b>4.283,12</b>	<b>4.382,82</b>	<b>4.484,76</b>
<b>Cantidad mercadería estimada</b>	1560	1567	1574	1581	1588
<b>COSTO MERCADERÍA USD</b>	<b>14.400,00</b>	<b>14.776,04</b>	<b>15.162,00</b>	<b>15.559,68</b>	<b>15.964,78</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

**Tabla 63 Resumen de egresos**

Detalle	Valor Total en USD
<b>Año 1</b>	14.400,00
<b>Año 2</b>	14.776,04
<b>Año 3</b>	15.162,00
<b>Año 4</b>	15.559,68
<b>Año 5</b>	15.964,78

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

## 5.6. Depreciación de activos fijos

La depreciación de los activos fijos consiste en crear un valor económico que se recupera al término de la vida útil del bien después de vender los activos o del proyecto. Se realizará según la naturaleza de los bienes, duración de su vida útil y método contable utilizado.

En el proyecto se adquirirá los siguientes activos fijos:

**Tabla 64 Activos fijos**

Descripción	Valor Total en USD
Maquinaria	278,00
Muebles y enseres	225,00
Equipo de computación	1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.503,00</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

A continuación, se presenta los datos para elaborar la depreciación según el activo de acuerdo con lo emitido en la Ley de Régimen Tributario Interno.

**Tabla 65 Datos de depreciación**

Descripción	Valor Total en USD	Valor Residual (10%) USD	Vida útil años
Maquinaria	278,00	27,80	10
Muebles y enseres	225,00	22,50	10
Equipo de computación	1.000,00	100,00	3
<b>TOTAL</b>	<b>1.503,00</b>		

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

Para el cálculo de la depreciación se utilizará la fórmula por método de línea recta reconocido por la NIIFS.

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor actual} - \text{valor residual}}{\text{Años de vida útil}}$$

### 5.6.1. Depreciación maquinaria

**Tabla 66 Depreciación de Maquinaria**

Año	Valor Actual en USD	Depreciación en USD	Depreciación Acumulada en USD	Saldo en USD
1	278,00	25,02	25,02	252,98
2	278,00	25,02	50,04	227,96
3	278,00	25,02	75,06	202,94
4	278,00	25,02	100,08	177,92
5	278,00	25,02	125,10	152,90
6	278,00	25,02	150,12	127,88
7	278,00	25,02	175,14	102,86
8	278,00	25,02	200,16	77,84
9	278,00	25,02	225,18	52,82
10	278,00	25,02	250,20	27,80

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

### 5.6.2. Depreciación de muebles y enseres

**Tabla 67 Depreciación de Muebles y enseres**

Año	Valor Actual en USD	Depreciación en USD	Depreciación Acumulada en USD	Saldo en USD
1	225,00	20,25	20,25	204,75
2	225,00	20,25	40,50	184,50
3	225,00	20,25	60,75	164,25
4	225,00	20,25	81,00	144,00
5	225,00	20,25	101,25	123,75
6	225,00	20,25	121,50	103,50
7	225,00	20,25	141,75	83,25
8	225,00	20,25	162,00	63,00
9	225,00	20,25	182,25	42,75
10	225,00	20,25	202,50	22,50

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

### 5.6.3. Depreciación de equipo de computación

*Tabla 68 Depreciación de equipo de computación*

Año	Valor Actual en USD	Depreciación en USD	Depreciación Acumulada en USD	Saldo en USD
1	1.000,00	300	300	700,00
2	1.000,00	300	600	400,00
3	1.000,00	300	900	100,00

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

### 5.6.4. Depreciación de equipo de computación para años 4 y 5

Después de tres años de acuerdo con su vida útil se desgasta por completo y como el proyecto tiene una vida útil de 5 años es necesario adquirir nuevos activos fijos para el cuarto, quinto y sexto año por un valor de \$1.021,30 estimado según la tasa de inflación.

*Tabla 69 Depreciación de Equipo de Computación*

Año	Valor Actual en USD	Depreciación en USD	Depreciación Acumulada en USD	Saldo en USD
4	1.021,30	306,39	306,39	714,91
5	1.021,30	306,39	612,78	408,52
6	1.021,30	306,39	919,17	102,13

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

### 5.6.5. Resumen de depreciación de activos fijos

*Tabla 70 Resumen de depreciación de activos fijos en USD*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria	25,02	25,02	25,02	25,02	25,02
Muebles y enseres	20,25	20,25	20,25	20,25	20,25
Equipo de computación	300,00	300,00	300,00	306,39	306,39
<b>TOTAL</b>	<b>345,27</b>	<b>345,27</b>	<b>345,27</b>	<b>351,66</b>	<b>351,66</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

La tabla muestra el valor de depreciación de cada uno de los activos fijos que se van a adquirir para la microempresa.

### 5.7. Gastos de ventas

Están compuestos por aquellos valores que forman parte del área de ventas entre ellos los más importantes son: sueldos de ventas, suministros de oficina, publicidad y gasto en transporte.

#### 5.7.1. Sueldos de ventas

Los sueldos de ventas estarán compuestos por los sueldos del vendedor, los cuales están fijados en base a las tablas mínimas sectoriales 2017 determinada por el Ministerio de Trabajo.

*Tabla 71 Resumen de sueldos de ventas en USD*

Personal	Cant	Valor mensual	Año 1	Año 2	Año3	Año4	Año5
Sueldo Vendedor	1	375,00	4.500,00	4.596,03	4694,11	4.794,28	4.896,59
<b>Beneficios Sociales</b>							
Décimo tercero	1	31,25	375,00	383,00	391,18	399,52	408,05
Décimo cuarto	1	31,25	375,00	383,00	391,18	399,52	408,05
Aporte Patronal 11,15%	1	41,81	501,72	512,43	523,36	534,53	545,94
Fondos de reserva	1	-	-	382,85	391,02	399,36	407,89
<b>Total Beneficios</b>		104,31	1.251,72	1.661,28	1.696,73	1.732,94	1.769,92
<b>TOTAL</b>		<b>479,31</b>	<b>5.751,72</b>	<b>6.257,31</b>	<b>6.390,84</b>	<b>6.527,22</b>	<b>6.666,51</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

### 5.7.2. Gastos en suministros de oficina

El área de ventas requiere de suministros de oficina que serán manejados para la entrega de los alimentos balanceados que la microempresa oferta, entre los principales se encuentran facturas, fundas plásticas y calculadoras.

**Tabla 72 Proyección de gastos en suministros de venta en USD**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario USD	Año1	Año 2	Año3	Año4	Año5
Facturas	5	8,00	40,00	40,85	41,73	42,62	43,53
Fundas plásticas	20	2,00	40,00	40,85	41,73	42,62	43,53
Costales	100	1,00	100,00	102,13	104,31	106,54	108,81
Calculadora	2	4,50	9,00	9,19	9,39	9,59	9,79
<b>TOTAL</b>			<b>189,00</b>	<b>193,02</b>	<b>197,16</b>	<b>201,37</b>	<b>205,66</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

### 5.7.3. Gastos de publicidad

La publicidad al momento de iniciar una actividad económica es un gasto necesario para dar a conocer sobre la existencia del proyecto, de los productos y servicios que ofrece, razón de ello se realizarán cuñas en la emisora de la radio “Latina” cada 2 meses y conjuntamente se entregarán hojas volantes.

**Tabla 73 Proyección de gastos de publicidad en USD**

Medios de comunicación	Cantidad	Valor Unitario USD	Año1	Año 2	Año3	Año4	Año5
Radio	1	40,00	240,00	245,12	250,35	255,70	261,15
Volantes	250	0,09	22,50	22,98	23,47	23,97	24,48
Banner publicitario	1	30,00	30,00	30,64	31,29	31,96	32,64
<b>TOTAL</b>			<b>292,50</b>	<b>298,74</b>	<b>305,11</b>	<b>311,63</b>	<b>318,27</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

#### 5.7.4. Gastos en transporte

El rubro asignado corresponde al costo del transporte, mismo que se lo realizará mediante contratación de un vehículo tipo camioneta con la capacidad requerida se encuentra valorado como la siguiente tabla muestra:

*Tabla 74 Proyección de gastos en transporte en USD*

Descripción	Gasto mensual en USD	Año1	Año 2	Año3	Año4	Año5
Alquiler de vehículo	50,00	600,00	612,80	625,88	639,24	652,88
<b>TOTAL</b>		<b>600,00</b>	<b>612,80</b>	<b>625,88</b>	<b>639,24</b>	<b>652,88</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

#### 5.7.5. Resumen de gastos de ventas

A continuación, un resumen total de los gastos de ventas los mismos que engloban los sueldos de ventas, gastos de suministros de venta, gasto de publicidad y transporte para los cinco primeros años de vida del proyecto.

*Tabla 75 Resumen de gastos de ventas en USD*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos de ventas	5.751,72	6.257,31	6.390,84	6.527,22	6.666,51
Suministros de venta	189,00	193,02	197,16	201,37	205,66
Gastos de publicidad	292,50	298,74	305,11	311,63	318,27
Gasto en transporte	600,00	612,80	625,88	639,24	652,88
<b>TOTAL</b>	<b>6.833,22</b>	<b>7.361,87</b>	<b>7.518,99</b>	<b>7.679,46</b>	<b>7.843,32</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

## 5.8. Gastos administrativos

Estos gastos están compuestos por gastos sueldos, suministros de oficina, pago de arriendo, pago de servicios básicos y materiales de aseo, los cuales son indispensables para el correcto funcionamiento de la microempresa al iniciar las actividades económicas.

### 5.8.1. Sueldos Administrativos

Los sueldos administrativos estarán compuestos por las remuneraciones que percibirá el administrador, hay que resaltar que su afiliación al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social es como administrador o patrono de un negocio, por lo que no cuenta con aporte patronal. Cabe mencionar que la contratación del contador será eventual, una vez al mes, de acuerdo con el giro del negocio.

**Tabla 76 Resumen de sueldos administrador en USD**

Personal	Cant.	Valor mensual	Año 1	Año 2	Año3	Año4	Año5
Sueldo Administrador	1	400,00	4.800,00	4.902,43	5.007,05	5.113,90	5.223,03
<b>Beneficios Sociales</b>							
Décimo tercero	1	33,33	400,00	408,54	417,26	426,16	435,25
Décimo cuarto	1	31,25	375,00	383,00	391,18	399,52	408,05
Fondos de reserva	1	-	-	399,84	408,37	417,09	425,99
<b>Total Beneficios</b>		64,58	775,00	1.191,38	1.216,81	1.242,77	1.269,29
<b>TOTAL</b>		<b>464,58</b>	<b>5.575,00</b>	<b>6.093,81</b>	<b>6.223,86</b>	<b>6.356,67</b>	<b>6.492,32</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

**Tabla 77 Resumen de sueldos contador en USD**

Personal	Cantidad	Valor mensual	Año 1	Año 2	Año3	Año4	Año5
Honorarios Contador	1	15,00	180,00	183,84	187,76	191,77	195,86
<b>TOTAL</b>		<b>15,00</b>	<b>180,00</b>	<b>183,84</b>	<b>187,76</b>	<b>191,77</b>	<b>195,86</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

**Tabla 78 Resumen sueldos administrativos en USD**

Personal	Cant	Valor mensual en USD	Año 1	Año 2	Año3	Año4	Año5
Sueldo Administrador	1	464,58	5.575,00	6.093,81	6.223,86	6.356,67	6.492,32
Honorarios Contador	1	15,00	180,00	183,84	187,76	191,77	195,86
<b>TOTAL</b>		<b>479,58</b>	<b>5.755,00</b>	<b>6.277,65</b>	<b>6.411,62</b>	<b>6.548,44</b>	<b>6.688,18</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

### 5.8.2. Servicios básicos

Los servicios básicos son indispensables para el funcionamiento de la microempresa y están conformados por energía eléctrica, teléfono con respecto al agua potable este gasto es asumido por el Municipio.

**Tabla 79 Servicios básicos en USD**

Descripción	Valor Mensual USD	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua Potable	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Energía eléctrica	10,00	120,00	122,56	125,18	127,85	130,58
Teléfono móvil	15,00	180,00	183,84	187,76	191,77	195,86
<b>TOTAL</b>	<b>25,00</b>	<b>300,00</b>	<b>306,40</b>	<b>312,94</b>	<b>319,62</b>	<b>326,44</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

### 5.8.3. Gasto arriendo

El arriendo es un gasto que se incurre por el uso de las instalaciones para la implementación del proyecto, por lo que se debe cancelar un valor mensual incluido IVA, valor que es cómodo de cancelar debido al bajo costo por encontrarse en el mercado de abastos y pertenecer al Municipio del cantón Tulcán.

