



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y  
AUDITORÍA**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN  
DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y  
COMERCIALIZADORA DE FRÉJOL PRE COCIDO Y  
EMPACADO AL VACÍO EN LA CIUDAD DE IBARRA,  
PROVINCIA DE IMBABURA.”**

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

**AUTORA: STEFFANY SARMIENTO.**

**DIRECTOR: ING. COM. MCS. LUIS VÁSQUEZ**

**Diciembre – 2013**

## RESUMEN EJECUTIVO

La agricultura desempeña un rol muy importante en los procesos de desarrollo económico de un país, para el pequeño y mediano agricultor es una fuente de ingresos la venta de granos, los mismos que son utilizados para alimentación diaria como es el fréjol, mismo que tienen gran importancia en América Latina. Por lo tanto la presente investigación se ha realizado con el propósito de realizar un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE FRÉJOL PRE COCIDO Y EMPACADO AL VACÍO, EN EL CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”. Primeramente, se realizó un diagnóstico técnico situacional, del sector agrícola en el Cantón Ibarra estableciendo aliados, oponentes, oportunidades y riesgos. Como también se analizó todos los aspectos que encierra el presente estudio. El estudio de mercado, reveló que la producción de esta leguminosa está dirigida a cumplir dos objetivos fundamentales que son, la alimentación y la comercialización e intentan satisfacer la demanda interna y externa de consumidores. Para determinar la localización óptima del proyecto se analizó diversos lugares estratégicos. Se realizó la constitución administrativa y legal de la empresa, para su normal funcionamiento. Dentro de la evaluación económica financiera se analizó las inversiones fijas, diferidas, gastos de producción, y principales indicadores financieros, los cuales demuestran la factibilidad positiva en los escenarios estudiados. Finalmente se determinó la incidencia de impactos en el proyecto, obteniendo un impacto medio positivo, en aspectos como: social, económico, empresarial y ambiental.

## EXECUTIVE SUMMARY

Agriculture plays a very important role in the processes of economic development of a country , for the small and medium farmer is a cash grain sales , the same that are used for daily food such as beans, same which have great important in Latin America . Therefore this research has been conducted in order to perform a "FEASIBILITY STUDY FOR CREATING A PRODUCTION COMPANY AND DISTRIBUTOR OF PRE BAKED BEANS AND VACUUM PACKED IN THE CITY IBARRA, Imbabura province." First, a situational technical diagnosis, the agricultural sector was held in Canton Ibarra establishing allies, opponents, opportunities and risks. Like all aspects involved in this study are also discussed. The market survey revealed that the production of this legume is directed to meet two key objectives are, feeding and marketing and try to meet domestic and foreign demand of consumers. To determine the optimal location of the project discussed various strategic locations. Administrative and legal constitution of the company, for normal operation was performed. Within the economic and financial evaluation of fixed investments, deferred, production costs, and key financial indicators are analyzed, which show the positive feasibility scenarios studied. Finally the incidence of impacts in the project was determined, obtaining a positive average impact in areas such as: social, economic, business and environmental.

## **AUTORÍA**

Yo, STEFFANY CAROLINA SARMIENTO BRAVO, portadora de la cédula de ciudadanía N° 040155989-3 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría, y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional, y que he respetado las diferentes fuentes de información.

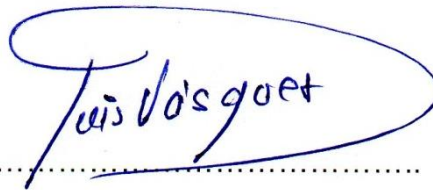


**STEFFANY SARMIENTO**  
**0401559893**

## CERTIFICACIÓN

En calidad de Director del trabajo de grado presentado por la egresada Steffany Carolina Sarmiento Bravo, para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA, cuyo tema es “Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de fréjol pre cocido y empacado al vacío en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura“, considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficiente para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

Ibarra, a los 2 días del mes de diciembre de 2013

A handwritten signature in blue ink, reading "Luis Vásquez", is written over a horizontal dotted line. The signature is enclosed within a large, loopy blue oval.

Firma

ING. LUIS VÁSQUEZ

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

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

Yo, SARMIENTO BRAVO STEFFANY CAROLINA, con cédula de identidad Nro. 040155989-3, manifiesto mi 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 autora de la obra o trabajo de grado denominado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE FRÉJOL PRE COCIDO Y EMPACADO AL VACÍO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA C.P.A.**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



.....  
STEFFANY CAROLINA SARMIENTO BRAVO

040155989-3

Ibarra a los 2 días del mes de diciembre de 2013

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**  
**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN**  
**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

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

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

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>		040155989-3	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>		Sarmiento Bravo Steffany Carolina	
<b>DIRECCIÓN:</b>		Grijalva 4-44 y Sucre	
<b>EMAIL:</b>		tefitosbb@hotmail.com	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062645237	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0986232543

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE FRÉJOL PRE COCIDO Y EMPACADO AL VACÍO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”
<b>AUTORA :</b>	Sarmiento Bravo Steffany Carolina
<b>FECHA: AAAA/MM/DD</b>	DICIEMBRE - 2013
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	PREGRADO POSGRADO
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA. C.P.A.
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	ING. LUIS VÁSQUEZ

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

Yo, SARMIENTO BRAVO STEFFANY CAROLINA, con cédula de identidad Nro. 040155989-3, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.



### 3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta 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 es titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 2 días del mes de diciembre de 2013

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:

(Firma).....  
Nombre: *Stephany Saermento*  
C.C.: *040155989-3*.....

(Firma).....  
**Nombre:** Ing. Betty Chávez  
**Cargo:** JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

---

## **DEDICATORIA**

### **A mi Dios**

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

### **A mi madre Rocío**

Por haberme apoyado siempre, por sus consejos, sus valores, por la motivación que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su paciencia y amor.

### **A mi padre Moisés**

Por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan, por su ayuda económica, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

### **A mis hermanos.**

A mi hermana Sofía por apoyarme en cada momento de mi vida y a la cual amo mucho; mis hermanos Darío y José Luis por su ayuda y gran apoyo y a todos aquellos que participaron directa o indirectamente en la elaboración de esta tesis.

**Steffany**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por ser la luz que ha guiado mi camino durante toda mi vida, a mi madre por ser el apoyo incondicional y estar siempre conmigo en todo momento de mi vida, a mi hermana y hermanos por su cariño y compañía.

A la Universidad Técnica del Norte, en especial a la Escuela de Contabilidad Superior y Auditoría de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas tanto autoridades y docentes por su invaluable aporte académica y de formación profesional.

A mis catedráticos, en especial al Ing. Luis Vásquez Asesor de tesis quien estuvo guiándome académicamente con su experiencia, y consejos hasta llegar a finalizar con éxito el presente proyecto.

Al Ing. Fausto Lima, por sus importantes aportes de asesoramiento y profesionalismo, a mis amigos y personas que supieron ayudarme.

**Steffany Sarmiento**

## PRESENTACIÓN

El presente proyecto consiste en: “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de fréjol pre cocido y empacado al vacío, en el Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura”, para lo cual se ha estructurado en siete capítulos: Diagnóstico Situacional, Marco Teórico, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Financiero, Estudio Organizacional e Impactos.

Capítulo I Diagnóstico. En el diagnóstico situacional se obtuvo información a través de diferentes técnicas de recolección de datos como son: encuestas, entrevistas y observación directa, los cuales se las realizará a los agricultores de fréjol en las parroquias rurales del cantón Ibarra y a los propietarios de supermercados, tiendas y centros de abastos de la provincia de Imbabura; las mismas que luego de ser tabuladas y analizadas se determinaran aliados, oponentes, oportunidades y posibles riegos, planteando diferentes estrategias para cada cruce, finalmente en base a este método se identificará el problema que enfrentan los pequeños agricultores del Cantón Ibarra, que es la débil forma de comercialización.

Capítulo II Bases Teóricas Científicas. El marco teórico contiene fundamentos teóricos que permita profundizar los conceptos y determinar la teoría científica que va a sustentar dicho proyecto basado en libros, páginas web, revistas y fichaje.

Capítulo III Estudio de Mercado. El estudio del mercado se realizó a los agricultores de fréjol en las parroquias rurales del cantón Ibarra y a los propietarios de supermercados, tiendas y centros de abastos de la provincia de Imbabura con esto se analizará los resultados arrojados de la investigación preliminar a través de encuestas, entrevistas. Acerca de la demanda, oferta, precios del fréjol pre cocido y empacado al vacío, esta

información se contrastará y analizará para luego establecer el pronóstico de mercado.

Capítulo IV Estudio Técnico. El estudio técnico e ingeniería del proyecto se detalla la ubicación óptima del proyecto, la distribución y diseño de la planta, a manera de proceso cronológico y ordenado que utiliza la empresa para ser eficientes en la comercialización de fréjol pre cocido y empacado al vacío.

Capítulo V Estudio Financiero. En el estudio financiero se estableció las inversiones, ingresos, costos, los diversos flujos etc. Con lo que se concluirá si la implementación de la empresa en el Cantón de Ibarra es rentable.

Capítulo VI Estructura Organizacional. La estructura organizacional se planteó el análisis interno administrativo y su constitución legal, tomando como base la visión, misión, el orgánico estructural y funcional de la nueva unidad económica.

Capítulo VII Impactos. Se describirá los diferentes impactos que ocasionó la creación de la empresa como son: económico, social, empresarial y ambiental que influirá en el desarrollo del presente proyecto.

Se concluye la exposición de trabajo de grado con las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada, destacándose que el documento reúne las normas, técnicas y metodologías de cómo se implementara las políticas y estrategias que en él se diseña.