**Tabla 80 Gasto arriendo en USD**

Descripción	Valor Mensual USD	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo	15,00	180,00	183,84	187,76	191,77	195,86
<b>TOTAL</b>		<b>180,00</b>	<b>183,84</b>	<b>187,76</b>	<b>191,77</b>	<b>195,86</b>

#### 5.8.4. Suministros de oficina

Los suministros de oficina permiten desarrollar un mejor desempeño dentro de la actividad económica y son los siguientes:

*Tabla 81 Suministros de oficina en USD*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario USD	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Esferos	12	0,45	5,40	5,52	5,63	5,75	5,88
Resma de papel	2	4,00	8,00	8,17	8,35	8,52	8,71
Tinta impresora	4	5,00	20,00	20,43	20,86	21,31	21,76
Grapas	1	2,00	2,00	2,04	2,09	2,13	2,18
Carpetas	3	1,50	4,50	4,60	4,69	4,79	4,90
Sello	1	5,00	5,00	5,11	5,22	5,33	5,44
<b>TOTAL</b>			<b>44,90</b>	<b>45,86</b>	<b>46,84</b>	<b>47,84</b>	<b>48,86</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

#### 5.8.5. Suministros de limpieza

Se requiere de materiales de aseo para mantener en el local un ambiente adecuado y limpio, entre los principales se encuentran:

*Tabla 82 Suministros de limpieza en USD*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario USD	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Escoba	2	2,00	4,00	4,09	4,17	4,26	4,35
Recogedor de basura	2	2,00	4,00	4,09	4,17	4,26	4,35
Trapeador	2	2,00	4,00	4,09	4,17	4,26	4,35
Franelas	2	1,00	2,00	2,04	2,09	2,13	2,18
Basurero	2	1,50	3,00	3,06	3,13	3,20	3,26
Desinfectante	2	1,50	3,00	3,06	3,13	3,20	3,26
<b>TOTAL</b>			<b>20,00</b>	<b>20,43</b>	<b>20,86</b>	<b>21,31</b>	<b>21,76</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

#### 5.8.6. Resumen de gastos administrativos

El resumen de gastos administrativos integra los siguientes rubros:

**Tabla 83 Resumen de gastos administrativos en USD**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos administrativos	5.755,00	6.277,65	6.411,62	6.548,44	6.688,18
Servicios Básicos	300,00	306,40	312,94	319,62	326,44
Gasto Arriendo	180,00	183,84	187,76	191,77	195,86
Suministros de oficina	44,90	45,86	46,84	47,84	48,86
Materiales de aseo	20,00	20,43	20,86	21,31	21,76
<b>TOTAL</b>	<b>6.299,90</b>	<b>6.834,18</b>	<b>6.980,02</b>	<b>7.128,98</b>	<b>7.281,11</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

### 5.9. Amortización de activos diferidos

A continuación, se especifica la amortización de los gastos de constitución que se pagará para poner en marcha el proyecto entre los principales constan la patente municipal, permiso de bomberos, permiso ambiental y permiso de Agrocalidad.

**Tabla 84 Amortización de activos diferidos en USD**

Descripción	V. Total en USD	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Patente Municipal	10,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Permiso Bomberos	30,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Permiso Ambiental	50,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Permiso Agrocalidad	605,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00
<b>TOTAL</b>	<b>695,00</b>	<b>139,00</b>	<b>139,00</b>	<b>139,00</b>	<b>139,00</b>	<b>139,00</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

### 5.10. Estado de Situación Inicial Proyectado

En el Estado de Situación Inicial se resume las cuentas de activos, pasivos y patrimonio de un determinado periodo contable. En otras palabras, se exhibe todo con lo que se inicia las actividades económicas del proyecto obteniendo como un resultado final la inversión total, como activos corrientes se ubicará el capital de trabajo que fue calculado en el estudio técnico en la tabla 55 por un valor de \$4.588,86 y que constituye el efectivo con el que necesita contar al inicio del proyecto para financiar sus operaciones hasta cuando este produzca sus propios ingresos. Los

activos fijos están constituidos por la maquinaria, equipo de computación, muebles y enseres y los activos diferidos por los valores que debe pagar en el año cero para la constitución de la microempresa. A continuación, se muestra de manera detalla las cantidades invertidas en cada una de las cuentas para dar marcha al proyecto:

*Tabla 85 Estado de Situación Financiero Inicial Proyectado*

**Microempresa “AGROCARCHI”  
Estado de Situación Financiera Inicial  
Año 1**

<b>ACTIVOS</b>		
<b>CORRIENTES</b>		
Capital de trabajo		\$ 4.588,86
<b>NO CORRIENTES</b>		
		\$ 1.503,00
<b>Maquinaria</b>		
	\$ 278,00	
Máquina Selladora	\$ 30,00	
Balanza digital	\$ 90,00	
Caja Registradora	\$ 148,00	
Pallets de madera	\$ 10,00	
<b>Equipo de computación</b>		
	\$ 1.000,00	
Laptop HP	\$ 800,00	
Impresora Canon	\$ 200,00	
<b>Muebles y enseres</b>		
	\$ 225,00	
Escritorio	\$ 100,00	
Archivador pequeño	\$ 65,00	
Sillas plásticas	\$ 15,00	
Estantería metálica	\$ 45,00	
<b>DIFERIDOS</b>		
Gastos de constitución	\$ 695,00	<u>\$ 695,00</u>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b><u>\$ 6.786,86</u></b>
<b>PASIVOS</b>		
<b>NO CORRIENTES</b>		
		<u>\$ 0,00</u>
<b>TOTAL PASIVO</b>		<b>\$ 0,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
Capital	\$ 6.786,86	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>\$ 6.786,86</b>
<b>TOTAL PASIVO+PATRIMONIO</b>		<b>\$ 6.786,86</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

### 5.11. Estado de Resultados Proyectado

El estado de resultados agrupa los ingresos por ventas, costos de adquisición de la mercadería y gastos. Cabe resaltar que el pago de impuestos que se debe cancelar por resultado de la utilidad anual no se realiza el cálculo estimado debido a que los proyectos están exentos de esta cancelación de acuerdo con la Ley Orgánica para la Reactivación de la Economía, Fortalecimiento de la Dolarización y Modernización de la Gestión Financiera según R.O. 150, Segundo Suplemento, de 29-12-2017 que modifica el Art. 9.5 de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.

*Tabla 86 Estado de Resultados Proyectado*

<b>Microempresa “AGROCARCHI”</b>					
<b>Estado de Resultados</b>					
<b>En USD</b>					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	31.540,80	32.298,26	33.074,96	33.871,02	34.683,36
- COSTO PRODUCCIÓN	14.400,00	14.776,04	15.162,00	15.559,68	15.964,78
<b>= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>17.140,80</b>	<b>17.522,22</b>	<b>17.912,96</b>	<b>18.311,34</b>	<b>18.718,58</b>
- GASTOS ADMINISTRACIÓN	<b>6.784,17</b>	<b>7.318,45</b>	<b>7.464,29</b>	<b>7.619,64</b>	<b>7.771,77</b>
Sueldos administrativos	5.755,00	6.277,65	6.411,62	6.548,44	6.688,18
Servicios básicos	300,00	306,40	312,94	319,62	326,44
Gasto Arriendo	180,00	183,84	187,76	191,77	195,86
Suministros de Oficina	44,90	45,86	46,84	47,84	48,86
Materiales de aseo	20,00	20,43	20,86	21,31	21,76
Gastos de constitución	139,00	139,00	139,00	139,00	139,00
Depreciaciones	345,27	345,27	345,27	351,66	351,66
- GASTOS DE VENTAS	<b>6.833,22</b>	<b>7.361,87</b>	<b>7.518,99</b>	<b>7.679,45</b>	<b>7.843,32</b>
Sueldos de ventas	5.751,72	6.257,31	6.390,84	6.527,22	6.666,51
Suministros de ventas	189,00	193,02	197,16	201,37	205,66
Gasto publicidad	292,50	298,74	305,11	311,63	318,27
Gasto transporte	600,00	612,80	625,88	639,24	652,88

=	<b>UTILIDAD BRUTA EN OPERACIONES</b>	<b>3.559,41</b>	<b>2.841,90</b>	<b>2.929,68</b>	<b>3.012,25</b>	<b>3.103,49</b>
-	GASTOS FINANCIEROS(intereses)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
=	<b>UTILIDAD ANTES DE P.T</b>	<b>3.559,41</b>	<b>2.841,90</b>	<b>2.929,68</b>	<b>3.012,25</b>	<b>3.103,49</b>
-	15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	533,91	426,29	439,45	451,84	465,52
=	<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>3.025,50</b>	<b>2.415,62</b>	<b>2.490,23</b>	<b>2.560,41</b>	<b>2.537,97</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Las Autoras

## 5.12. Estado de Flujo de Caja Proyectado

El flujo de caja mide la provisión neta de los activos líquidos que posee la microempresa, además refleja todas las entradas y salidas de dinero en un tiempo determinado. Su propósito es mostrar si la microempresa realmente necesita o no financiamiento, así como si va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones.

*Tabla 87 Estado de Flujo de Caja Proyectado*

<b>Microempresa “AGROCARCHI”</b>							
<b>Estado de Flujo de Efectivo</b>							
<b>En USD</b>							
CUENTAS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
= Utilidad neta		3.025,50	2.415,62	2.490,23	2.560,41	2.537,97	0,00
+ Depreciaciones		345,27	345,27	345,27	351,66	351,66	0,00
+ Amortizaciones	-695,00	139,00	139,00	139,00	139,00	139,00	
- Inversiones	-6.091,86			-1.021,30			
+ Crédito							
- Capital de trabajo							
- Amortizaciones préstamo		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
+ Valor de rescate							839,13
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>-6.786,86</b>	<b>3.509,77</b>	<b>2.899,89</b>	<b>1.953,20</b>	<b>3.051,07</b>	<b>3.128,63</b>	<b>839,13</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Las Autoras

### 5.13. Análisis financiero

La evaluación financiera permite determinar la factibilidad del proyecto mediante el análisis de indicadores financieros como:

#### 5.13.1. Costo de oportunidad

El costo de oportunidad representa el porcentaje que se deja de percibir de otra u otras alternativas de inversión como consecuencia de invertir en la creación de la microempresa de distribución de alimentos balanceados; este indicador mide el beneficio económico que generará una cantidad de dinero al momento de destinarla a una inversión en este caso la puesta en marcha del proyecto al contrario de depositarlo como ahorro en una institución financiera.

En la siguiente tabla se detalla su forma de cálculo, así como también su resultado y respectivo análisis:

*Tabla 88 Costo de oportunidad*

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR EN USD</b>	<b>INCIDENCIA EN %</b>	<b>TASA PONDERADA</b>	<b>PORCENTAJE PONDERADO</b>
<b>Aporte propio</b>	6.786,86	100%	7,05%	7,05%
<b>TOTAL</b>	<b>6.786,86</b>	<b>100%</b>		<b>7,05%</b>
<b>COSTO DE OPORTUNIDAD</b>				<b>7,05%</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Las Autoras

Para la ponderación del aporte propio se utilizó la tasa de interés pasiva referencial por plazo a 361 días o más correspondiente a diciembre de 2017 publicada por el Banco Central del Ecuador con la tasa equivalente al 7,05% que una entidad del sector financiero cancelaría por colocar el dinero a plazo.

La puesta en marcha del proyecto tiene un costo de oportunidad (CK) igual a la misma tasa que una institución financiera cancelaría por colocar el dinero a plazo fijo por el hecho de no existir capital financiado por terceros lo cual significa que las inversionistas estarían desistiendo de percibir el 7,05% en beneficios económicos por invertir en la microempresa objeto de análisis.

### 5.13.2. Tasa de rendimiento medio (TRM)

La tasa de rendimiento medio representa la rentabilidad mínima que la microempresa alcanza a generar, esta tasa incorpora el índice de inflación al costo de oportunidad del capital invertido, por lo tanto, muestra el porcentaje una vez considerado el aumento en los precios. Una vez obtenido el costo de capital se calcula la tasa de rendimiento medio con la siguiente fórmula:

*Tabla 89 Cálculo de tasa de rendimiento medio*

<b>FÓRMULA</b>		$TRM = ((1 + CK) * (1 + Inf)) - 1$ $TRM = ((1 + 0,0705) * (1 + 0,0213)) - 1$ $TRM = ((1,0705) * (1,0213)) - 1$ $TRM = (1,0933) - 1$ $TRM = (0,0933) * 100$ $TRM = 9,33$
<b>CK:</b>	Costo del capital =	7,05%
<b>Inf:</b>	Inflación promedio 5 años =	2,134%
<b>TRM:</b>	Tasa de rendimiento medio =	<b>9,33%</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

Luego de realizar el procesamiento de datos correspondientes se puede observar que el proyecto tiene como TRM el 9,33% lo que indica que invertir en la microempresa en análisis es rentable por representar una tasa superior a la del costo de oportunidad del capital de 7,05%.

### 5.13.3. Valor Actual Neto o Valor Presente Neto (VAN o VPN)

La tasa de rendimiento medio antes encontrada (TRM 9,33%) es utilizada para calcular el Valor Actual Neto juntamente con los flujos de caja proyectados para conocer si el proyecto es rentable al obtener los flujos descontados al presente y restar la inversión inicial.

Un VPN positivo significa que el proyecto es idóneo para cubrir el costo de capital y generar utilidades a los inversionistas de la microempresa de distribución de alimentos balanceados. Para el cálculo del VAN se emplea la siguiente fórmula:

*Tabla 84 Cálculo del valor actual neto o valor presente neto*

<b>FÓRMULA</b>	$VAN = -II + \frac{FCN1}{(1 + TRM)^1} + \frac{FCN2}{(1 + TRM)^2} + \frac{FCN3}{(1 + TRM)^3} + \frac{FCN..}{(1 + TRM)^n}$		
	$VAN = -6.786,86 + \frac{3.509,77}{(1 + 0,0933)^1} + \frac{2.899,89}{(1 + 0,0933)^2} + \frac{1.953,20}{(1 + 0,0933)^3}$ $+ \frac{3.051,07}{(1 + 0,0933)^4} + \frac{3.128,63}{(1 + 0,0933)^5} + \frac{839,13}{(1 + 0,0933)^6}$		
	$VAN = -6.786,86 + \frac{3.509,77}{1,0933} + \frac{2.899,89}{1,1953} + \frac{1.953,20}{1,3068} + \frac{3.051,07}{1,4288} + \frac{3.128,63}{1,5621}$ $+ \frac{839,13}{1,7078}$		
	$VAN = -6.786,86 + 3.210,25 + 2.426,08 + 1.494,64 + 2.135,41 + 2.002,84$ $+ 491,35$		
	$VAN = - 6.786,86 + 11.760,57$ $VAN = 4.973,71$		
<b>II:</b>	Inversión inicial	=	\$ = -6.786,86
<b>FCN:</b>	Flujo de caja neto	=	
<b>n:</b>	Tiempo de vida útil proyecto =		5 años
<b>TRM:</b>	Tasa de rendimiento medio	=	9,33%
<b>VAN O VPN:</b>	Valor actual neto	=	\$ <b>4.973,71</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

El VPN determina que el proyecto es factible porque en los 5 años de proyección no existen valores negativos, y es rentable con la cantidad de \$ 4.973,71.

#### 5.13.4. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es el estipendio en porcentaje que el proyecto generará por la inversión realizada durante su vida útil, en otras palabras, indica la capacidad de generar utilidades considerando los flujos de caja actualizados. La creación de la microempresa es viable cuando la TIR es igual o superior a la tasa de rendimiento medio requerida para el proyecto.

Tabla 90 Cálculo de la tasa interna de retorno

AÑO	Flujos Netos en USD	Tasa inferior (Ti) Flujos actualizados 9,33%	Tasa superior (Ts) Flujos actualizados 34,70%
0		-6.786,86	-6.786,86
1	3.509,77	3.210,25	2.605,62
2	2.899,89	2.426,08	1.598,26
3	1.953,20	1.494,64	799,18
4	3.051,07	2.135,41	926,79
5	3.128,63	2.002,84	705,53
6	839,13	491,35	140,48
<b>TOTALSUMA</b>		<b>11.760,57</b>	<b>6.775,86</b>
<b>VAN</b>		<b>4.973,72</b>	<b>-11,00</b>
<b>FÓRMULA</b>			

$$TIR = \%VAN Ti + \frac{VAN Ti}{VAN Ti + VAN Ts} * (Ts - Ti)$$

$$TIR = 9,33\% + \frac{4.973,72}{4.973,72 + 11,00} * (34,70\% - 9,33\%)$$

$$TIR = 9,33\% + (0,99\%) * (25,37\%)$$

$$TIR = 9,33\% + 25,12\%$$

$$TIR = 34,45\%$$

<b>Ts:</b>	Tasa superior	=	34,70%
<b>Ti:</b>	Tasa inferior	=	9,33%
<b>TIR:</b>	Tasa interna de retorno	=	<b>34,45%</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

La tasa interna de retorno da como resultado un valor de 34,45%, este porcentaje supera a la tasa de rendimiento del 9,33%. En consecuencia, la creación de la microempresa de distribución de alimentos balanceados se convierte en un proyecto viable.

### 5.13.5. Relación Costo- Beneficio

El indicador financiero de costo beneficio revela cuál es el valor que se recupera por cada dólar invertido, es el resultado de la división de los ingresos y egresos proyectados tomados del Estado de Resultados. El factor de descuento se determina en base a la tasa de crecimiento promedio de la inflación de los últimos 5 años 2,134%.

**Cuadro 16 Condición del Costo/Beneficio**

Costo Beneficio > a 1	ingresos > egresos	Viable
Costo Beneficio > = 1	Ingresos = egresos	Indiferente
Costo Beneficio < 1	Ingresos < egresos	No viable

Elaborado por: Las Autoras

**Tabla 91 Análisis Costo/ Beneficio**

Año	Ingresos en USD	Factor	Ingresos actualizados en USD	Costos en USD	Costos actualizados en USD
<b>0</b>	-6.786,86	1	-6.786,86		
<b>1</b>	31.540,80	1/ (1+0,02134) ^1=0,9791	30.881,60	28.017,39	27.431,83
<b>2</b>	32.298,26	1/ (1+0,02134) ^2=0,9586	30.961,11	29.456,36	28.236,87
<b>3</b>	33.074,96	1/ (1+0,02134) ^3=0,9386	31.044,16	30.145,28	28.294,36
<b>4</b>	33.871,02	1/ (1+0,02134) ^4=0,9190	31.127,47	30.858,77	28.359,21
<b>5</b>	34.683,36	1/ (1+0,02134) ^5=0,8998	31.208,09	31.579,87	28.415,57
<b>TOTAL</b>			<b>148.435,57</b>		<b>140.737,83</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Las Autoras

**Costo beneficio**=Total Ingresos Actualizados /Total Costos Actualizados

**Costo beneficio**= 148.435,57/140.737,83

**Costo beneficio**= 1,05

El resultado indica que, por cada dólar invertido en el proyecto genera una utilidad de 0,05 centavos de dólar, siendo el proyecto viable.

### 5.13.6. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión es el tiempo estimado que se tarda recuperar la inversión inicial mediante flujos actualizados.

*Tabla 92 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)*

Año	Inversión	Flujos actualizados en USD	Flujos Acumulados en USD
	\$ -6.786,86		
1		3.210,25	3.210,25
2		2.426,08	5.636,33
3		1.494,64	7.130,97
4		2.135,41	9.266,38
5		2.002,84	11.269,22
6		491,35	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Las Autoras

$$RI = \$6.786,86 - \$5.636,33 = \$1.150,53 \text{ falta}$$

$$RI = \$1.494,64 / 12 \text{ meses} = \$124,55 \text{ mensual año 4}$$

$$RI = \$1.150,53 / \$124,55 = 9,23 \text{ (9 meses)}$$

$$RI = \$1.150,53 - (\$124,55 * 9 \text{ meses}) = \$29,58 \text{ falta}$$

$$RI = \$1.494,64 / 360 \text{ días} = \$4,15 \text{ diario año 4}$$

$$RI = \$29,58 / \$4,15 = 7 \text{ días}$$

La inversión se recuperará en 2 años 9 meses y 7 días, tiempo adecuado para recuperar la inversión debido al tipo de proyecto.

### 5.13.7. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio representa la cantidad que se necesita vender para igualar los ingresos por ventas a los egresos por costos y gastos, punto donde ni se genera utilidad ni se pierde.

**Tabla 93 Costos Variables**

Descripción	Valor USD
Mercadería	14.400,00
<b>Total</b>	<b>14.400,00</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

**Tabla 94 Costos Fijos**

Descripción	Valor en USD
Total gastos de administración	6.784,17
Total gastos de venta	6.833,22
<b>TOTAL</b>	<b>13.617,39</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

#### Fórmulas:

$$PE \text{ USD} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\left(1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}\right)}$$

$$PE \text{ UNIDADES} = \frac{PE \text{ USD}}{(\text{PRECIO DE VENTA})}$$

- Cálculo del punto de equilibrio en dólares:

$$PE \text{ USD} = \frac{13.617,39}{\left(1 - \frac{14.400,00}{31.540,80}\right)}$$

$$PE \text{ USD} = \frac{13.617,39}{(0,5434)}$$

$$PE \text{ USD} = 25.059,61$$

- Cálculo del punto de equilibrio en unidades:

El cálculo del punto de equilibrio en unidades se determina en base a la capacidad instalada asignando un porcentaje a cada tipo de animal, para luego distribuirlo de acuerdo con cada marca.

**Tabla 95 Punto de equilibrio en unidades**

Lugar	Descripción	Cantidad (qq)	%	Valor	Precio por quintal	Punto de Equilibrio
				AVES		
	Agrobal	121	7%	1.754,2	28,00	63
	Morochillo entero sin marca	48	3%	751,8	18,00	42
	Morochillo quebrado sin marca	72	4%	1.002,4	18,00	56
	Total Aves	241	14%	3.508,35		161
				BOVINOS		
	Wayne vacas	61	4%	1.002,4	21,00	48
Local	Wayne terneras	108	9%	2.255,4	23,00	98
comercia	Agrobal vacas	121	8%	2.004,8	18,00	111
l	Molinos San Luis vacas afrechillo	85	5%	1.253,0	16,00	78
	Molinos San Luis vacas molido	48	2%	501,2	16,00	31
	Total bovinos	423	28%	7.016,69		366
				CERDOS		
	Wayne engorde	72	7%	1.754,17	27,00	65
	Wayne crecimiento	84	5%	1.252,98	28,00	45
	Molinos San Luis afrechillo	48	2%	501,19	16,00	31
	Molinos San Luis molido	24	1%	250,60	16,00	16
	Total cerdos	228	15%	3.758,94		157
	<b>TOTAL Local comercial</b>	<b>892</b>	<b>57%</b>	<b>14.283,98</b>		<b>684</b>
				AVES		
	Agrobal	0	0	0	0	0
	Morochillo entero sin marca	121	8%	2.004,8	18,90	106
	Morochillo quebrado sin marca	133	9%	2.255,4	18,90	119
	Total aves	254	17%	4.260,13		225
				BOVINOS		
	Wayne vacas	60	4%	1.113,83	21,90	51
Venta a domicilio	Wayne terneras	0	0	0	0	0

Agrobal vacas	0	0	0	0	0
Molinos San Luis vacas afrechillo	84	5%	1.252,98	16,90	74
Molinos San Luis vacas molido	96	6%	1.503,58	16,90	89
Total bovinos	240	14%	3.508,35		214
<b>CERDOS</b>					
Wayne engorde	36	3%	751,79	27,90	27
Wayne crecimiento	0	0	0	0	0
Molinos San Luis afrechillo	48	3%	751,79	16,90	44
Molinos San Luis molido	96	6%	1.503,58	16,90	89
Total cerdos	180	12%	3.007,15		160
Total venta a domicilio	<b>674</b>	<b>43%</b>	<b>10.775,63</b>		<b>599</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1.566</b>	<b>%</b>	<b>25.059,61</b>		<b>1.283</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

$$PE \text{ UNIDADES} = \frac{\$1.754,20}{(\$28,00)}$$

$$PE \text{ UNIDADES} = 63 \text{ quintales aves ( marca agrobal)}$$

Para no generar ni ganancia ni pérdida se deberá vender un total de 684 quintales de alimentos balanceados en local comercial, divididos en 161 quintales de aves, 366 de bovinos y 157 de cerdos. Mientras que, se deberá vender a domicilio 599 quintales, de los cuales 225 son de aves, bovinos 214 quintales y 160 quintales de cerdos.

### 5.13.8. Resumen de indicadores

*Tabla 96 Resumen de indicadores*

<b>Indicador</b>	<b>Valor Obtenido</b>	<b>Valor Esperado</b>	<b>Conclusión</b>
<b>Costo oportunidad</b>	7,05%	Valor superior a la tasa promedio de 4,95%	Factible
<b>Tasa de rendimiento medio</b>	9,33%	Valor superior al costo de oportunidad de 7,05%	Factible
<b>Valor actual neto</b>	\$ 4.973,71	Valor positivo superior a cero (0)	Factible
<b>Tasa Interna de retorno</b>	34,45%	Mayor que la tasa de rendimiento medio de 9,33%	Factible
<b>Tasa Interna de Retorno Descontada</b>	25,12%	Mayor que la tasa de rendimiento medio de 9,33%	
<b>Relación Costo-Beneficio</b>	1,05 dólares	Valor superior a un \$1	Factible
<b>Período de recuperación</b>	2 años 9 meses 7 días		Factible
<b>Punto de equilibrio en dólares</b>	\$ 25.059,61		Satisfecho
<b>Punto de equilibrio en unidades</b>	386 aves, 580 bovinos, 317 cerdos		Satisfecho

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Las Autoras

Los resultados obtenidos de la evaluación financiera indican que el costo de oportunidad de 7,05% es igual a la tasa de interés que generaría la inversión en una institución financiera, mientras que la tasa de rendimiento medio 9,33% es menor a la tasa interna de retorno 34,45%, lo que significa que el proyecto es rentable al momento de poner en marcha la microempresa, además, se obtiene una utilidad de \$0,05 USD por cada dólar del capital propio invertido en el proyecto, el valor actual neto de \$ 4.973,71 es superior a cero, cifra que se generará al finalizar las actividades en el año 5 y al obtener el valor de rescate en el año 6. El periodo estimado de recuperación de la inversión es de 2 años 9 meses 7 días, inferior al periodo de vida útil del proyecto, por lo que se puede mencionar que el implementar la microempresa de distribución de alimentos balanceados en la parroquia Julio Andrade, provincia del Carchi es factible.

## **CAPITULO VI**

### **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

#### **6.1. Introducción**

En este estudio se pretende diseñar y estructurar la propuesta modelo de organización administrativa que el proyecto debe aplicar para la correcta ejecución de las actividades comerciales con el fin de delimitar líneas de autoridad, asignar responsabilidades, evitar duplicidad de funciones de tal forma que se genere un ambiente de trabajo adecuado y coordinado donde la prioridad sea cumplir sus funciones de manera eficiente y eficaz.

Adicionalmente se define la razón social o nombre de la microempresa, misión, visión, objetivos, valores, principios y políticas corporativas mismas que serán la base fundamental para el desempeño de las actividades administrativas, de igual manera se analiza las normas legales de constitución de la microempresa y los permisos correspondientes de funcionamiento que el proyecto deberá tener en cumplimiento con la normativa legal vigente.

#### **6.2. Objetivo general**

Realizar una propuesta de estructura administrativa y organizacional de la microempresa a través de la identificación de razón social, misión, visión, objetivos corporativos, políticas y un organigrama estructural y funcional que permita una adecuada delimitación de funciones para realizar las actividades propias del proyecto de manera adecuada.

#### **6.3. Denominación de la microempresa o razón social**

La microempresa será denominada con el nombre de “AGROCARCHI”, el cual fue designado por las autoras, establecido de acuerdo con el tipo de actividad donde se evidencia el servicio a ofertarse y la ubicación del proyecto, con el propósito de facilitar su identificación y diferenciarse en el mercado.

### **6.3.1 Logotipo**

El logo de la entidad está diseñado de manera que caracterice el entorno en que se encuentran los animales, con colores vistosos de acuerdo con la naturaleza, declarando la actividad a la que se dedica la microempresa, así logra posesionarse en la mente de los compradores.