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
EXECUTIVE SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
PRESENTACIÓN	xii
ÍNDICE GENERAL	xiv
INTRODUCCIÓN	xxv
OBJETIVOS	xxvi
JUSTIFICACIÓN	xxvii

## CAPÍTULO I

### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes	29
Objetivos del diagnóstico	30
Objetivo general	30
Objetivos específicos	30
Variables Diagnósticas	31
Indicadores de las Variables	31
Matriz de Relación	33
Mecánica operativa	35
Determinación de la Población	35
Determinación de la Muestra	35
Información Primaria	36
Información Secundaria	36
Tabulación y Análisis de la Información	37

Determinación de aliados, oponentes, Oportunidades y riesgos	55
Cruces estratégicos	56
Identificación del problema u oportunidades de inversión	57

## **CAPÍTULO II**

### **BASES TEÓRICAS CIENTÍFICAS**

La Empresa	58
Definición de Empresa	58
Objetivos de la Empresa	58
Importancia de empresa Agrícola	59
Producción	59
Definición de producción	59
Características	59
Importancia	60
Comercialización	60
Definición de comercialización	60
Importancia	60
Características	61
El Fréjol	61
Composición nutricional del fréjol	62
Variedades de Fréjol	62
Producción del Fréjol	62
El Fréjol en el Ecuador y Como Producto de Consumo	62
Pre cocido	63
Proceso del pre cocido	63
Empaque al vacío del Fréjol	63
Proceso empacado al vacío del fréjol	64
Estrategia Comercial	64
Estructura Organizacional	65
Misión	65
Visión	65
Organización Estructural	66
Estudio de Mercado	66

Mercado Meta	66
Oferta	67
Demanda	67
Precio	67
Comercialización	68
Estudio Técnico	69
Tamaño del Proyecto	69
Localización del Proyecto	70
Estudio Financiero	72
Ingresos	73
Egresos	73
Estado de Situación Inicial	74
Estado de Resultados	74
Flujo de Caja	75
Evaluación Financiera	75
Impactos	77

### **CAPÍTULO III**

#### **ESTUDIO DE MERCADO**

Presentación	78
Identificación del Producto	79
Características del Producto	79
Usos del Producto	81
Mercado Meta	82
Investigación de Campo	82
Análisis y Tabulación de las Encuestas	84
Análisis de la Demanda	93
Comportamiento de la Demanda	93
Proyección de la Demanda	94
Análisis de la Oferta	95
Proyección de la Oferta	95
Balance Demanda – Oferta	96



Demanda Potencial a Satisfacer	96
Pronóstico de Ventas	97
Análisis de Precios	97
Plan de Comercialización	98
Estrategias para Producto	98
Estrategias para Publicidad y Promoción	103
Estrategias de Plaza o Distribución	105
Conclusiones del Estudio	105

#### **CAPÍTULO IV**

#### **ESTUDIO TÉCNICO**

Presentación	107
Localización óptima del Proyecto	107
Macro Localización	107
Micro Localización	108
Tamaño del Proyecto	115
Tamaño el Mercado	115
Materia Prima	115
Mano de Obra	116
Financiamiento	116
Capacidad del Proyecto	116
Distribución de la Planta	116
Diseño de Instalaciones	118
Diagrama de bloque	120
Proceso de Almacenamiento y Comercialización	121
Flujo grama de Proceso	123
Curso grama Analítico de Actividades	124
Presupuesto Técnico	124

#### **CAPÍTULO V**

#### **ESTUDIO FINANCIERO**

Inversión del Proyecto	129
------------------------	-----

Cálculo del Coste de Oportunidad Tasa de Rendimiento Medio	129
Tasa de Rendimiento Medio	130
Inversión Fija	130
Terrero	130
Infraestructura	130
Vehículo	131
Maquinaria y Equipo	131
Herramientas y Materiales para la Producción	132
Muebles y Enseres	132
Equipo de Computación	132
Equipo de Oficina	133
Capital de Trabajo	134
Ingresos	134
Proyección de Ingresos	135
Egresos	135
Costos de producción	135
Gastos Administrativos	138
Gastos ventas	141
Financiamiento	143
Balance de Situación inicial	145
Estados Financieros de Resultados	147
Flujo de efectivo	148
Evaluación Financiera	148
Valor Actual Neto	148
Tasa interna de retorno (TIR)	150
Sensibilidad del TIR	151
Beneficio – Coste	156
Punto de Equilibrio	156
Periodo de Recuperación de la Inversión	158
Resumen de Evaluación	159

## **CAPÍTULO VI**

### **ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA**

Análisis Interno de la empresa	160
Nombre de la empresa	160
Logotipo	160
Misión	161
Visión	161
Objetivos Empresariales	161
Políticas de la Empresa	162
Principios y Valores	162
Principios	162
Valores	163
Estructura Orgánica de la empresa	163
Organigrama de la empresa	164
Niveles Administrativos	164
Orgánico Funcional	165
Controles Internos de la empresa	171
Análisis Legal	172

## **CAPÍTULO VII**

### **ESTUDIO DE IMPACTOS**

Matriz de Impacto Social	179
Matriz de Impacto Económico	180
Matriz de Impacto Empresarial	181
Matiz de Impacto Ambiental	182
Matriz General de Impactos	183

### **ÍNDICE DE CUADROS**

Cuadro N° 1 Matriz de Relación	33
Cuadro N° 2 Flujograma de procesos	73
Cuadro N° 3 Composición de química	80
Cuadro N° 4 Descripción del producto	80

Cuadro N° 5 Nombre de Centros de abastos, tiendas , micro merc.	83
Cuadro N° 6 Comportamiento de la demanda	94
Cuadro N° 7 Proyección de la demanda	94
Cuadro N° 8 Análisis de la oferta Supermercado Ofertón	95
Cuadro N° 9 Análisis de la oferta Supermercado Santa Lucia	95
Cuadro N° 10 Proyección de la oferta	96
Cuadro N° 12 Balance Demanda – Oferta	96
Cuadro N° 13 Demanda potencial a satisfacer	97
Cuadro N° 14 Pronóstico de ventas en kilogramos	97
Cuadro N° 15 Evaluación de factores	113
Cuadro N° 16 Matriz de factores	114
Cuadro N° 17 Distribución del área de construcción	117
Cuadro N° 18 Diagrama de bloque	120
Cuadro N° 19 Flujograma de procesos	123
Cuadro N° 20 Plantilla para la producción de fréjol	124
Cuadro N° 21 Construcción de las instalaciones y planta	125
Cuadro N° 22 Valor de la construcción de las instalaciones planta	125
Cuadro N° 23 Maquinaria y Equipo de producción	126
Cuadro N° 24 Herramientas de producción	126
Cuadro N° 25 Muebles de oficina	127
Cuadro N° 26 Equipo de oficina	127
Cuadro N° 27 Suministros de oficina	127
Cuadro N° 28 Equipo de computación	128
Cuadro N° 29 Inversión total	129
Cuadro N° 30 Cálculo de coste oportunidad	129
Cuadro N° 31 Terreno	130
Cuadro N° 32 Infraestructura	131
Cuadro N° 33 Vehículo	131
Cuadro N° 34 Maquinaria y equipo	131
Cuadro N° 35 Herramientas y materiales para la producción	132
Cuadro N° 36 Muebles y enseres	132
Cuadro N° 37 Equipo de computación	133

Cuadro N° 38 Equipo de oficina	133
Cuadro N° 39 Resumen de activos fijos	133
Cuadro N° 40 Capital de trabajo	134
Cuadro N° 41 Proyección de ingresos	135
Cuadro N° 42 Materia prima	136
Cuadro N° 43 Mano de Obra Directa	136
Cuadro N° 44 Mano de Obra Indirecta	136
Cuadro N° 45 Determinación del costo de mano de obra	137
Cuadro N° 46 Materia Prima Indirecta	137
Cuadro N° 47 Mantenimiento maquinaria y equipo	137
Cuadro N° 48 Resumen de los costos generales de producción	138
Cuadro N° 49 Resumen de los costos de producción	138
Cuadro N° 50 Sueldos y salarios	139
Cuadro N° 51 Determinación del costo de la mano de obra	139
Cuadro N° 52 Servicios básicos	139
Cuadro N° 53 Suministro de oficina	140
Cuadro N° 54 Mantenimiento de computación	140
Cuadro N° 55 Resumen de los gastos administrativos	140
Cuadro N° 56 Sueldos y Salarios	141
Cuadro N° 57 Determinación del costo de mano de obra	141
Cuadro N° 58 Publicidad	142
Cuadro N° 59 Combustible y mantenimiento	142
Cuadro N° 60 Resumen gastos de venta	142
Cuadro N° 61 Resumen general de gastos	143
Cuadro N° 62 condiciones de financiamiento	143
Cuadro N° 63 Financiamiento	144
Cuadro N° 64 Depreciación y amortización	144
Cuadro N° 65 Estado de resultados	147
Cuadro N° 66 Flujo de caja con protección	148
Cuadro N° 67 Valor Actual Neto	149
Cuadro N° 68 Tasa interna del retorno	150
Cuadro N° 69 Sensibilización del primer escenario Est. de Result.	152

Cuadro N° 70 Sensibilización del primer escenario flujo de caja	153
Cuadro N° 71 Comprobación van y tir	153
Cuadro N° 72 Sensibilización del segundo escenario	154
Cuadro N° 73 Sensibilización del segundo escenario flujo de caja	155
Cuadro N° 74 Comprobación van y tir	155
Cuadro N° 75 Beneficio – coste	156
Cuadro N° 76 Punto de Equilibrio	157
Cuadro N° 77 Valores corrientes sin inflación	158
Cuadro N° 78 Valores reales o constantes	158
Cuadro N° 79 Resumen de la evaluación	159
Cuadro N° 80 Organigrama de la empresa	164
Cuadro N° 81 Aporte de los socios	173
Cuadro N° 82 Matriz de valoración	178
Cuadro N° 83 Matriz de impacto Social	179
Cuadro N° 84 Matriz de Impacto Económico	180
Cuadro N° 85 Matriz de Impacto Empresarial	181
Cuadro N° 86 Matriz de Impacto Ambiental	182
Cuadro N° 87 Matriz General de Impactos	183