*Figura 23 Logotipo de la microempresa*



### **6.3.2 Slogan**

El slogan “Tu solución pecuaria” hace referencia al tipo de servicio que se brindará, en base a la especie animal, ya sea aves, bovinos o porcinos con el propósito de solucionar al cliente su necesidad de abastecimiento de alimentos balanceados de acuerdo a su actividad pecuaria.

#### **6.4. Misión**

“Somos una microempresa dedicada a la distribución de alimentos balanceados para aves, bovinos y porcinos; al por mayor y menor destinados a satisfacer las necesidades de los clientes agropecuarios operando de manera ética y con responsabilidad ambiental para lograr la permanencia en el mercado”.

#### **6.5. Visión**

La microempresa “AGROCARCHI”, en el año 2021 será considerada líder en la parroquia de Julio Andrade, en cuanto a servicio y alternativas de distribución de alimentos balanceados para aves, bovinos y porcinos a través del mejoramiento continuo en los procesos.

#### **6.6. Objetivos organizacionales**

La determinación de los objetivos es vital por el hecho de que representan los resultados que la puesta en marcha del proyecto pretende alcanzar en un determinado tiempo.

- Posesionar la microempresa dentro del mercado de los alimentos balanceados en la parroquia de Julio Andrade en los primeros 6 meses de funcionamiento.
- Cumplir con la legislación ecuatoriana vigente aplicable al giro del negocio para garantizar el establecimiento en el mercado desde el primer día de su puesta en marcha.
- Generar beneficios para el cliente a través del producto ofertado y para los propietarios como resultado de la gestión eficiente y eficaz de los recursos de la microempresa.
- Brindar el servicio de venta a domicilio de alimentos balanceados para satisfacer la demanda en el sector rural de la parroquia.

## 6.7. Valores

Los valores son ideales a seguir en base a las creencias y a la cultura de la entidad, los cuales deberán ser cumplidos a cabalidad por los colaboradores tanto internos como externos.

- Ética. -. Desarrollar con integridad todas las obligaciones inherentes a la actividad de la microempresa.
- Cumplimiento. - Cumplir oportunamente con las obligaciones y acuerdos en los plazos establecidos, así como el desarrollo de objetivos institucionales.
- Respeto. - Con el propósito de conservar buenas relaciones con los clientes y compañeros, serán tratados con amabilidad y cortesía.
- Puntualidad. - La venta a domicilio será realizada en el tiempo y fecha establecida, el personal ingresará el día y a la hora establecida a su lugar de trabajo.

## 6.8. Principios

Los principios son normas externas que rigen la conducta y el pensamiento de los integrantes de un grupo humano, controlan las consecuencias de actos.

- Servicio. – La atención a los clientes será dada por personal con conocimientos en ventas.
- Responsabilidad Ambiental. – Ejecutar todas las actividades del proyecto priorizando el cuidado del medio ambiente, a través del acatamiento de normas ambientales vigentes.
- Trabajo en equipo. – La microempresa fomentará el trabajo en equipo para alcanzar los objetivos planteados, uniendo esfuerzos, capacidad y recursos tanto individuales como colectivos.

- Calidad. - Se ofrecerá alimentos balanceados con estándares de calidad de acuerdo con las necesidades de los animales, procurando conservar su salud, aspectos que serán tomados en cuenta por los ganaderos a la hora de realizar sus compras.

## **6.9. Políticas corporativas**

Las políticas son normas creadas con el propósito de marcar límites o reglas a seguir, determinando lo que se puede o no hacer, es necesario que se desarrollen claramente y establecer ámbito para que sean acatadas.

### **Para con los clientes**

- El cliente deberá cancelar por el producto en efectivo en el momento de adquirirlo, caso contrario no le será entregado.
- Se otorgará crédito a partir de la décima compra, hasta por el 50% de su totalidad, hasta un plazo máximo de dos meses.
- Una vez salido el producto del local no se acepta devoluciones.
- Para la venta del producto a domicilio, el cliente deberá realizar el pedido con antelación o acercarse al vehículo expendedor.
- A partir de la compra de 10 quintales se dará un descuento de 3% por cada quintal de acuerdo con el tipo de alimento balanceado.

### **Para con los proveedores**

- Las facturas deberán estar llenas correctamente, sin tachaduras y entregarlas en el momento de la recepción del producto.

- El pago a proveedores será el 50% el día de entrega y el restante será 8 días después a partir de la fecha de entrega de la mercadería.
- La recepción de comprobantes de retención solo será hasta 3 días después a partir de la fecha de facturación.
- La mercadería será recibida únicamente si cuenta con estándares de calidad y cumple con la cantidad y características del pedido.

#### **Para con la entidad**

- La microempresa tendrá el derecho de modificar, corregir o incrementar las políticas que crea necesario, mientras haya la notificación oportuna y siempre que guarde concordancia con los valores, normativa y objetivos de la microempresa.
- Cumplir correcta y oportunamente con las leyes y obligaciones tributarias y jurídicas estipuladas en la normativa vigente.
- Ofrecer un producto que cumpla con estándares de calidad.
- Dar un continuo y correcto mantenimiento a la infraestructura e instalaciones con el propósito de ofrecer un adecuado servicio.

#### **Para con el personal**

- El personal deberá tratar al cliente con amabilidad y eficiencia, además de otorgarle toda la información que requiera acerca del producto.
- Vigilar el cumplimiento de la visión, misión y objetivos institucionales.

- Cumplir con el horario de domingo a jueves de 8 horas, mismo que será de 8 am a 17 pm, el personal contará con una hora para alimentarse, para lo cual no se procederá a cerrar el almacén, se rotara el horario del personal.
- Está prohibido el abandono de las instalaciones durante la jornada laboral.

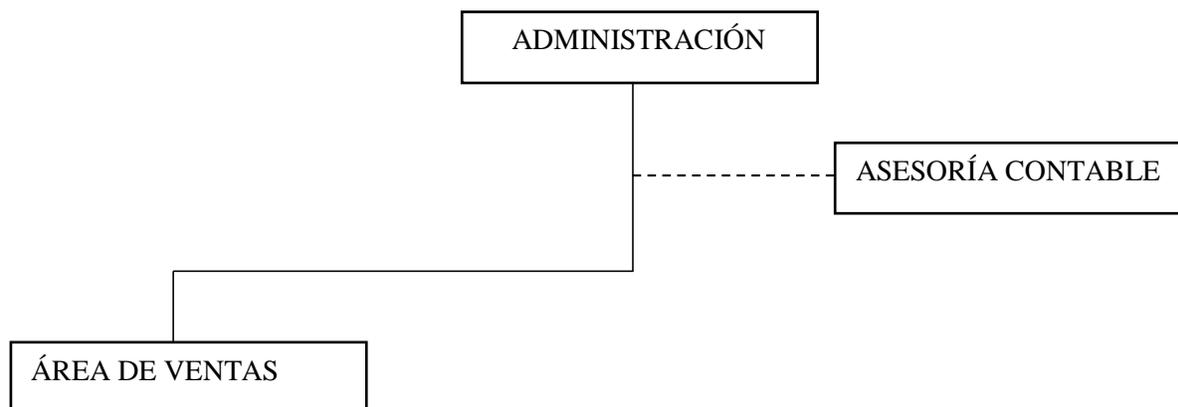
## 6.10. Estructura administrativa

La estructura administrativa de la microempresa de distribución de alimentos balanceados está diseñada de acuerdo con el tamaño del proyecto, misma que tendrá como objetivo principal guiar el desarrollo de las actividades de acuerdo con su nivel administrativo.

### 6.10.1. Organigrama estructural

Para la microempresa "AGROCARCHI" se establecerá un organigrama estructural que permita identificar las áreas existentes del proyecto a fin de garantizar un adecuado desempeño de las actividades.

*Cuadro 17 Organigrama Estructural*

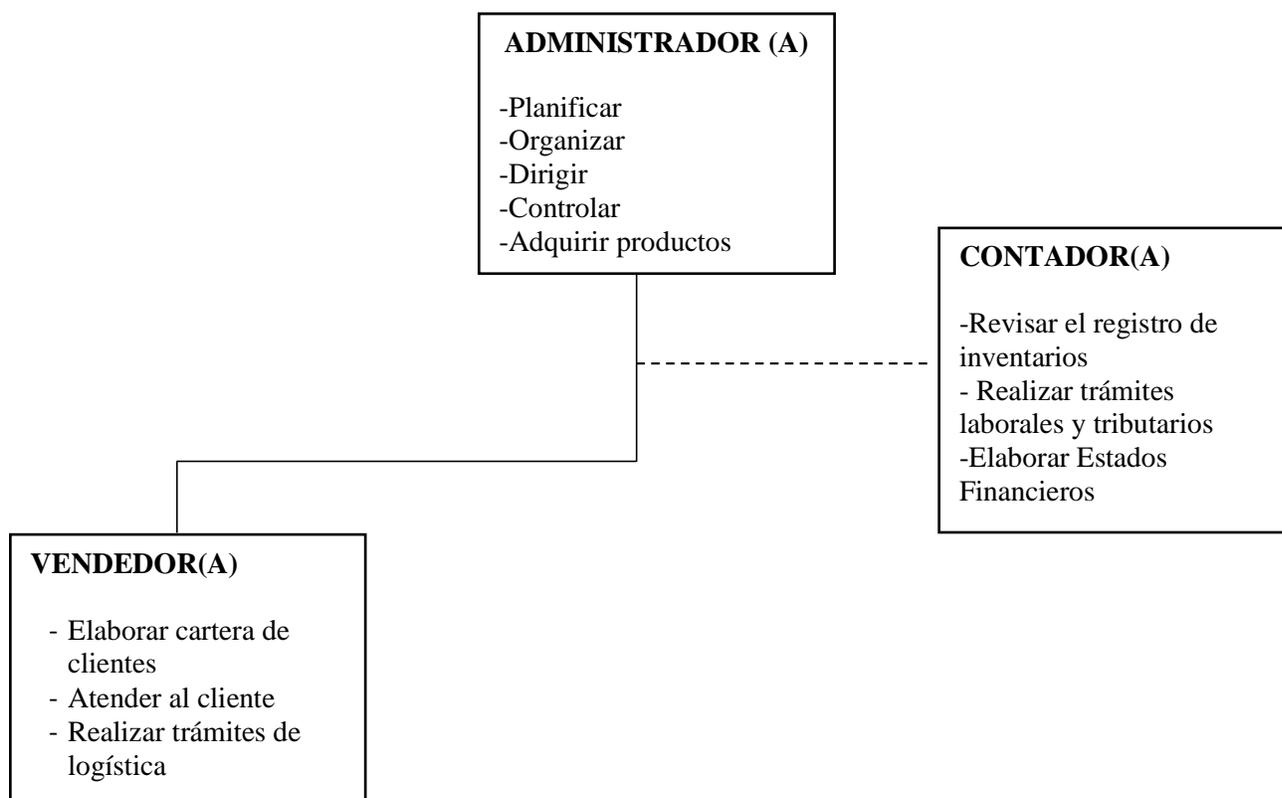


Elaborado por: Las Autoras

### 6.10.2. Organigrama funcional

Su objetivo principal es la representación de las funciones de cada responsable de las áreas presentadas en el organigrama funcional de acuerdo con su nivel jerárquico y responsabilidades.

*Cuadro 18 Organigrama Funcional*



Elaborado por: Las Autoras

### 6.10.3. Niveles administrativos

Los niveles administrativos definen de forma específica la existencia de tres niveles jerárquicos y su objetivo primordial es delimitar responsabilidades de los cargos. El primero es el nivel directivo representado por el administrador quien planifica, organiza, dirige y controla las

actividades de la microempresa y toma las decisiones; el segundo es el nivel asesor constituido por el contador quién ejecuta los planes establecidos en el nivel directivo y el tercer nivel es el operativo, conformado por el vendedor que comercializa los productos balanceados tanto en el local comercial como de venta a domicilio.

*Figura 24 Niveles administrativos*



Fuente: Münch, L. 2012. Administración. Gestión organizacional, enfoques y procesos administrativos. Pearson  
Elaborado por: Las autoras

### **6.11. Manual de funciones**

Se detalla la naturaleza del perfil del puesto, objetivo, funciones del cargo, jefe inmediato a quien informar y personal bajo su supervisión, esto con el objetivo de delimitar las actividades que debe desarrollar a fin de poder evitar duplicidad de cargos y evaluar los puestos con base en los requerimientos de la microempresa.

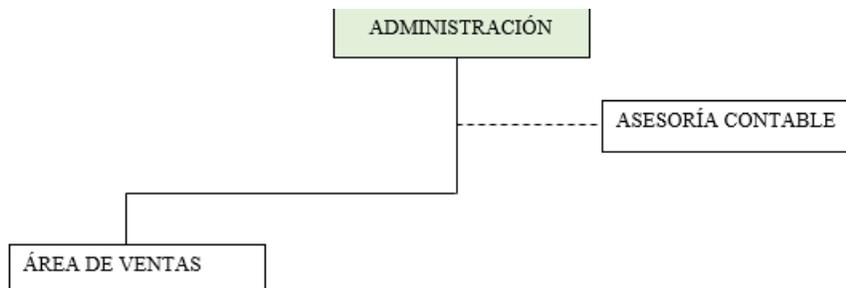
**Cuadro 19 Funciones del Administrador**

Fuente: Investigación propia

**MICROEMPRESA “ AGROCARCHI”****MANUAL DE FUNCIONES**

<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	<b>CÓDIGO</b>	AG-001
	<b>UNIDAD</b>	ADMINISTRACIÓN
	<b>CARGO</b>	ADMINISTRADOR
	<b>No. DE CARGOS</b>	1
	<b>NIVEL ADMINISTRATIVO</b>	DIRECTIVO
	<b>JEFE INMEDIATO</b>	NO APLICA
	<b>PERSONAL A CARGO</b>	TODO EL PERSONAL
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>	Tiene la responsabilidad de planificar, dirigir, controlar y evaluar las actividades de la microempresa	
<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Representar legalmente a la microempresa con clientes, terceros y ante toda clase de autoridad.</li> <li>➤ Planear, administrar y controlar contratos, equipos, suministros y mercadería para la venta.</li> <li>➤ Vigilar, controlar y aprobar gastos y asegurar el uso adecuado de los recursos.</li> <li>➤ Resolver problemas administrativos y de funcionamiento de la microempresa.</li> <li>➤ Cumplir y hacer cumplir las políticas de la empresa.</li> <li>➤ Liderar el proceso de planeación de la microempresa, estableciendo los objetivos y metas específicas a cumplir.</li> <li>➤ Supervisar el cumplimiento de las funciones</li> <li>➤ Llevar el registro de inventarios</li> <li>➤ Desempeñar las demás funciones asignadas, de acuerdo con su nivel, naturaleza del cargo y su área de desempeño.</li> </ul>	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	<b>ESTUDIOS</b>	➤ Profesional con título en Administración de empresas, Contabilidad y Auditoría y/o carreras afines
	<b>EXPERIENCIA</b>	➤ Mínimo 6 meses de experiencia relacionada con cargos equivalentes
	<b>CONOCIMIENTOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Administración de talento humano, materiales y recursos económicos.</li> <li>➤ Reglamentos internos y leyes vigentes</li> <li>➤ Manejo de herramientas informáticas</li> </ul>
	<b>HABILIDADES Y COMPETENCIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Emprendedor</li> <li>➤ Trabajo en equipo y liderazgo</li> <li>➤ Excelente presentación personal</li> <li>➤ Amabilidad y discreción</li> </ul>

- Redacción y fluidez oral
- Toma de decisiones.
- Capacidad de análisis



Elaborado por: Las Autoras

*Cuadro 20 Funciones del Contador(a)*

**MICROEMPRESA “ AGROCARCHI”**



**MANUAL DE FUNCIONES**

<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	<b>CÓDIGO</b>	CV-001
	<b>UNIDAD</b>	ÁREA CONTABLE
	<b>CARGO</b>	<b>CONTADOR (A)</b>
	<b>No. DE CARGOS</b>	1
	<b>NIVEL ADMINISTRATIVO</b>	ASESOR
	<b>JEFE INMEDIATO</b>	ADMINISTRADOR
	<b>PERSONAL A CARGO</b>	NO APLICA
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>	Coordinar todas las acciones relacionadas con el control económico-financiero del proyecto.	
<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Elaborar los registros de ingresos y gastos para cumplimiento de las disposiciones legales, tributarias y la normativa contable vigente</li> <li>➤ Realizar trámites tributarios y entregar formularios de obligaciones fiscales al Servicio de Rentas Internas</li> <li>➤ Crear, organizar y archivar la documentación de respaldo de las actividades de comercialización</li> <li>➤ Llevar un control del registro de inventarios</li> </ul>	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	<b>ESTUDIOS</b>	➤ Profesional con título en Administración de empresas, Contabilidad y Auditoría y/o carreras afines
	<b>EXPERIENCIA</b>	➤ Mínimo 6 meses de experiencia relacionada con cargos equivalentes

<b>CONOCIMIENTOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Contabilidad de costos</li> <li>➤ Reglamentos internos y leyes vigentes</li> <li>➤ Manejo de herramientas informáticas financieras</li> <li>➤ Tributación</li> </ul>
<b>HABILIDADES Y COMPETENCIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabajo en equipo</li> <li>➤ Excelente presentación personal</li> <li>➤ Amabilidad y discreción</li> <li>➤ Redacción y fluidez oral</li> <li>➤ Toma de decisiones</li> <li>➤ Alta capacidad de análisis e interpretación de la información financiera.</li> </ul>

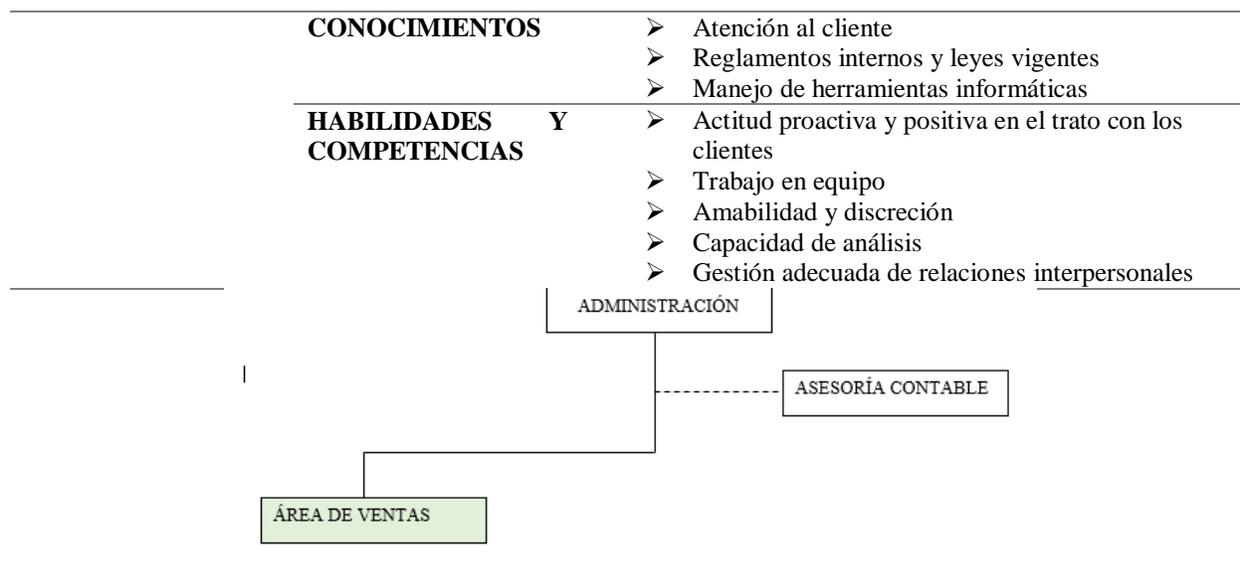
```

graph TD
    A[ADMINISTRACIÓN] --- B[ÁREA DE VENTAS]
    A -.- C[ASESORÍA CONTABLE]
  
```

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

### Cuadro 21 Funciones del Vendedor(a)

MICROEMPRESA “ AGROCARCHI”		
		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	<b>CÓDIGO</b>	AG-001
	<b>UNIDAD</b>	ÁREA DE VENTAS
	<b>CARGO</b>	<b>VENDEDOR</b>
	<b>No. DE CARGOS</b>	1
	<b>NIVEL ADMINISTRATIVO</b>	OPERATIVO
	<b>JEFE INMEDIATO</b>	ADMINSTRADOR
	<b>PERSONAL A CARGO</b>	CHOFER
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>	Organizar actividades concernientes a las ventas, la disponibilidad de productos y entrega-recepción de documentos de las transacciones comerciales que se realicen, además de brindar una buena información y atención al cliente con la finalidad de dar a conocer los productos e incentivar a la compra.	
<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Elaborar cartera de clientes</li> <li>➤ Asesorar al cliente durante toda la fase correspondiente a la venta directa y venta a domicilio y entregar comprobante de venta</li> <li>➤ Llevar un control adecuado sobre las cuentas de los clientes a quienes se les otorgue créditos, al igual que los proveedores</li> </ul>	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	<b>ESTUDIOS</b>	➤ Contador bachiller, bachiller en todas las áreas
	<b>EXPERIENCIA</b>	➤ Mínimo 3 meses de experiencia relacionada con cargos equivalentes



Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

## 6.12. Constitución jurídica de la microempresa

Al tratarse de un proyecto con dos inversionistas con capital propio y al contar con un solo empleado, su constitución será únicamente como persona natural no obligada a llevar contabilidad, en vista de que los ingresos proyectados no superarán los \$60.000 dólares anuales, condición que se cumple de acuerdo con Ley de Régimen Tributario Interno.

La representante de la microempresa será una de las inversionistas, delegada en acuerdo entre las dos partes, punto que se hará constar en acta notariada, al igual que el porcentaje de aporte individual por socio del capital invertido y se obtendrá el Registro Único de Contribuyentes a su nombre y por ende deberá cumplir con las obligaciones tributarias.

## 6.13. Aspectos Legales para el funcionamiento de la microempresa

### 6.13.1. Documentos habilitantes

- Obtener un Registro Único de Contribuyentes (RUC): toda persona nacional o extranjera que realice una actividad económica dentro del país deberá realizar la inscripción para obtener RUC O Régimen Simplificado Ecuatoriano (RISE) dentro de los 30 primeros días de actividad económica.
- Obtener permisos de funcionamiento: es necesario cumplir con diferentes tipos de permisos para el funcionamiento de la microempresa, los cuales son otorgados por diferentes entidades públicas como son:  
  
Permisos Municipales: obtención y pago de Patente Municipal.  
  
Permisos del Ministerio del Ambiente: obtención y pago de licencia ambiental.  
  
Permiso del Cuerpo de Bomberos: obtención y pago en el Cuerpo de Bomberos.  
  
Permiso de Agrocalidad: obtención y pago del permiso.

### **6.13.2. Obligaciones por cumplir**

- Obligaciones tributarias: todo proyecto nuevo debe estar apegado al cumplimiento oportuno del pago de impuestos como: el impuesto al valor agregado (IVA) o impuesto a la renta, según los ingresos obtenidos en el desarrollo de su actividad económica. Cabe señalar que el producto que será distribuido grava 0% de IVA, por lo que se solo se realizará la declaración semestral en el formulario 104 A.
- Cumplir con las leyes laborales: el cumplimiento de derechos y deberes de los trabajadores se verá reflejado con la afiliación al seguro social de los trabajadores y aportando el 11,15% de acuerdo con la Resolución No. C.D. 501 del Registro Oficial N.º 703 miércoles 2 de marzo de 2016. Así como, solicitando la clave como patronos en el caso del administrador

aportando el 20,60% según lo estipulado en el Art. 2 de la Ley de Seguridad Social y en base y en base a la Resolución C.D.467 del 22 de abril 2014.

## **CAPITULO VII**

### **IMPACTOS**

#### **7.1. Introducción**

La puesta en marcha del proyecto genera una cadena de impactos que pueden ser favorables o desfavorables, resultados que pueden aportar o impedir que el proyecto se mantenga en el tiempo.

El análisis de los impactos será interpretado mediante una matriz que valora cuantitativa y cualitativamente su nivel de incidencia. El tipo de impacto depende del giro del negocio, en consecuencia, en la distribución de alimentos balanceados se ha identificado los siguientes impactos: económico, social, ambiental y comercial.

#### **7.2. Objetivo general**

Identificar los posibles impactos que generará la creación de la microempresa a través de la evaluación de factores en los ámbitos: económico, social, ambiental, comercial para determinar si su incidencia en el proyecto será positiva o negativa con la finalidad de potencializar los impactos positivos y minimizar los negativos.

#### **7.3. Matriz de valoración de impactos**

Como herramienta de evaluación es conveniente la construcción de la matriz de valoración de impactos para determinar el efecto positivo o negativo que generará en la sociedad la puesta en marcha del proyecto.

La matriz se la realiza mediante el análisis de una especie de indicadores por cada impacto; los indicadores de cada uno se los han tabulado con la escala de valoración entre -3 y -1 alto, medio, bajo en aspecto negativo y entre 1 y 3 para impactos positivos de acuerdo con la siguiente tabla.

*Tabla 97 Estructura de la matriz de valoración de riesgos*

<b>Valoración cualitativa</b>	<b>Impacto alto negativo</b>	<b>Impacto medio negativo</b>	<b>Impacto bajo negativo</b>	<b>Indiferente</b>	<b>Impacto bajo positivo</b>	<b>Impacto medio positivo</b>	<b>Impacto alto positivo</b>
<b>Valoración cuantitativa</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>

Elaborado por: Las Autoras

Los resultados que muestren las matrices de los impactos dependen en gran medida del análisis y enfoque que el evaluador tenga al valorar los mismos frente a su nivel favorable o desfavorable de incidencia.

#### **7.4. Impacto económico**

Es indispensable el estudio de las variables que intervienen en este impacto debido a que el proyecto brindará dinamización de la economía en la parroquia para quienes están siendo afectados directa e indirectamente con la implantación de la microempresa en la parroquia, además se estará incentivando las actividades comerciales.

*Tabla 98 Matriz de valoración del impacto económico*

NRO	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO						SUMATORIA	
		-3	-2	-1	0	1	2		3
1	Dinamización de la economía del sector donde se ubicará la microempresa							X	3,00
2	Crecimiento económico de la parroquia						X		2,00
3	Cumplimiento de obligaciones tributarias					X			1,00
<b>SUMATORIA TOTAL</b>						1,00	2,00	3,00	6,00
<b>PROMEDIO (SUMATORIA TOTAL/NRO TOTAL DE INDICADORES)</b>									2,00
<b>NIVEL DE IMPACTO</b>									<b>2,00</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Año: 2018

Nivel de Impacto Económico = Medio positivo

- Análisis de los indicadores de valoración del impacto social

**Dinamización de la economía del sector donde se ubicará la microempresa:** este indicador tendría un nivel de impacto medio positivo porque al implementar esta microempresa se está impulsando el crecimiento de las actividades comerciales dentro del barrio Santa Clara, y por ende se está ayudando a activar la economía de la parroquia en cierto porcentaje por existir una mayor circulación de recurso monetario al realizar el intercambio de productos, sin necesidad de migrar a otra ciudad en busca de los alimentos balanceados.