### **ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla #1 Tipo de actividad	37
Tabla #2 Servicios básicos	38
Tabla #3 Vías de acceso	39
Tabla #4 Extensión de terreno	40
Tabla #5 Producción de fréjol	41
Tabla #6 Frecuencia de producción de fréjol	42
Tabla #7 Tiempo en la actividad económica	43
Tabla #8 Estabilidad económica	44
Tabla #9 Clases de semilla de fréjol	45
Tabla #10 Variedades de fréjol	46
Tabla #11 Venta de fréjol	47
Tabla #12 Herramientas de preparación de terreno	48

Tabla #13 Productos de mayor demanda	49
Tabla #14 Capacitación y asesoramiento	50
Tabla #15 Determinación del precio de venta	51
Tabla #16 Capital de trabajo	52
Tabla #17 Funcionamiento de la empresa	53
Tabla #18 Integración de la empresa	54
Tabla #19 Adquisición del fréjol pre cocido y empacado al vacío	84
Tabla #20 Aspectos para adquirir un producto	85
Tabla #21 Presentación del fréjol pre cocido y empacado al vacío	86
Tabla #22 Entrega de productos	87
Tabla #23 Precio del producto	88
Tabla #24 Envase	89
Tabla #25 Importancia al momento de adquirir el producto	90
Tabla #26 Frecuencia de adquisición	91

### **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico #1 Tipo de actividad	37
Gráfico #2 Servicios básicos	38
Gráfico #3 Vías de acceso	39
Gráfico #4 Extensión de terreno	40
Gráfico #5 Producción de fréjol	41
Gráfico #6 Frecuencia de producción de fréjol	42
Gráfico #7 Tiempo en la actividad económica	43
Gráfico #8 Estabilidad económica	44
Gráfico #9 Clases de semilla de fréjol	45
Gráfico #10 Variedades de fréjol	46
Gráfico #11 Venta de fréjol	47
Gráfico #12 Herramientas de preparación de terreno	48
Gráfico #13 Productos de mayor demanda	49
Gráfico #14 Capacitación y asesoramiento	50
Gráfico #15 Determinación del precio de venta	51
Gráfico #16 Capital de trabajo	52
Gráfico #17 Funcionamiento de la empresa	53

Gráfico #18 Integración de la empresa	54
Gráfico #19 Adquisición del fréjol pre cocido y empacado al vacío	84
Gráfico #20 Aspectos para adquirir un producto	85
Gráfico #21 Presentación del fréjol pre cocido empacado al vacío	86
Gráfico #22 Entrega de productos	87
Gráfico #23 Precio del producto	88
Gráfico #24 Envase	89
Gráfico # 25 Importancia al momento de adquirir el producto	90
Gráfico # 26 Frecuencia de adquisición	91
Gráfico #27 Cantidad de adquisición	91
Gráfico # 28 Logotipo	99
Gráfico # 29 Empaque	102
Gráfico # 30 Empaque de entrega	103
Gráfico # 31 Sistema de comercialización	105
Gráfico # 32 Diseño de las instalaciones	119
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>184</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>187</b>
<b>LINCOGRAFÍA</b>	<b>189</b>
<b>GLOSARIO</b>	<b>190</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>192</b>



## INTRODUCCIÓN

Imbabura es una provincia del norte de la serranía del Ecuador, conocida como la provincia de los Lagos, porque en ella se encuentran la mayoría de lagos del país como son el lago San Pablo y las lagunas de Cuichochoa y Yahuarcocha (lago de sangre en quichua). La capital de la provincia es la ciudad de Ibarra y las principales ciudades son Cotacachi, Otavalo, Atuntaqui y Urcuqui, limita al norte con la provincia del Carchi, al sur la provincia de Pichincha, al este la provincia de Sucumbíos, al oeste la provincia de Esmeraldas. Además de muchos otros puntos de interés, tiene dos zonas de tipo subtropical; la primera cálida y seca, conocida como el Valle del Chota y las cálidas y húmedas, conocidas como la zona de Intag y Lita (límite con la provincia de Esmeraldas). Imbabura tiene una población de 398.244 habitantes lo cual son 204.580 mujeres y 193.664 son hombres.

Actualmente existen problemas que afectan a los productores de nuestra zona, una de ellas es la inexistencia de una empresa que brinde productos de alto nivel de comercialización hacia diferentes mercados.

Con la implementación del presente proyecto es la oportunidad de brindar apoyo a los pequeños y medianos agricultores del fréjol en la utilización de nuevas tecnologías y metodologías, permitiendo mejorar la producción y la comercialización tanto en cantidad como en calidad.

Frente a esta situación, se plantea un estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de fréjol pre cocido y empacado al vacío, con la finalidad de incrementar la producción de fréjol y poder exportar mayor cantidad de producto, mejorar el nivel de ingresos de los trabajadores y a la vez fortalecer la cadena productiva de fréjol.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de fréjol pre cocido empacado al vacío, en la ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un diagnóstico técnico situacional externo, en el Cantón Ibarra para determinar, aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.
- Establecer las bases teóricas científicas que sustente el proyecto utilizando información bibliográfica y documental actualizada.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda del fréjol pre cocido y empacado al vacío, existente en el mercado.
- Realizar un estudio técnico para determinar la capacidad operativa de la empresa.
- Determinar la estructura organizativa y funcional que tendrá la empresa que propone el proyecto.
- Realizar una evaluación financiera que permita determinar la rentabilidad proyectada.
- Establecer los posibles impactos que generara el proyecto en los aspectos económico, social, empresarial y ambiental.

## JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto referente a la creación de una empresa productora y comercializadora de fréjol pre cocido y empacado al vacío, es importante por lo que está dirigido a mejorar directamente las condiciones de vida de agricultores frejoleros de la ciudad de Ibarra, incrementar los ingresos económicos, mejorar la productividad; e incrementar la producción; mejorando cada vez más el producto con bajo contenido de químicos.

Este proyecto es factible por la implementación de este es la oportunidad de brindar apoyo a los pequeños y medianos agricultores del fréjol en la utilización de nuevas tecnologías y metodologías, permitiendo mejorar la producción y la comercialización tanto en cantidad como en calidad.

El beneficio que ofrece esta investigación se encuentra principalmente en el tiempo que se ahorrarían los consumidores, puesto que, si se logra desarrollar este tipo de productos pre cocidos empacados al vacío no sería necesaria la cocción; solo bastaría calentarlos para consumirlos sin que por esto se pierda las propiedades que los mismos tienen.

Los beneficiarios directos son los consumidores finales porque van a adquirir un producto de buena calidad en una mejor presentación, los mayoristas e intermediarios comprarían dicho producto para satisfacer las necesidades de la población del Imbabura.

Este proyecto tendrá un interés por la siembra, producción y comercialización del fréjol ayuda a la economía de las diferentes provincias productoras de este bien de consumo, con lo cual se generan muchas fuentes de trabajo; ya que la comercialización de fréjol pre cocido empacado al vacío se lo venderá en diferentes lugares de la Provincia de Imbabura como Supermercados, Centros de Abastos, Tiendas etc.

Este proyecto es original por su tema, por su enfoque, por su presentación y por el contexto en el que se va a plantear y sobre todo porque es un producto innovar que se va a realizar en la ciudad de Ibarra.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1 ANTECEDENTES**

Imbabura es una provincia del norte de la serranía de Ecuador, conocida como la provincia de los Lagos, porque en ella se encuentran la mayoría de lagos del país como son el lago San Pablo y las lagunas de Cuichocha y Yahuarcocha (lago de sangre en quichua). La capital de la provincia es la ciudad de Ibarra y las principales ciudades son Cotacachi, Otavalo, Atuntaqui y Urcuqui, limita al norte con la provincia del Carchi, al sur la provincia de Pichincha, al este la provincia de Sucumbíos, al oeste la provincia de Esmeraldas. Además de muchos otros puntos de interés, tiene dos zonas de tipo subtropical; la primera cálida y seca, conocida como el Valle del Chota y las cálidas y húmedas, conocidas como la zona de Intag y Lita (límite con la provincia de Esmeraldas). Imbabura tiene una población de 398.244 habitantes lo cual son 204.580 mujeres y 193.664 son hombres.

La temperatura varía en las diversas regiones de la provincia. El promedio se sitúa entre los 13 grados y 18 grados C. todo el año. La materia prima va a ser adquirida a los productores del Cantón Cotacachi que tiene una altitud de 2.418 m.s.n.m., clima templado y una temperatura 14°C motivo por el cual es factible el cultivo de este producto y dada a la cercanía de 17.9 Km con la ciudad de Ibarra existe disponibilidad de materia prima.

La prehistoria de la provincia se remonta a la existencia de tribus diversas: Imbayas, Cayambis, Otavalos. Estos últimos fueron dominados por los Caras, pueblo de superior cultura que el historiador padre Juan de Velasco afirma que vinieron desde el mar por el lado de Esmeraldas. El aporte de estas etnias permitiría hablar del nacimiento de una cultura Caranqui. Viene luego la conquista incásica iniciada con Tupac-Yupanqui y continuada por Huayna Cápac a quien Cacha (Shyri XV) le ofrece tenaz

resistencia en las fortalezas del norte (Cochasquí, Guachalá y Pesillo). Uno de los principales jefes de la resistencia a los ejércitos cuzqueños fue el Régulo de Cayambi: NasacotaPuento.