**Crecimiento económico de la parroquia:** el nivel de impacto sería bajo positivo puesto que la generación de negocios en cualquier localidad aumenta el flujo de personas, por ende, al existir nuevos negocios la parroquia se ve beneficiada porque asisten mayor cantidad de personas de diversos lugares a adquirir los productos y/o servicios que se ofertan y se mejoran las actividades comerciales que se desarrollan en la parroquia.

**Cumplimiento de obligaciones tributarias:** el nivel de impacto de este indicador sería bajo considerando que al ser un proyecto las actividades económicas al iniciar no son de volúmenes altos que englobe movimiento económico en grandes cantidades, sin embargo al ser una microempresa que se va a establecer en una parroquia del territorio ecuatoriano y al estar administrada por personas naturales, el establecimiento en base a las leyes vigentes cumplirá con sus deberes y obligaciones tributarias que se verán reflejadas con el pago de tributos, colaborando para que el Estado distribuya según su presupuesto a las entidades competentes, beneficiando indirectamente a la sociedad a través de la inversión en obras públicas.

### 7.5. Impacto social

El impacto social es vital analizar por el hecho de que el proyecto generará un bienestar comunitario logrando que las familias que se dedican a la actividad pecuaria puedan tener la comodidad de que se les entregue los productos a domicilio por ende se aporta a reducir la demanda insatisfecha.

*Tabla 99 Matriz de valoración del impacto social*

NRO	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							SUMATORIA	
		-3	-2	-1	0	1	2	3		
1	Impulso bienestar comunitario							X	3,00	
2	Aporte a la reducción de la demanda insatisfecha						X		2,00	
3	Desarrollo local						X		2,00	
<b>SUMATORIA TOTAL</b>								4,00	3,00	7,00
<b>PROMEDIO (SUMATORIA TOTAL/NRO TOTAL DE INDICADORES)</b>										2,33
<b>NIVEL DE IMPACTO</b>										<b>2,33</b>

Elaborado por: Las Autoras  
Año: 2018

Nivel de Impacto Social = Medio positivo

- Análisis de los indicadores de valoración del impacto social

**Impulso bienestar comunitario:** efectivamente el impacto que se genera con la implementación de la microempresa de distribución de alimentos balanceados a nivel de bienestar comunitario es alto, porque es el único proyecto que brindará el servicio de venta a domicilio de los productos y las familias que se dediquen a la actividad pecuaria ya no tendrán la necesidad de trasladarse frecuentemente hasta la parroquia para adquirir lo que necesitan, por lo que estarán satisfechas sus necesidades de abastecimiento de alimentos para sus animales, lo que conlleva en un ahorro de tiempo.

**Aporte a la reducción de la demanda insatisfecha:** a consecuencia de la implementación de la nueva microempresa de distribución de alimentos balanceados con el servicio de venta a domicilio, este indicador es medio positivo debido a que se está aportando a reducir la demanda insatisfecha en un 78,50%, el cual representa un índice razonable al compararlo con el cien por ciento de la demanda por satisfacer.

**Desarrollo local:** el valor asignado se justifica por dos aspectos el primero, su creación potenciará el espíritu emprendedor de la población y por ende se impulsa a la creación de nuevos negocios en la parroquia y segundo la actividad pecuaria se fortalecerá porque existen más establecimientos expendedores de alimentos balanceados, por lo que aumentará la crianza de este tipo de animales para ser comercializados sus derivados y para consumo humano.

## 7.6. Impacto comercial

Describe lo que la microempresa va a lograr en el desarrollo de sus funciones respecto al área administrativa y productiva enfocándose en los aspectos de: desempeño, optimización de recursos, formación, manejo tecnológico, transferencia de conocimientos.

**Tabla 100 Matriz de valoración del impacto comercial**

NRO	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							SUMATORIA
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Expansión en el mercado							X	3,00
2	Atención personalizada							X	3,00
3	Venta a domicilio							X	3,00
<b>SUMATORIA TOTAL</b>								9,00	9,00
<b>PROMEDIO (SUMATORIA TOTAL/NRO TOTAL DE INDICADORES)</b>									3,00
<b>NIVEL DE IMPACTO</b>									<b>3,00</b>

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

Nivel de Impacto Comercial= Alto positivo

- Análisis de los indicadores de valoración del impacto comercial

**Expansión en el mercado:** el valor asignado se debe a que el proyecto está previsto propagarse en el mercado una vez que se haya establecido como líder en la parroquia donde estará ubicado.

**Atención personalizada:** el nivel de impacto sería alto positivo puesto que la microempresa pretende ofrecer a los clientes a más del producto un asesoramiento acerca de los beneficios o propiedades de cada tipo de alimento balanceado, lo que genera clientes satisfechos e informados.

**Servicio de venta a domicilio:** el impacto que se genera con la venta a domicilio es positivo, ya que es un servicio que en la actualidad las personas dedicadas a la actividad pecuaria no reciben, por lo tanto, esta asistencia será acogida positivamente.

## 7.7. Impacto ambiental

Describe los factores ambientales que afectan o perjudican al medio ambiente o al almacenamiento de los alimentos balanceados en el lugar de expendio.

*Tabla 101 Matriz de valoración del impacto ambiental*

NRO	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							SUMATORIA
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Control de residuos					X			1,00
2	Contaminación del aire			X					-1,00
3	Contaminación olfativa		X						-2,00
4	Contaminación auditiva			X					-1,00
<b>SUMATORIA TOTAL</b>			-2,00	-2,00		1,00			-3,00
<b>PROMEDIO (SUMATORIA TOTAL/NRO TOTAL DE INDICADORES)</b>									-0,75
<b>NIVEL DE IMPACTO</b>									<b>-0,75</b>

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

Nivel de Impacto Ambiental= Bajo Negativo

- Análisis de los indicadores de valoración del impacto ambiental

**Control de residuos.** - el impacto sería bajo positivo, ya que se pretende reutilizar las fundas o sacos que se utiliza para almacenar los balanceados en la venta del producto en menor peso.

**Contaminación del aire.** - considerando que la microempresa brindará servicio de venta a domicilio usando un vehículo trasportará la mercadería por la duración del recorrido de las zonas aledañas a la parroquia, generará una contaminación en el aire en nivel bajo negativo.

**Contaminación olfativa.** - los balanceados en sí, están compuestos por componentes que permiten su conservación, pero emanan olores fuertes y en este sentido se considera un nivel medio negativo.

**Contaminación auditiva.** - el nivel de impacto que ocasionaría es bajo negativo, debido al sonido emitido por el parlante del vehículo a la hora de venta a domicilio.

### 7.8. Impacto general de la microempresa

*Tabla 102 Valoración del impacto general de la microempresa*

NRO	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO						SUMATORIA
		-3	-2	-1	0	1	2	
1	Impacto económico					X		2,00
2	Impacto social						X	2,33
3	Impacto comercial						X	3,00
4	Impacto ambiental			X				-0,75
<b>SUMATORIA TOTAL</b>								<b>6,58</b>
<b>PROMEDIO (SUMATORIA TOTAL/NRO TOTAL DE IMPACTOS)</b>								<b>1,65</b>
<b>NIVEL DE IMPACTO</b>								<b>1,65</b>

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

Nivel de Impacto General= Medio Positivo

Los impactos que generará el proyecto son de nivel medio positivo, es decir la puesta en marcha de la microempresa tiene aspectos favorables en los ámbitos comercial económico, social y ambiental, contribuye a la activación de la economía en la parroquia a través de la mayor circulación de recursos monetarios, mejora el bienestar comunitario de las familias cubriendo en cierto porcentaje la demanda insatisfecha a través del servicio de venta a domicilio para potencializar la actividad pecuaria y además se evidencia que no se afecta en gran medida el medio ambiente, debido a que no emite contaminaciones de alto impacto.

## CONCLUSIONES

- La parroquia de Julio Andrade cumple con las condiciones para implementar la microempresa de distribución de alimentos balanceados según el análisis realizado donde muestra que en la zona la actividad pecuaria es la segunda más practicada y tiene un potencial de crecimiento.
- El marco teórico está compuesto por toda la información necesaria para sustentar la investigación a través del uso de fuentes primarias y secundarias con el propósito de aclarar o reforzar conceptos o significados desconocidos para el lector sobre el proyecto.
- En el estudio de mercado se identificó que en la localidad las personas que se dedican a la crianza de animales están interesados en adquirir balanceados tanto en el lugar de expendio en un 55% equivalente a 195 personas, así como la venta a domicilio 67% equivalente a 130 de 355 encuestados, en consecuencia, la demanda a satisfacer en número de quintales será de 2.058 en el primer año de funcionamiento.
- El estudio técnico permitió determinar que el tamaño óptimo del proyecto es de 130 quintales en general en base al análisis de la capacidad instalada de acuerdo con la infraestructura física, a partir de ello se identificó el capital de trabajo de **\$ 4.588,86 USD** que se necesitará para iniciar las actividades los dos primeros meses, de los cuales \$ 2.400,00 costo de mercadería, \$ 1.049,98 gastos administrativos y \$ 1.138,88 gastos de ventas, además de la compra de activos fijos en **\$1.503,00**, gastos diferidos de **\$695,00**; lo que asciende la inversión total a **\$ 6.786,86** que será financiada en su totalidad con un 60% el inversionista uno y la diferencia el inversionista dos; es decir por cada autora del proyecto.

- La evaluación financiera mostró que invertir en la ejecución de la microempresa de distribución de alimentos balanceados es rentable según lo obtenido en los indicadores financieros con un VAN de \$ 4.973,71; la TIR de 34,45%; TRM de 9,33%; relación costo-beneficio \$ 0,05 por cada dólar invertido, el punto de equilibrio es de \$ 25.059,61 y en unidades 386 quintales para aves, 580 para bovinos y 317 para cerdos y la inversión inicial se recuperará en 2 años, 9 meses, 7 días, periodo cercano al promedio de la vida útil del proyecto.
- La microempresa contará con la estructura organizacional en tres niveles: directivo, asesor y operativo conformada por administrador, contador y vendedor respectivamente, además será constituida como persona natural no obligada a llevar contabilidad.
- Los resultados obtenidos de la evaluación de impactos revelaron que la implementación de la microempresa causaría un efecto medio positivo, lo que significa que aportará al crecimiento económico y bienestar social de los pobladores mediante la modalidad de venta a domicilio, además de procurar que el impacto al ambiente sea mínimo.

## RECOMENDACIONES

- En el desarrollo del diagnóstico situacional, es conveniente considerar con minuciosidad las variables de las que está compuesto, de manera que la implementación del proyecto se de en las mejores condiciones y éstas sean reales.
- Se recomienda en el marco teórico, sustentarlo con bibliografía actual que contenga todos los conceptos inherentes en el proyecto, de manera que se logre un entendimiento para el lector.
- En la ejecución del servicio de venta a domicilio establecido en el estudio del mercado, es necesario conocer que comunidades o caseríos están dispuestos a aceptar esta modalidad.
- Con respecto al estudio técnico es recomendable, luego de algún tiempo y si el proyecto genera los suficientes ingresos, adquirir un vehículo para realizar la venta a domicilio, sin necesidad de terceros.
- En cuanto al análisis de la evaluación financiera, es conveniente implementar la microempresa por cuanto a la rentabilidad que ofrece, identificada en que los indicadores son superiores a la tasa de rendimiento medio.
- Para evitar conflictos y duplicidad de actividades lo recomendable en el estudio organizacional, es actualizar tanto organigramas como manuales de funciones periódicamente, con el propósito de mejorar el entorno laboral.
- En la evaluación de impactos se recomienda establecer medidas de mitigación para los efectos negativos en el ambiente que causará el proyecto, mientras que se debe averiguar mecanismos para mejorar o potencializar los impactos positivos en el sector.

## BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA

AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA.

(Diciembre de 2015). *RESOLUCIÓN ARCSA-DE-067-2015-GGG*. Obtenido de [http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/12/Resolucion\\_ARCSA-DE-067-2015-GGG.pdf](http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/12/Resolucion_ARCSA-DE-067-2015-GGG.pdf)

ARBOLEDA, G. (2013). *Proyectos: Identificación, formulación, evaluación y gerencia*. Colombia: Alfaomega.

BACA, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw-Hill.

CABALLERO, A. (2013). *Metodología Integral innovadora para planes y tesis. La metodología del cómo formularlos*. Querétaro. México: CENGAGE Learning.

CALDERÓN, A. (s/f). Recuperado el 2017, de Introducción al método estadístico: <http://www.facmed.unam.mx/emc/computo/infomedic/presentac/modulos/modulo3/estadistica/clase1/>

CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL. (24 de Abril de 2017). *PIB 2016 y Proyecciones 2017*. Obtenido de <http://www.lacamara.org/website/wp-content/uploads/2017/03/REG-1.5.1-1-IPE-184-PIB-2016-y-Proyecciones-2017.pdf>

CÓRDOVA, M. (2015). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoediciones.

DIRECCIÓN DE INTELIGENCIA COMERCIAL E INVERSIONES - PRO ECUADOR. (Julio de 2016). *proec\_psi2016\_alimentoparaanimales.pdf*. Obtenido de

[http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/07/proec\\_psi2016\\_alimentoparaanimales.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/07/proec_psi2016_alimentoparaanimales.pdf)

FERREL, O., HIRT, G., & FERREL, L. (2010). *Introducción a los negocios en un mundo cambiante*. México: The McGraw-Hill Companies.

FIERRO, A. (2012). *Contabilidad General*. Bogotá-Colombia: EcoeEdiciones.

FLORES, J. (2015). *Proyectos de inversión para las pyme*. Bogotá. Colombia: EcoeEdiciones.

FULLER, M. (2004). *The Encyclopedia of Farm Animal Nutrition*. Zaragoza- España: Acribia, S.A.