La agricultura en este sector concentra el 39% del total de la población económicamente activa de la provincia. El área destinada a cultivos alcanza unas veinte mil has, y la destinada a pastos supera las ciento diez mil.

Imbabura es una de las primeras provincias en la producción de fréjol seco (se cultivan aproximadamente unas 7.000 has.) y la primera en la producción de maíz suave seco con una superficie cultivada de cerca de 35.000 has.

Está en primer lugar también su producción de maíz suave, choclo y es la tercera en la sierra en la producción de caña de azúcar con más de 100 mil toneladas métricas. Otros cultivos importantes de la provincia son trigo, cebada y maíz duro seco. En frutales, son importantes los cultivos de aguacate y tomate riñón en valles como el Chota, Ibarra, Pimampiro y Ambuquí.

## **1.2 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO**

### **1.2.1 OBJETIVO GENERAL**

- ▶ Realizar un diagnóstico situacional externo en el cantón Ibarra, para determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, posibles referente al proyecto.

### **1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ▶ Determinar los aspectos socioeconómicos más relevantes de la zona rural del cantón Ibarra.
- ▶ Analizar los sistemas de producción agrícola utilizados actualmente.

- ▶ Identificar los sistemas de comercialización que se emplean para la producción agrícola de la zona.
- ▶ Establecer la calidad del talento humano que labora en las actividades agrícolas rurales del cantón Ibarra.

### **1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

Habiendo realizado las primeras etapas del diagnóstico, se ha identificado las siguientes variables que serán motivo de estudio y de un exhaustivo análisis.

- Situación Socioeconómica
- Producción
- Comercialización
- Talento Humano

### **1.4 INDICADORES DE LAS VARIABLES**

De acuerdo a las variables expuestas anteriormente, a continuación se detallan sus correspondientes indicadores o aspectos más importantes para su determinado análisis.

#### **1.4.1 SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA**

- Servicios Básicos
- Nivel de Educación
- Vías de Comunicación
- Tipo de Actividad

#### **1.4.2 PRODUCCIÓN**

- Tipo de producto
- Tecnología
- Formas de Producción

- Área de Producción
- Volumen de producción
- Materia prima e insumos
- Mano de obra

#### **1.4.3 COMERCIALIZACIÓN**

- Tipo de mercado
- Competencia
- Demanda
- Canales de distribución
- Precio
- Preferencia de Producto
- Frecuencia de Consumo

#### **1.4.4 TALENTO HUMANO**

- Asociatividad
- Capacitación
- Estabilidad
- Relación de Dependencia
- Experiencia
- Preparación académica



**1.5 MATRIZ DE RELACIÓN  
CUADRO Nº 1**

<b>OBJETIVO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUENTE</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>
Determinar los aspectos Socioeconómicos más relevantes de la zona rural del Cantón Ibarra.	Situación Socioeconómico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios Básicos</li> <li>• Nivel de Educación</li> <li>• Vías de Comunicación</li> <li>• Tipo de Actividad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primaria</li> <li>• Secundaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productores agrícolas</li> </ul>
Analizar los sistemas de producción agrícola utilizados actualmente.	Producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de producto</li> <li>• Formas de producción</li> <li>• Volumen de producción</li> <li>• Materia prima</li> <li>• Frecuencia de producción</li> <li>• Área de producción</li> <li>• Productividad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primaria</li> <li>• Secundaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> <li>• Observación directa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productores agrícolas</li> </ul>

<p>Identificar los sistemas de Comercialización que se emplean para la producción agrícola de la zona.</p>	<p>Comercialización</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de mercado</li> <li>• Competencia</li> <li>• Demanda</li> <li>• Canales de distribución</li> <li>• Presentación del producto</li> <li>• Precio</li> <li>• Preferencia de producto</li> <li>• Frecuencia de consumo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primaria</li> <li>• Secundaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productores agrícolas</li> </ul>
<p>Establecer la calidad del talento humano que labora en las actividades agrícolas del Cantón Ibarra.</p>	<p>Talento Humano</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asociatividad</li> <li>• Capacitación</li> <li>• Estabilidad</li> <li>• Experiencia</li> <li>• Preparación Académica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primaria</li> <li>• Secundaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productores agrícolas</li> </ul>

## 1.6 MECÁNICA OPERATIVA

El presente diagnóstico se lo ha realizado en base a las diferentes técnicas estadísticas de investigación de campo.

### 1.6.1 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para la identificación de la población, en el presente diagnóstico se utilizó los datos estadísticos, del último Censo del INEC año 2010, como también datos del Plan de Desarrollo de Imbabura, lo cual se tomó como unidad de análisis a la población que conforman el Cantón Ibarra, en un total de 181.175 habitantes.

- Para la producción se priorizó como objeto de estudio a los agricultores de la parroquia Ambuquí siendo 5477, en cuanto al número de familias que se dedican a la agricultura, siendo este dato la población identificada.

### 1.6.2 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

La población conformada por los agricultores debido a ser mayor a 100 unidades se procedió al cálculo de la muestra mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot \delta^2 \cdot Z^2}{E^2(N-1) + \delta^2 \cdot Z^2}; \text{ en donde}$$

**n:** tamaño de la muestra, número de unidades a determinarse

**N:** universo o población a estudiarse

**N-1:** corrección que se usa para muestras mayores a 30 unidades

**E:** límite aceptable de error de muestra (5%)

**Z<sup>2</sup>:** nivel de confianza, 1.96

**δ<sup>2</sup>:** Varianza de la población, valor constante de 0.25

$$n = \frac{5477(0.25)(1.96)^2}{(0.05)^2(5477-1) + (0.25)(1.96)^2}$$

$$n = 359$$

En la muestra de la población identificada se aplicaron 359 encuestas, para obtener la información requerida.

### 1.6.3 INFORMACIÓN PRIMARIA

La recolección de la información primaria se realizó en base a lo siguiente:

- **ENCUESTAS:** las encuestas se las realizó a los habitantes de la parroquia de Ambuquí dirigidas a productores, aplicando preguntas referentes a producción, formas de organización, aspectos relacionados con la actividad productiva las cuales se obtuvo importante información que nos permitió determinar de manera clara y concisa aspectos de mucho interés para la presente investigación.

### 1.6.4 INFORMACIÓN SECUNDARIA

Para ampliar la información obtenida y que sirvió de sustento teórico sobre la producción y comercialización de fréjol se recurrió a la siguiente información:

- Documentos escritos por el INIAP referentes a la producción de fréjol
- Plan de Desarrollo Ordenamiento Territorial de Ambuquí
- Folletos que publica el Ministerio de Agricultura y Ganadería
- Libros referente al tema de investigación
- El internet que es un medio fabuloso que permitió ampliar la información científica y técnica de la investigación.

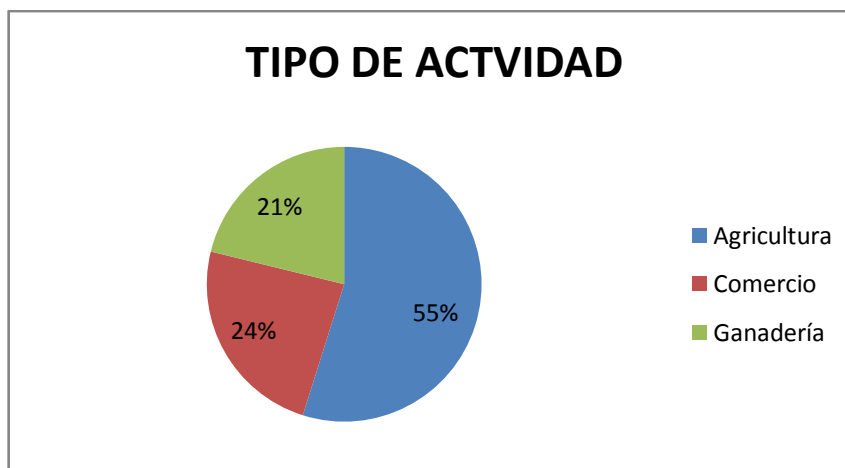
## 1.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

### 1. ¿A qué tipo de actividad económica se dedica usted?

**TABLA # 1**  
**TIPO DE ACTIVIDAD**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Agricultura	197	55%
Comercio	86	24%
Ganadería	76	21%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 1**



#### **ANÁLISIS:**

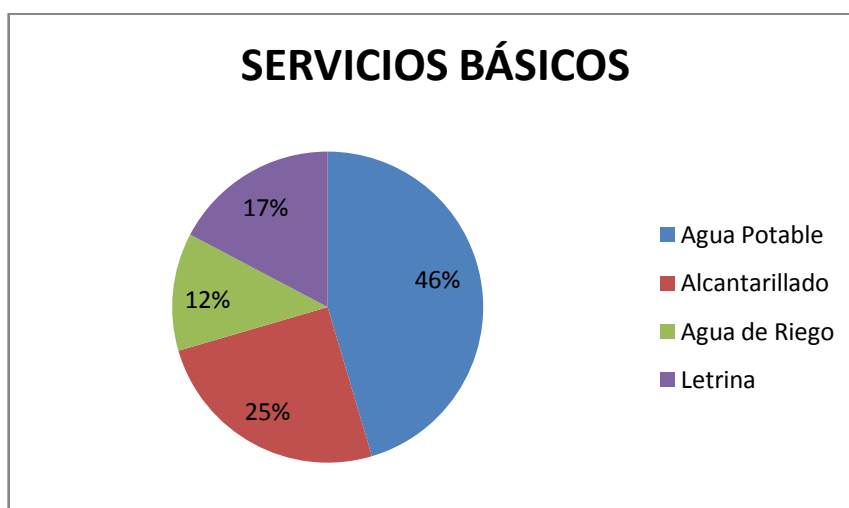
En las encuestas que se realizaron a los agricultores de la parroquia Ambuquí se llegó a determinar que el mayor porcentaje de la población tomada como análisis, se dedica a la producción agrícola desde hace mucho tiempo, mientras que el resto de encuestados se han dedicado a otro tipo de actividad por lo cual puedo manifestar que tienen mucha experiencia en la producción agrícola, es decir que los productores de esta zona son de muy buena calidad.

2. ¿Cuáles son los servicios básicos con los que Ud. Cuenta?

**TABLA # 2**  
**SERVICIOS BÁSICOS**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Agua Potable	163	46%
Alcantarillado	90	25%
Agua de Riego	44	12%
Letrina	62	17%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 2**



**ANÁLISIS:**

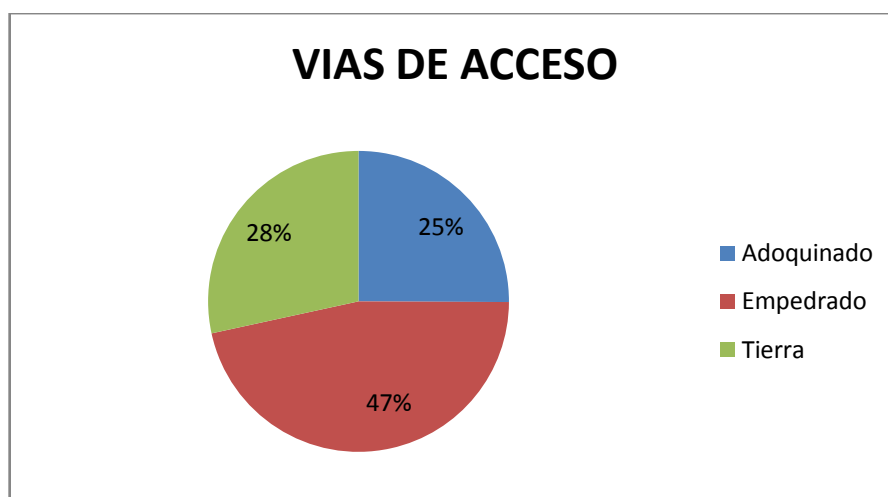
En base la información obtenida se conoce que la mayoría de la población de la parroquia Ambuquí cuenta con el principal servicio básico, ya que el 46% que representa 163 agricultores, manifestaron que cuentan con agua potable que es lo básico para subsistir y a la vez ayuda a que tengan condiciones adecuadas para sus cultivos ya que es un medio vital para toda la humanidad.

3. ¿Las vías de acceso que tiene la parroquia para transportar los productos es?

**TABLA # 3**  
**VÍAS DE ACCESO**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Adoquinado	90	25%
Empedrado	167	47%
Tierra	102	28%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 3**



**ANÁLISIS:**

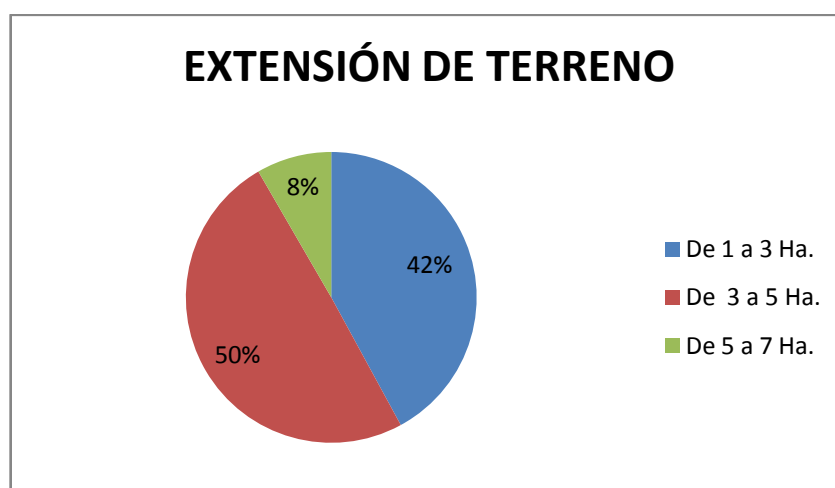
Como resultado de las encuestas que se realizaron en la parroquia Ambuquí, el 47% de la población manifiesta que las vías de acceso es empedrado, ya hay veces que se les dificulta un poco debido a que no existe mucho transporte por el mal estado de las vías a diferencia del 25% sus vías son adecuadas es decir son adoquinadas lo cual no tiene mucho problema al transportar sus productos a otros lugares.

#### 4. ¿Qué extensión de terreno destina para la producción de fréjol?

**TABLA # 4**  
**EXTENSIÓN DE TERRENO**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
De 1 a 3 Ha.	151	42%
De 3 a 5 Ha.	178	50%
De 5 a 7 Ha.	30	8%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 4**



#### **ANÁLISIS:**

En base a la información recopilada la mayor parte de agricultores destinan en un promedio de 1 a 5 hectáreas para la producción de fréjol, es decir que la mayoría de la población se dedica a la siembra de fréjol a diferencia del 8 % destina más hectáreas ya que no únicamente siembra fréjol sino también destina este espacio para otros productos que le generen rentabilidad.

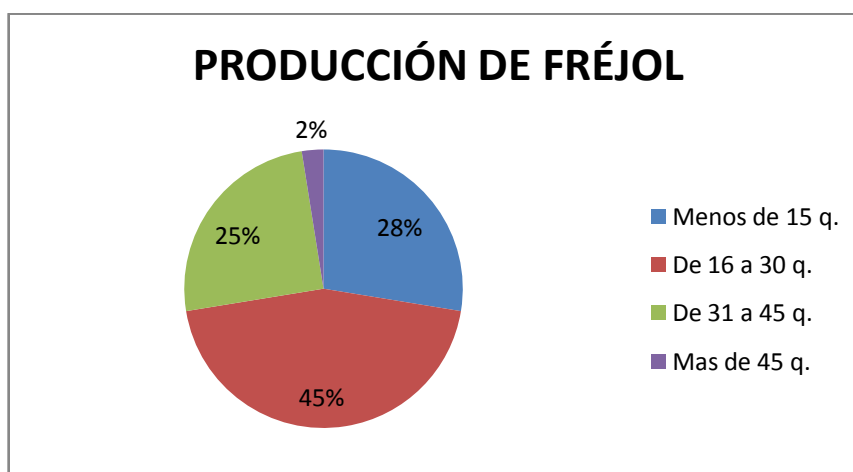


5. ¿Cuál es la producción de fréjol por hectáreas de terreno?

**TABLA # 5**  
**PRODUCCIÓN DE FRÉJOL**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Menos de 15 q.	99	28%
De 16 a 30 q.	161	45%
De 31 a 45 q.	90	25%
Más de 45 q.	9	2%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 5**



**ANÁLISIS:**

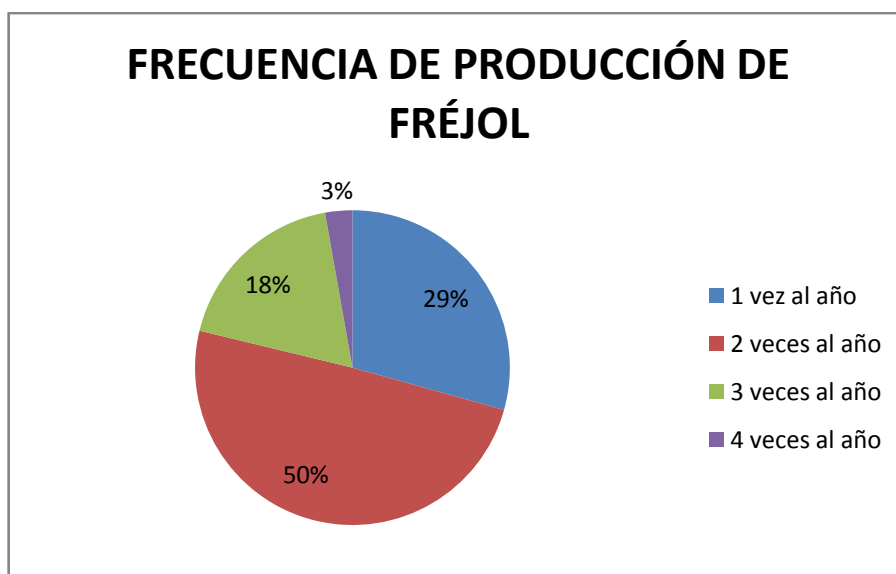
Con la investigación de campo se logró determinar que la mayor parte de agricultores producen de 16 a 30 quintales lo que se puede concluir que los niveles de productividad en la zona son altos claro está que los factores ambientales son determinantes en el ciclo productivo.

## 6. ¿Cuáles la frecuencia de producción de fréjol?

**TABLA # 6**  
**FRECUENCIA DE PRODUCCIÓN DE FRÉJOL**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
1 vez al año	105	29%
2 veces al año	177	50%
3 veces al año	66	18%
4 veces al año	10	3%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 6**



### **ANÁLISIS:**

Mediante la información recolectada se confirmó que la producción del fréjol en la zona es de dos ciclos de cultivo por año ya que las semillas utilizadas son de ciclo corto, como también existen variedades de fréjol que se cultiva en forma anual.