GALINDO, C. (2012). *Formulación y evaluación de planes de negocio*. Bogotá-Colombia: Ediciones de la U.

GONZÁLEZ, W. (1990). *Alimentación Animal*. Caracas- Venezuela: América, C.A.

HERNÁNDEZ, S., & RODRÍGUEZ, G. (2012). *Administración: Teoría, Proceso, Áreas Funcionales y Estrategias para la competitividad*. México: McGraw-Hill.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (INEC). (02 de Julio de 2014). *Post Data "la realidad tras las cifras"*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Revistas/revista\\_postdata\\_n2\\_inec.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Revistas/revista_postdata_n2_inec.pdf)

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (INEC). (s.f.). *Serie Histórica de la Canasta Familiar Básica Nacional – Septiembre 2017*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/canasta/>

LIMÓN, R. R. (2007). *HISTORIA Y EVOLUCIÓN DEL PENSAMIENTO CIENTÍFICO*.

MEZA, J. (2015). *Evaluación financiera de proyectos. 10 casos prácticos resueltos en excel*. Bogotá-Colombia: Ecoediciones.

MOLINOS CHAMPIONS S.A. (2017). *PRODUCTOS MOLINOS CHAMPIONS S.A.* Obtenido de <http://www.molinoschampion.com/empresa/>

MONTEROS, E. (2011). *Gestión Microempresarial*. Ibarra: Universitaria.

MUNCH, L., SANDOVAL, P., TORRES, G., & RICALDE, E. (2012). *Nuevos Fundamentos de Mercadotecnia. Hacia el Liderazgo del Mercado*. México: trillas.

ORTIZ, F., & GARCÍA, M. (2005). *Metodología de la Investigación*. México: Limusa.

PARDO, N. (S/f). *Manual de Nutrición Animal*. Colombia: Grupo Latino Editores Ltda.

PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO JULIO ANDRADE 2015-2031. (2015). (V. C.-C. Empresarial, Ed.) Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/0460022020001\\_ACTUALIZACION%202015%20%20PD%20y%20OT%20JULIO%20ANDRADE\\_15-10-2015\\_18-52-17.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0460022020001_ACTUALIZACION%202015%20%20PD%20y%20OT%20JULIO%20ANDRADE_15-10-2015_18-52-17.pdf)

PRONACA. (2013). *Nutrición y Salud Animal*. Obtenido de <http://www.pronaca.com/site/principalNutricion.jsp?arb=1103>

ROJAS, D. (2013). *La Biblia del Marketing*. Barcelona-España: LEXUS EDITORES.

SANGRI, A. (2014). *Introducción a la Mercadotecnia*. México: Larousse-Grupo Editorial Patria.

SECRETARÍA NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA (SENESCYT). (s.f.). *Política Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación 2007-2010*. Obtenido de <http://repositorio.educacionsuperior.gob.ec/bitstream/28000/913/1/L-SENESCYT-0034.pdf>

SECRETARÍA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO (SENPLADES). (2013). *PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013-2017*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/>

SECRETARÍA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO (SENPLADES). (Octubre de 2015). *PLAN ESTRATÉGICO SENPLADES 2014-2017*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/10/Plan-Estrategico-Senplades-2014-2017.pdf>

SECRETARÍA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO (SENPLADES). (Abril de 2017). *Informe*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/04/Informe-a-la-Nacion.pdf>

SHIMADA, A. (2012). *Nutrición animal*. México: Trillas, S.A de C.V.

- SUBSECRETARÍA DE MIPYMES Y ARTESANÍAS. (Septiembre de 2015). “*PROYECTO: FOMENTO DE LAS MIPYMES ECUATORIANAS*”. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/09/FOMENTO-DE-LA-MIPYMES-ECUATORIANAS.pdf>
- TORRES, J. (2015). *Proyectos de negocios: Método práctico para emprendedores*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=4536658>
- TORRES, Z., & MARTINEZ, E. (2014). *Planeación y control*. Bogota: Patria. doi:ID=322751
- ZAPATA, P. (2017). *Contabilidad General*. Colombia: Alfaomega Colombiana S.A.

## ANEXOS

## Anexo 1 Ficha de observación 1

 <b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>	
<b>FICHA N° 1</b>	<b>Fecha y duración:</b> Miércoles 8 de noviembre del 2017
<b>Elaborado por:</b>	Ayala Kimberly; Erazo Lorena
<b>Lugar:</b>	Parroquia de Julio Andrade /Microempresas de distribución de alimentos balanceados para animales
<b>Palabras clave:</b>	Oferta, alimentos balanceados
<b>OBSERVADO</b>	<b>REGISTRO</b>
4 Microempresas de distribución de alimentos balanceados	<p>Iniciamos el recorrido desde el barrio Santa Clara por las principales calles de la parroquia encontrándonos con el primer almacén denominado Insumos Pecuarios Veterinarios San Luis ubicado en el barrio Centro frente al polideportivo. Continuamos el recorrido y tras caminar 100 metros encontramos en segundo almacén Agro veterinaria El Prado. En el mismo barrio encontramos los dos restantes Centro Distribuidor J. Luis y Centro Veterinario El Establo, como se puede evidenciar las cuatro microempresas existentes se encuentran ubicadas en un mismo sector, mientras que en los demás barrios no encontramos ningún almacén expendedor de alimentos balanceados.</p> <p>En resumen, en la parroquia se pudo identificar la existencia de cuatro microempresas expendedoras de alimentos balanceados ubicados en las siguientes direcciones:</p> <p><b>Nombre dirección y tiempo de funcionamiento</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Centro Distribuidor J. Luis, 13 de Abril y Tarqui 5 años</li> <li>-Centro Veterinario El ganadero, Juan Montalvo y Pichincha 7 años</li> <li>-Insumos Pecuarios Veterinarios San Luis, Juan Montalvo y Bolívar 7 años</li> <li>-Centro Veterinario El Establo, 13 de abril entre Tarqui y Orejuela 28 años</li> </ul> <p>Mismos que ofrecen insumos veterinarios y servicios de veterinaria.</p>

## Anexo 2 Ficha de observación 2



## FICHA DE OBSERVACIÓN

<b>FICHA N° 2</b>	<b>Fecha y duración:</b> miércoles 8 de noviembre del 2017
<b>Elaborado por:</b>	Ayala Kimberly; Erazo Lorena
<b>Lugar:</b>	Parroquia de Julio Andrade /Microempresas de distribución de alimentos balanceados para animales
<b>Palabras clave:</b>	Clientes, alimentos balanceados, Demanda
<b>OBSERVADO</b>	<b>REGISTRO</b>
Demanda de alimentos balanceados	<p>Para conocer las marcas de preferencia de las personas dedicadas a la crianza de animales se procedió a realizar la observación directa en el Centro Distribuidor J. Luis ubicado en las calles 13 de Abril y Tarqui, aquí se pudo evidenciar la presencia de varios clientes que adquirirían alimentos balanceados en quintales en mayor proporción, pero de la misma manera existían personas que compraban por libras en menor frecuencia y arrobas tanto para ganado, cerdos y pollos.</p> <p>Las marcas principales de venta distinguidas eran las de Agrobal, Wayne de Molinos Champions y Molinos San Luis. Cabe señalar que se ofertan también productos de PRONACA pero se evidenció que su circulación en el mercado se da menor porcentaje.</p>

### Anexo 3 Encuesta para aplicar a personas dedicadas a la producción pecuaria



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS**  
**INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**ENCUESTA PARA APLICAR A PERSONAS DEDICADAS A LA**  
**PRODUCCIÓN PECUARIA DE LA PARROQUÍA DE JULIO ANDRADE**

**Objetivo:** Recabar información para la creación de una microempresa de distribución de alimentos balanceados para animales en la Parroquia de Julio Andrade, provincia del Carchi.

**Instrucciones:** Lea detenidamente y conteste con sinceridad.

**1. ¿Qué tipo de alimentación suministra a sus animales?**

Solo balanceado \_\_\_\_\_

Solo desechos agrícolas \_\_\_\_\_

Balanceado y desechos agrícolas \_\_\_\_\_

**2. ¿Qué cantidad de alimentos balanceados adquiere mensualmente?**

Especie	1 qq	2qq	3qq
Aves			
Bovinos			
Cerdos			

**3. Señale que características toma en consideración a la hora de comprar el producto**

Característica	Muy Importante	Importante	Poco Importante	Nada Importante
Precio				
Tamaño				
Diseño				
Calidad				

**4. ¿Qué marcas de alimentos balanceados prefiere?**

\_\_\_\_\_ PRONACA

\_\_\_\_\_ MOLINOS SAN LUIS

\_\_\_\_\_ NUTRIL

\_\_\_\_\_ AGROBAL

\_\_\_\_\_ AGROTEN

\_\_\_\_\_ WAYNE

\_\_\_\_\_ Otros.

Especifique.....

**5. ¿Cuál es el motivo de seleccionar la marca mencionada anteriormente?**

- El precio es mejor respecto a otras marcas  
 Calidad  
 Es la única disponible  
 Nunca tiene escases de los productos

**6. ¿Cuánto suele pagar en promedio de acuerdo con su compra?**

TIPO DE ANIMAL	PRECIO	
Aves	Entre \$29,50 a \$30,50	
	Entre \$31,00 a \$32,00	
Bovinos	Entre \$19,50 a \$20,00	
	Entre \$21,50 a \$23,00	
Cerdos	Entre \$26,00 a \$26,50	
	Entre \$27,00 a \$28,00	

**7. ¿En qué lugar adquiere el alimento balanceado?**

- Almacén agropecuario y/o microempresas distribuidoras de balanceado  
 Tiendas  
 Ferias  
 Directo al productor

**8. ¿Qué medios de difusión e impresos usted utiliza con frecuencia?**

- Televisión  
 Radio ( ) Latina, ( ) Ondas Carchenses, ( ) La Nueva, ( ) Integración.  
 Volantes  
 Periódico ( ) El Norte, ( ) La Hora, ( ), La Prensa ( ).

**9. ¿Estaría de acuerdo con la creación de una microempresa de distribución de alimentos balanceados en el sector?**

- Si  
 No

**10. Según su preferencia, de las siguientes alternativas escoja donde debería estar ubicado la microempresa.**

- Barrio Centro  
 Barrio Norte  
 Barrio Santa Clara

**11. De crearse la microempresa, ¿estaría interesado/a en que se venda el producto a domicilio?**

- Si  
 No

## Anexo 4 Entrevista aplicada a los dueños de los Centros de Distribución de Alimentos

### Balanceados de la Parroquia de Julio Andrade

#### ENTREVISTA APLICADA A LOS DUEÑOS DE LOS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS BALANCEADOS DE LA PARROQUIA DE JULIO ANDRADE



**Objetivo:** Recabar información para conocer los proveedores mayoristas que expenden los productos a los centros de distribución de alimentos balanceados para animales de la parroquia de Julio Andrade, provincia del Carchi.

#### Nombre del almacén:

1. ¿Hace que tiempo se dedica a esta actividad y cuáles fueron las razones?
2. ¿Para qué tipo de animales comercializa los alimentos?
3. ¿Qué marcas de alimentos comercializa y cuál es el tipo de balanceado que vende en mayor proporción?
4. ¿Cuáles son sus principales proveedores?

## Anexo 5 Entrevista 1



### ENTREVISTA APLICADA A LOS DUEÑOS DE LOS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS BALANCEADOS DE LA PARROQUIA DE JULIO ANDRADE

**Objetivo:** Recabar información para conocer los proveedores mayoristas que expenden los productos a los centros de distribución de alimentos balanceados para animales de la parroquia de Julio Andrade, provincia del Carchi.

**Nombre del almacén:** Centro Distribuidor J. Luis

#### 1. ¿Hace que tiempo se dedica a esta actividad y cuáles fueron las razones?

El almacén se estableció hace 5 años en las calles 13 de Abril y Tarqui, empezamos con 50 quintales diarios de balanceados aproximadamente en los primeros años, luego ya fueron reconocidos en la zona y duplicaron la oferta, además a partir del tercer año ofrecen servicio de veterinaria.

#### 2. ¿Para qué tipo de animales comercializa los alimentos?

Empezamos vendiendo alimentos balanceados para aves y chanchos, pero debido a la insistencia de los clientes y demanda de la localidad decidieron ofrecer balanceados para ganado bovino y posteriormente agrandamos la oferta con variedad de productos como la comida para mascotas: perros, gatos y hasta para canarios.

#### 3. ¿Qué marcas de alimentos comercializa y cuál es el tipo de balanceado que vende en mayor proporción?

Mantenemos 4 marcas reconocidas como es Pronaca, Wayne y Molinos San Luis, mismas que son gran aceptación en la zona, el tipo de balanceado mayor vendido es el de bovinos en la marca Molinos San Luis, los productores son nuestros proveedores.

Horario de atención	Nombre Comercial	Marcas	Especie	QQ Cant. Mensual
	Centro Distribuidor J. Luis	Pronaca	Aves	17
			Bovinos	23
			Porcinos	19
		Wayne	Aves	20
			Bovinos	28

## Anexo 6 Entrevista 2



### ENTREVISTA APLICADA A LOS DUEÑOS DE LOS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS BALANCEADOS DE LA PARROQUIA DE JULIO ANDRADE

**Objetivo:** Recabar información para conocer los proveedores mayoristas que expenden los productos a los centros de distribución de alimentos balanceados para animales de la parroquia de Julio Andrade, provincia del Carchi.