## 7. ¿Qué tiempo lleva en la actividad de producción de Fréjol?

**TABLA # 7**  
**TIEMPO EN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Menos de 3 años	72	20%
De 3 a 6 años	66	18%
De 7 a 10 años	97	27%
Más de 10 años	124	35%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 7**



### **ANÁLISIS:**

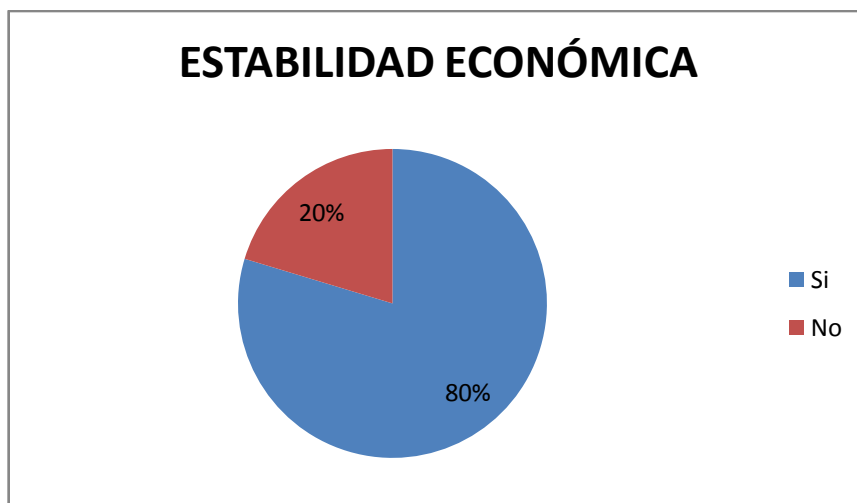
Con respecto al tiempo de la actividad agrícola la mayor parte de la población lleva más de 10 años lo que se puede afirmar que estos productores tienen experiencia y manejan buenas técnicas agrícolas.

**8. ¿La actividad que desempeña actualmente genera estabilidad?**

**TABLA # 8**  
**ESTABILIDAD ECONÓMICA**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Si	286	80%
No	73	20%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 8**



**ANÁLISIS:**

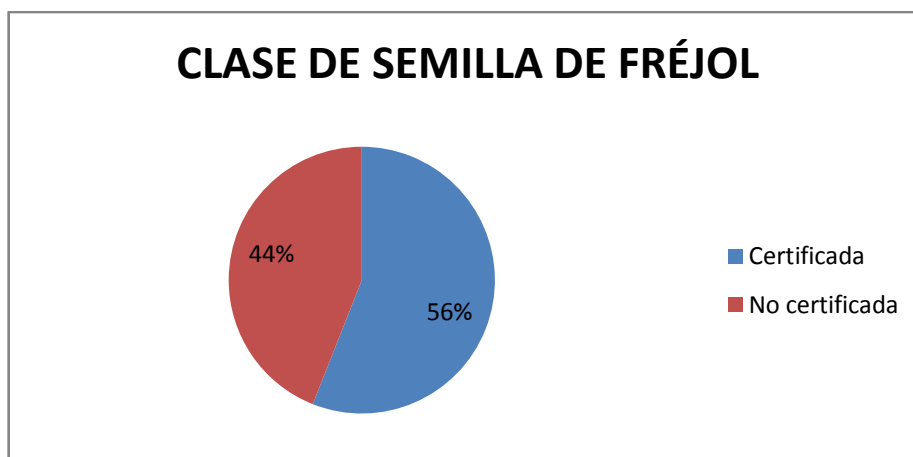
Con la información recolectada a través de encuestas se determinó que el sector agrícola de la parroquia Ambuquí en un porcentaje alto tiene estabilidad ya que la actividad a la cual se dedica genera ingresos que cubren sus necesidades económicas.

9. ¿La semilla de fréjol que usted utiliza para la siembra es?

**TABLA # 9**  
**CLASE DE SEMILLA DE FRÉJOL**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Certificada	201	56%
No certificada	158	44%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 9**



**ANÁLISIS:**

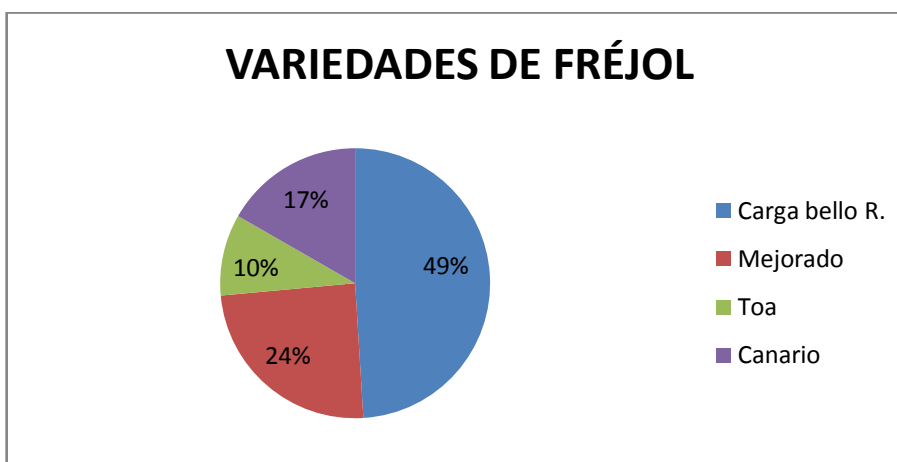
En base a la información obtenida se puede decir que el 56% del total de agricultores utilizan semillas certificadas, ellos la adquieren en los almacenes agrícolas de la localidad, un porcentaje casi similar manifiestan que para la siembra de fréjol utilizan semillas propias por su bajo costo.

10. ¿Cuáles son las variedades de fréjol que usted siembra?

**TABLA # 10**  
**VARIEDADES DE FRÉJOL**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Carga bello R.	176	49%
Mejorado	88	25%
Toa	35	10%
Canario	60	16%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 10**



**ANÁLISIS:**

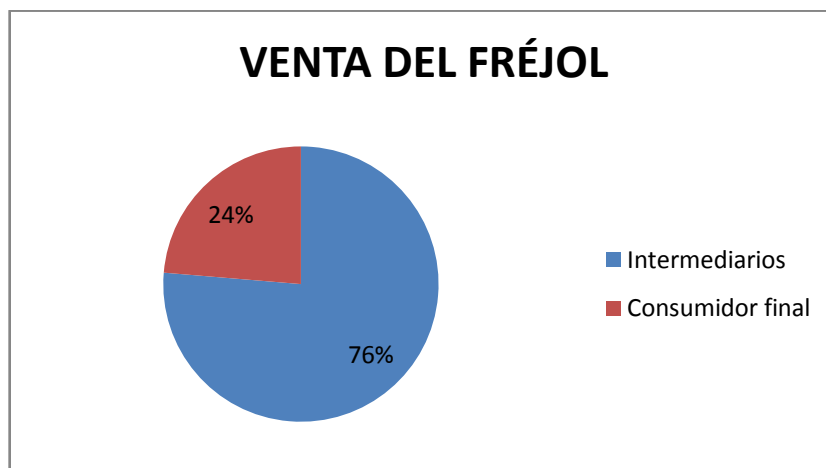
La variedad de fréjol que se cultiva en la parroquia Ambuquí es Carga bello rojo, fréjol negro, según la información recolectada a través de la investigación de campo, existe una mínima parte de la población que utiliza semillas nuevas.

11. ¿Su producto lo vende a?

**TABLA # 11**  
**VENTA DEL FRÉJOL**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Intermediarios	274	76%
Consumidor final	85	24%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 11**



**ANÁLISIS:**

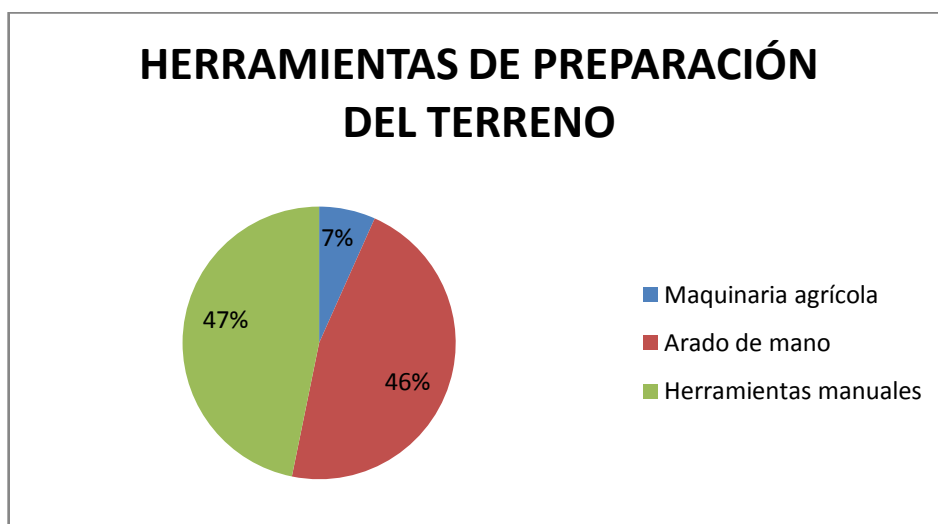
Como resultado de las encuestas realizadas en la parroquia Ambuquí se evidencio que los agricultores venden sus productos a través de intermediarios y una mínima parte nos manifestó que lo realiza directamente al consumidor final por ejemplo en el mercado para ser distribuido a todos los consumidores.

12. ¿Para la preparación del terreno que medios utiliza?

**TABLA # 12**  
**HERRAMIENTAS DE PREPARACIÓN DEL TERRENO**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Maquinaria agrícola	24	7%
Arado de mano	167	47%
Herramientas manuales	168	46%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 12**



**ANÁLISIS:**

Después de un previo análisis se llegó a determinar que los agricultores utilizan herramientas manuales para la preparación del terreno es decir ellos no cuentan con maquinaria adecuada, mientras que el mínimo porcentaje han adquirido maquinaria que facilite su producción agrícola por lo que podemos concluir que la mayoría de agricultores utilizan sus propios mecanismos y mano de obra.

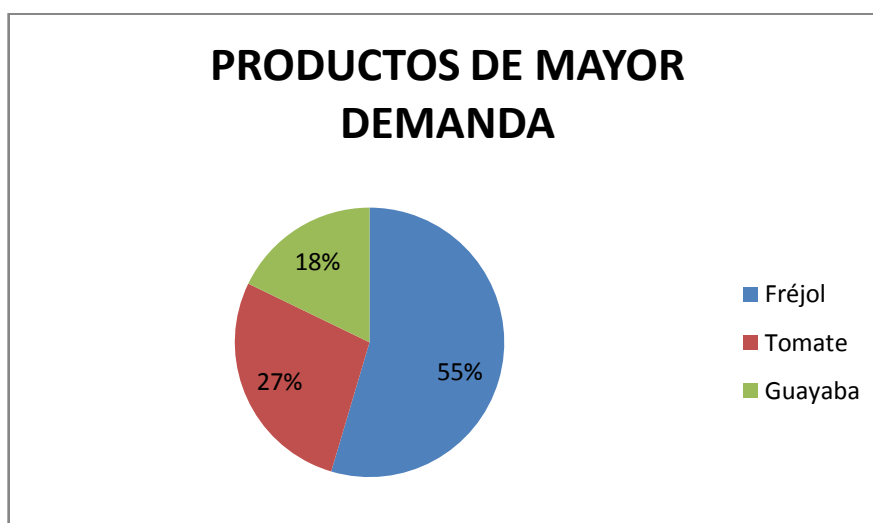


13. ¿De la siguiente lista señale los productos que mayor demanda tiene en la zona?

**TABLA # 13**  
**PRODUCTOS DE MAYOR DEMANDA**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Fréjol	196	55%
Tomate	99	28%
Guayaba	64	17%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 13**



**ANÁLISIS:**

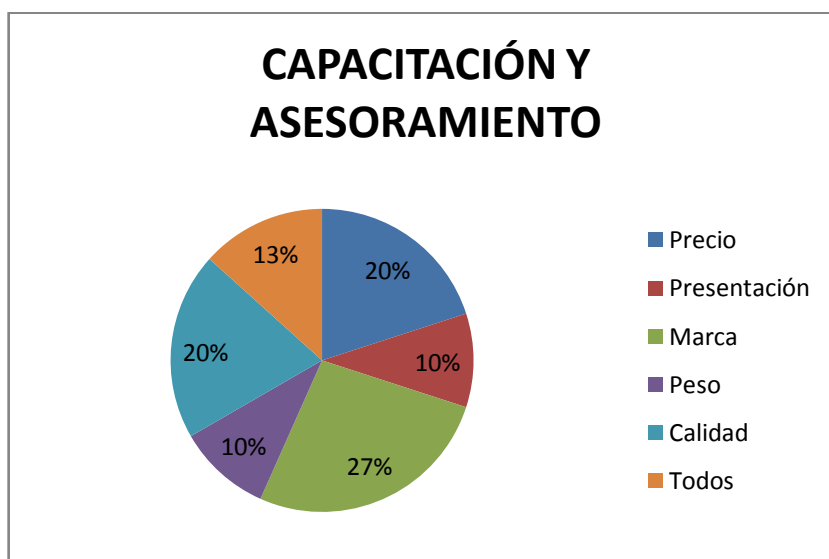
En base a la información obtenida se da a conocer que los agricultores se dedica a la siembra de fréjol, siendo el de mayor demanda, ya que por su experiencia manifiestan que es uno de los cultivos rotativos, que a diferencia de la guayaba, tomate.

14. ¿Ha recibido capacitación y asesoramiento en las áreas de?

**TABLA # 14**  
**CAPACITACIÓN Y ASESORAMIENTO**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Producción	80	20%
Comercialización	20	6%
Costos	5	1%
Contabilidad	5	1%
Ninguna	259	72%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 14**



**ANÁLISIS:**

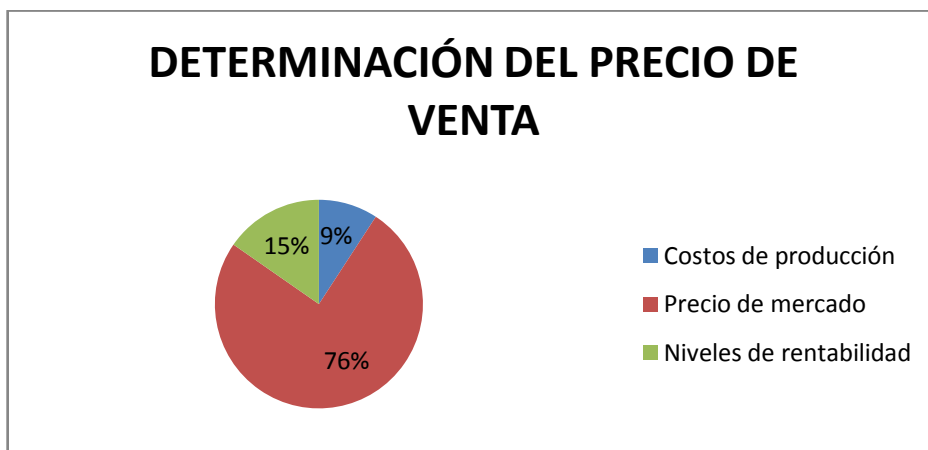
Como resultado de las encuestas se obtuvo que la población dedicada a la actividad agrícola no cuentan con ninguna capacitación ni asesoramiento dentro de los campos que tengan relación con la actividad agrícola mientras que el mínimo porcentaje únicamente tienen conocimiento sobre contabilidad por algunas capacitaciones que les han brindado algunas organizaciones.

15. ¿Qué elementos toma en cuenta para fijar el precio de venta?

**TABLA # 15**  
**DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Costos de producción	33	9%
Precio de mercado	271	75%
Niveles de rentabilidad	55	16%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 15**



**ANÁLISIS:**

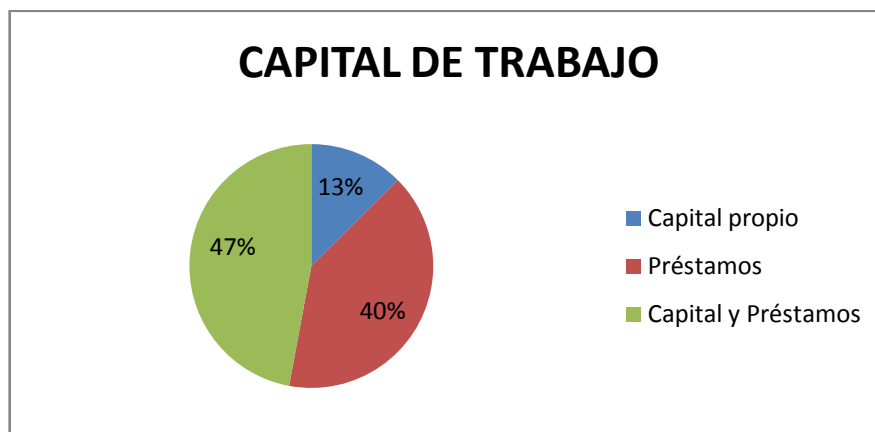
Como resultado a la encuesta aplicada a los agricultores se obtuvo lo siguiente, los agricultores para fijar el precio de venta lo realiza de acuerdo al precio del mercado a diferencia del 9% de los agricultores supieron manifestar que para la fijación de precios y niveles de rentabilidad toma en consideración y hace una estimación de los costos que incurrió para la producción y también a esto le incluye la rentabilidad que desea obtener.

16. ¿El capital con el que trabaja usted es?

**TABLA # 16**  
**CAPITAL DE TRABAJO**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Capital propio	45	13%
Préstamos	145	40%
Capital y Préstamos	169	47%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 16**



**ANÁLISIS:**

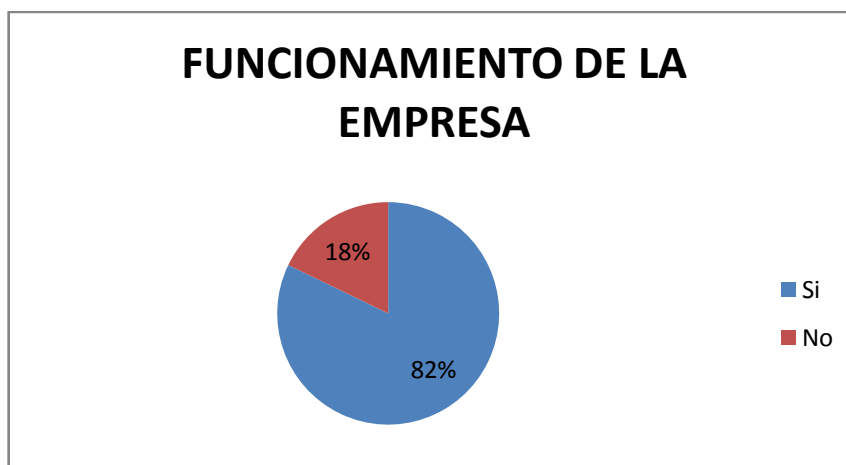
Como podemos ver en el gráfico los agricultores trabaja con capital propio y también con préstamos hechos a instituciones financieras que les brinda apoyo para realizar actividades agrícolas y un mínimo porcentaje que equivale al 13% nos manifestaron que para trabajar en la actividad agrícola cuentan con su capital propio y no necesitan de realizar prestamos ya que la mayoría de instituciones cobran a una tasa de interés muy alta.

17. ¿Estaría de acuerdo en que funcione una empresa comercializadora de fréjol pre cocido y empacado al vacío en la ciudad de Ibarra?