**Nombre del propietario:** Teodoro Castillo

**Nombre del almacén:** Centro Veterinario El Ganadero

#### 1. ¿Hace que tiempo se dedica a esta actividad y cuáles fueron las razones?

Las razones principales fueron por herencia familiar mi padre es veterinario y desde la infancia me incentivo a aprender el oficio, entonces lo que se es por experiencia de los años transcurridos que trabajé junto a él y este pequeño negocio lleva en funcionamiento ya como

#### 2. ¿Para qué tipo de animales comercializa los alimentos?

En este tiempo solo estoy ofreciendo alimentos balanceados para bovinos, porcinos y aves; especialmente lo que más se ofrece es los productos veterinarios y complementos.

#### 3. ¿Qué marcas de alimentos comercializa y cuál es el tipo de balanceado que vende en mayor proporción?

Para las diversas especies se ofertan tres marcas especialmente, es decir, trabajo con Agrobal, Wayne y Aprograns así:

Horario de atención	Nombre Comercial	Marcas	Especie	QQ Cant. Mensual
8:00 a 20:00	Centro Veterinario El Ganadero	Agrobal	Aves	18
			Bovinos	25

			Porcinos 22
		Sin marca	Bovinos 24
			Porcinos 19

#### 4. ¿Cuáles son sus principales proveedores?

Mis principales distribuidores son la Sra. Mariana López de la ciudad de San Gabriel en lo que respecta a Agrobal para cerdos, vacas, terneras y pollos. La Sra. Gloria Cevallos me entrega lo que es el morochillo para pollos entero y quebrado y directamente Molinos San Luis con la marca Aprograns lo que es molidos y afrechillo para cerdos y vacas.

#### Lista de precios de adquisición y venta de referencia

Descripción	Marcas		Año 2017
Balanceado para bovinos	Wayne vacas	11,00	21,00
	Wayne terneras	12,00	23,00
	Agrobal vacas	8,00	18,00
	Molinos San Luis vacas afrechillo	7,00	16,00
	Molinos San Luis vacas molido	7,00	16,00
Balanceado para cerdos	Wayne engorde	13,00	27,00
	Wayne crecimiento	14,00	28,00
	Molinos San Luis afrechillo	7,00	16,00

	Molinos San Luis molido	7,00	16,00
Balanceado para aves	Agrobal	10,00	28,00
	Morochillo entero sin marca	9,00	18,00
	Morochillo quebrado sin marca	9,00	18,00

### Anexo 7 Entrevista 3



#### ENTREVISTA APLICADA A LOS DUEÑOS DE LOS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS BALANCEADOS DE LA PARROQUIA DE JULIO ANDRADE

**Objetivo:** Recabar información para conocer los proveedores mayoristas que expenden los productos a los centros de distribución de alimentos balanceados para animales de la parroquia de Julio Andrade, provincia del Carchi.

**Nombre del almacén:** Centro Veterinario El Establo

#### 1. ¿Hace que tiempo se dedica a esta actividad y cuáles fueron las razones?

El almacén se estableció en la parroquia de Julio Andrade hace ya 28 años aproximadamente, la razón principal es que esa es mi profesión me gradué de veterinario entonces la mejor forma de aplicar mis conocimientos era abriendo un negocio de expendio de productos veterinarios, en ese entonces fui el primer negocio de esta rama.

#### 2. ¿Para qué tipo de animales comercializa los alimentos?

Se expende alimentos balanceados para todo tipo de especie como lo son los bovinos, porcinos, conejos, cuyes, mascotas, aves y también para equinos o caballos que muy pocos otros almacenes ofrecen ahí una de las razones de la variedad que se ofrece a los ganaderos.

**3. ¿Qué marcas de alimentos comercializa y cuál es el tipo de balanceado que vende en mayor proporción?**

Para las diversas especies se comercializa de varias marcas entre las principales que se vende son de Agrobál, Molinos San Luis, Wayne y productos conocidos como son los de PRONACA que a pesar de que los costos son superiores son preferidos por algunos por la calidad que destaca.

<b>Horario de atención</b>	<b>Nombre Comercial</b>	<b>Marcas</b>	<b>Especie</b>	<b>QQ Cant. mensual</b>
9:00 a 18:00	Centro Veterinario El Establo	Wayne	Aves	22
			Bovinos	20
		Agrobál	Aves	18
			Bovinos	22
		Molinos San Luis Aprogramans	Bovinos	19
			Porcinos	17

**4. ¿Cuáles son sus principales proveedores?**

Al contar con los contactos de los distribuidores mayoristas mis proveedores son directamente PRONACA, Wayne, Molinos San Luis y de la marca Agrobál la distribuidora de San Gabriel.

## Anexo 8 Entrevista 4



### ENTREVISTA APLICADA A LOS DUEÑOS DE LOS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS BALANCEADOS DE LA PARROQUIA DE JULIO ANDRADE

**Objetivo:** Recabar información para conocer los proveedores mayoristas que expenden los productos a los centros de distribución de alimentos balanceados para animales de la parroquia de Julio Andrade, provincia del Carchi.

**Nombre del almacén:** Insumos Pecuarios Veterinarios San Luis

#### 1. ¿Hace que tiempo se dedica a esta actividad y cuáles fueron las razones?

El almacén funciona desde hace 7 años, los dos primeros años en un pequeño local arrendado ubicado entre las calles Juan Montalvo y Bolívar, luego con la utilidad de las ventas logramos ser propietarios de la infraestructura.

#### 2. ¿Para qué tipo de animales comercializa los alimentos?

Para las tres clases de animales de la actividad pecuaria en la zona, vacas, chanchos y pollos además de ofrecer comida para mascotas únicamente para perros, ya que el entrevistado supo manifestar que los pobladores de la parroquia prefieren suministrar a sus mascotas comida casera.

#### 3. ¿Qué marcas de alimentos comercializa y cuál es el tipo de balanceado que vende en mayor proporción?

Las marcas que vendemos según su la aceptación de los clientes por su calidad son Pronaca, Wayne y Agrobal. El tipo de balanceado que mayores ventas tiene es la marca Wayne de Molinos Champions para bovinos.

Horario de atención	Nombre Comercial	Marcas	Especie	QQ Cant. mensual
6:30 am a 17:00	Insumos Pecuarios Veterinarios San Luis	Pronaca	Aves	14
			Bovinos	18
			Porcinos	16
		Wayne	Aves	15
			Bovinos	20
			Porcinos	16
		Agrobal	Aves	15

## Anexo 9 Precios de los activos fijos y herramientas en el Mercado Libre Ecuador

		<p>Nuevo - 1 vendido</p> <p><b>Máquinas Selladoras De Fundas Plásticas 40 Cm 16</b> </p> <p><b>U\$S 30<sup>99</sup></b></p> <p> Pago a acordar con el vendedor Acepta depósito bancario, efectivo. <a href="#">Más información</a></p> <p> Entrega a acordar con el vendedor Ambato, Tungurahua <a href="#">Más información</a></p> <p>¡Único disponible!</p> <p><a href="#">Comprar</a></p>
		<p>Nuevo</p> <p><b>Balanza O Pesa Electrónica Camry 30 Kg O 66 Libras</b> </p> <p><b>U\$S 85</b></p> <p> Pago a acordar con el vendedor Acepta depósito bancario, efectivo. <a href="#">Más información</a></p> <p> Entrega a acordar con el vendedor Rumiñahui, Pichincha ( Quito ) <a href="#">Más información</a></p> <p>¡Único disponible!</p> <p><a href="#">Comprar</a></p>
		<p>Nuevo - 44 vendidos</p> <p><b>Caja Registradora Casio Pcr S700</b> </p> <p><b>U\$S 148</b></p> <p> Pago a acordar con el vendedor Acepta depósito bancario. <a href="#">Más información</a></p> <p> Envío gratis a todo el país Tulcán, Carchi <a href="#">Más información</a></p> <p>¡Único disponible!</p> <p><a href="#">Comprar</a></p>



Nuevo - 5 vendidos

## Fabricamos Pallets De Todo Tipo De Madera



U\$S 2

Pago a acordar con el vendedor  
Acepta depósito bancario, efectivo.  
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor  
Ibarra, Imbabura  
[Más información](#)

Cantidad:

1

Comprar



Nuevo - 198 vendidos

## Canon Mg6810 Wifi,duplex,fotos,pantalla... Tinta Continua



U\$S 180

Pago a acordar con el vendedor  
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.  
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Pichincha ( Quito )  
[Más información](#)

Cantidad:

1

Comprar



Nuevo - 379 vendidos

## Laptop Hp Core I3 Inte/500 Gb/4 Gb 14 /ac1091a/garantia 1año



U\$S 395

Pago a acordar con el vendedor  
Acepta depósito bancario, efectivo.  
[Más información](#)

Envío gratis a todo el país  
Quito, Pichincha ( Quito )  
[Más información](#)

Cantidad:

1

Comprar

Volver al listado | [Electrónica, Audio y Video](#) > [Calculadoras](#) > [Casio](#) [Compartir](#) | [Vender uno igual](#)





Nuevo - 11 vendidos

### Calculadora Basica Casio HI-8151 Economica

U\$S 4<sup>25</sup>

Pago a acordar con el vendedor  
Acepta depósito bancario, efectivo.  
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Pichincha ( Quito )  
[Ver costos de envío](#)

Cantidad:  [Comprar](#)



Usado

### Sillas Plasticas Con Brazo De Remate Usadas

U\$S 5

Pago a acordar con el vendedor  
Acepta depósito bancario, efectivo.  
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor  
GUAYAQUIL, Guayas  
[Más información](#)

¡Único disponible!

[Comprar](#)





Nuevo - 169 vendidos

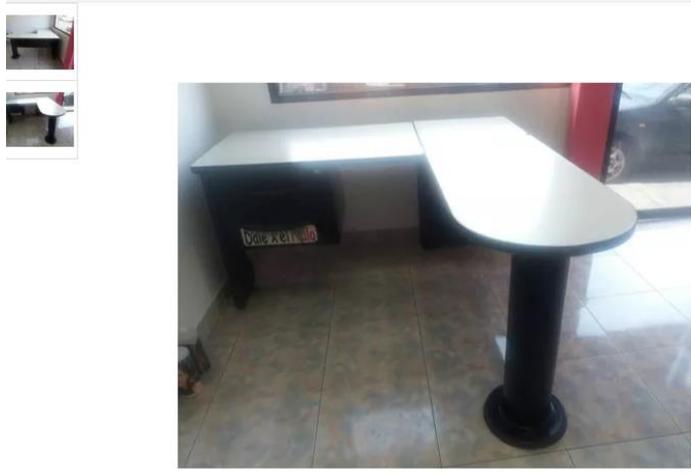
### Estanterias - Perchas Metálicas Regulables En Oferta

U\$S 45

Pago a acordar con el vendedor  
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.  
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Pichincha ( Quito )  
[Más información](#)

Cantidad:  [Comprar](#)



Usado

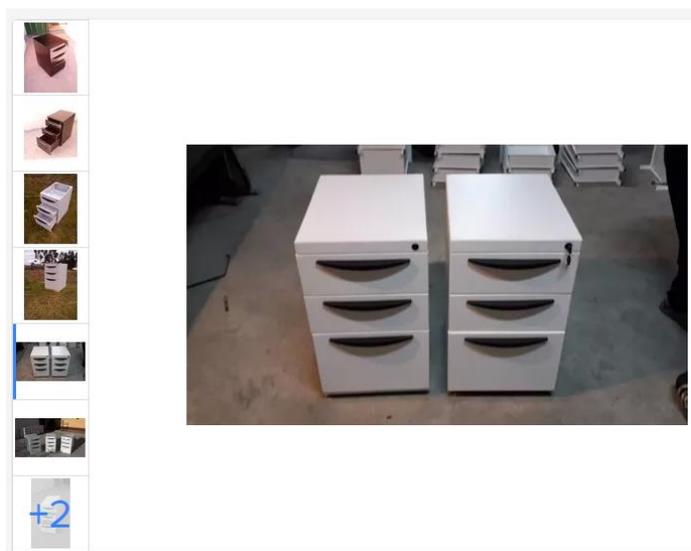
### Vendo Escritorio Tipo L, Moderno, Cajones De Metal

U\$S 99

- Pago a acordar con el vendedor  
Acepta depósito bancario, efectivo.  
[Más información](#)
- Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Pichincha ( Quito )  
[Más información](#)

¡Único disponible!

Comprar



Nuevo - 24 vendidos

### Cajoneras Metálicas, Escritorios, Archivadores Etc.

U\$S 65

- Pago a acordar con el vendedor  
Acepta depósito bancario, efectivo.  
[Más información](#)
- Entrega a acordar con el vendedor  
Pedro Moncayo, Pichincha ( Quito )  
[Ver costos de envío](#)

Cantidad:

^  
v

Comprar



Nuevo - 72 vendidos

### Costales Rafia

U\$S 1

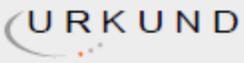
- Pago a acordar con el vendedor  
Acepta depósito bancario, efectivo.  
[Más información](#)
- Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Pichincha ( Quito )  
[Más información](#)

Cantidad:

^  
v

Comprar

## Anexo 10 Programa antiplagio Urkund



### Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** Ayala-Eraza Alimentos-Balanceados.pdf (D34872870)  
**Submitted:** 1/20/2018 3:34:00 PM  
**Submitted By:** lterazos@utn.edu.ec  
**Significance:** 3 %

Sources included in the report:

- PROYECTO FINAL QUESO AMASADO MERCY ROSERO.doc (D18245116)
- PROYECTO FINAL 2016.doc (D18437639)
- PRISCILA LÓPEZ.docx (D21191231)
- LISETH SÁNCHEZ TRABAJO DE GRADO II.pdf (D21184353)
- CENTRO PARA CAPACITACIONES Y ATENCIÓN TURÍSTICA SALOME.pdf (D25023196)
- Cristina Guacanes.docx (D20888007)
- PROYECTO ARTESANIAS PIEDRAS JADE.doc (D18927427)

Instances where selected sources appear:

25