**TABLA # 17**  
**FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Si	295	82%
No	64	18%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 17**



**ANÁLISIS:**

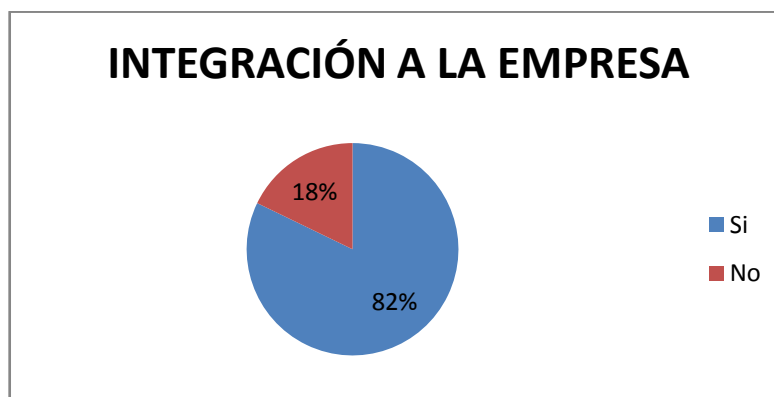
Cuando se dio a conocer por qué se está realizando este tipo de investigación, la población de la Parroquia Ambuquí supo manifestar que estaban de acuerdo con la creación de la empresa, mientras que el resto de la población no está de acuerdo ya que ellos trabajan independientemente con su propio capital.

18. ¿Estaría de acuerdo en formar parte de esta empresa?

**TABLA # 18**  
**INTEGRACIÓN A LA EMPRESA**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Si	295	82%
No	64	18%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 18**



**ANÁLISIS:**

De acuerdo con la encuesta realizada a los agricultores de la parroquia Ambuquí en cuanto a que si les gustaría formar parte de la empresa el mayor porcentaje que representa 295 personas nos manifestaron que si estarían interesados ser parte de esta nueva unidad mientras que el menor porcentaje no están de acuerdo ya que ellos trabajan con su familia.

## **1.8 DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades Y Riesgos**

### **1.8.1 ALIADOS**

- Los productores de la parroquia Ambuquí están organizados.
- Existencia de un programa del Ministerio de Agricultura para la producción y comercialización del fréjol.
- Clima favorable para la producción de fréjol.
- Disponibilidad de variedades de fréjol.

### **1.8.2 Oponentes**

- Ausencia de tecnología actualizada en el cultivo del fréjol.
- Carencia de semillas certificadas a bajo costo.
- Alto costo de los insumos agrícolas.
- Escasez de agua para el cultivo.

### **1.8.3 Oportunidades**

- Nuevas tendencias de consumo.
- Disponibilidad de nuevas tecnologías para cultivar al fréjol.
- Demanda potencial significativa en la región.
- Programas de incentivos de cultivo de fréjol por parte del gobierno con créditos blandos.

### **1.8.4 Riesgos**

- El Sistema Financiero del país maneja altas tasas en los créditos.
- Inestabilidad política económica del país generan incertidumbre en las inversiones.
- La presencia de plagas y enfermedades.
- Inestabilidad climática.

## **1.9 CRUCES ESTRATÉGICOS**

### **ALIADOS Y OPORTUNIDADES**

- Aprovechar las condiciones climáticas de la parroquia Ambuquí para la elevar la producción de fréjol y satisfacer la creciente demanda del producto.
- Las organizaciones de agricultores de la zona deben captar programas de créditos gubernamentales para mejorar la producción.

### **ALIADOS Y RIESGOS**

- Utilizar variedades de fréjol adecuadas que mejoren la productividad en condiciones climatológicas variables.
- Aplicar los programas del Ministerio de Agricultura para mitigar los problemas de plagas y enfermedades de la producción de fréjol.

### **OPONENTES Y OPORTUNIDADES**

- Utilizar tecnologías de producción agrícolas actuales para mejorar la productividad del sector del cultivo de fréjol.
- Para evitar la competencia desleal se debe buscar nuevos mercados que crecen a nivel regional, diversificando el producto con respecto a la presentación.

### **OPONENTES Y RIESGOS**

- Utilizar insumos de sello verde para minimizar los costos y mantener un control adecuado de plagas y enfermedades.
- Gestionar ante instituciones gubernamentales dedicadas al control de importación de productos para evitar el comercio injusto.



## **1.10 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA U OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN**

En el diagnóstico situacional al sector agrícola de la parroquia Ambuquí relacionado con la producción de fréjol se determina que, el nodo crítico que está afectando a la rentabilidad del cultivo es la débil forma de comercialización, porque el mayor beneficio tienen los intermediarios dejando a los productores niveles de supervivencia.

Ante esta situación urge la necesidad de encontrar una solución de corto plazo referente a mejorar la comercialización final del producto buscando mercados atractivos que demanden al producto al precio justo. Es por ello que los productores de fréjol tendrán la oportunidad de tener una alianza con la empresa.

Razón por la cual este estudio se enfoca en demostrar la factibilidad de crear una empresa comercializadora de fréjol pre cocido y empacado al vacío en la ciudad de Ibarra.

## **CAPÍTULO II**

### **2 BASES TEÓRICAS CIENTÍFICAS**

#### **2.1 LA EMPRESA**

##### **2.1.1 DEFINICIÓN DE EMPRESA**

Lopez, F. (2009) Pág. 29 manifiesta: “Una empresa es una combinación organizada de dinero y personas que trabajan juntas, que producen un valor material (un beneficio) tanto para las personas que han aportado ese dinero (los propietarios), como para las personas que trabajan con ese dinero en esa empresa (los empleados), a través de la producción de determinados productos o servicios que venden a personas o entidades interesadas en ellos (los cliente).”

En la actualidad hablar de una empresa es uno de los términos más importantes ya que constituyen una alternativa para solucionar algunos problemas que enfrentan nuestra sociedad, como también a través de ellas buscar nuevas maneras de un desarrollo económico para así contribuir al país y generar fuentes de trabajo y satisfaciendo las necesidades del consumidor.

##### **2.1.2 OBJETIVOS DE LA EMPRESA**

Los objetivos de una empresa apunta a un fin común, maximizar resultados en todas las áreas de la misma, por ello se jerarquizan, conformando un red para obtener en su conjunto el o los beneficios para los cuales fue constituida (su esencia).

- a) Unifican esfuerzos y los direccionan
- b) Representan la base para creación de estrategias.
- c) Orientan la asignación de recursos.
- d) Constituyen el eje para llevar a cabo actividades.
- e) Definen la eficacia de la empresa (productividad) a través de la evaluación de los resultados en cada área de la empresa.

Toda empresa está comprometida a cumplir sus metas y objetivos que se han propuesto para el beneficio de esta y lo cual ayudara a mejorar sus productos o servicios al igual que los ingresos de la empresa.

### **2.1.3 IMPORTANCIA DE LA EMPRESA AGRÍCOLA**

Hoy en día las empresas desempeñan un papel muy importante para los pequeños y medianos agricultores ya que constituye una manera o alternativa de desarrollarse como productores, es una de las principales fuentes de empleo, puede potencialmente constituirse en apoyo importante a las grandes empresas y a la vez la oportunidad de producir y ofrecer productos a diferentes mercados de la región.

## **2.2 PRODUCCIÓN**

### **2.2.1 DEFINICIÓN DE PRODUCCIÓN**

Según ANZOLA, (2010), Pág. 192, indica:“es la transformación de insumos de recursos humanos y físicos en productos deseados por los consumidores. Estos productos pueden ser bienes y/o servicios.”

La Producción es la creación de un bien o servicio mediante la combinación de factores necesarios para conseguir satisfacer la necesidad creada. Identifiquemos los elementos fundamentales en el área de la Producción:

- a) Hombre
- b) Maquinaria
- c) Materiales

Con una buena administración de los elementos podremos tener productos que nos ayuden a generar una ganancia para la empresa, y por lo tanto esto traerá prosperidad.

### **2.2.2 CARACTERÍSTICAS**

La producción y el cambio de las mercancías se sistematizan en conformidad con la ley económica llamada ley del valor. La producción mercantil no constituye un modo de producción especial. Por su forma y

contenido, alcanza un desarrollo en dependencia del nivel y del carácter de las fuerzas productivas y de las relaciones de producción, del modo de producción dominante.

### **2.2.3 IMPORTANCIA**

Esta área es importante porque es la encargada de la creación de un bien o servicio mediante la combinación de factores necesarios para conseguir satisfacer la necesidad creada.

## **2.3 COMERCIALIZACIÓN**

### **2.3.1 DEFINICIÓN**

BACA, Gabriel (2010) Pág. 57, afirma: “Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”

Comprende de todos los servicios y actividades comerciales y de elaboración que permiten o facilitan la movilización y transformación de estos bienes desde el punto inicial de su cosecha u obtención, hasta llegar a manos del consumidor.

### **2.3.2 IMPORTANCIA**

Es parte importante de todo un sistema comercial destinado a suministrar a los consumidores los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades. Al combinar producción y comercialización, se obtienen las cuatro utilidades económicas básicas: de forma, de tiempo, de lugar y de posesión, necesarias para satisfacer al consumidor. En este caso utilidad significa la capacidad para ofrecer satisfacción a las necesidades humanas. No hay necesidad por satisfacer y por ende no hay utilidad.

- a) La comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean, y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece.

- b) Utilidad de posesión significa obtener un producto y tener el derecho de usarlo o consumirlo.
- c) Utilidad de tiempo significa disponer del producto cuando el cliente lo desee.
- d) Utilidad de lugar significa disponer del producto donde el cliente lo desee.

### **2.3.3 CARACTERÍSTICAS**

Analizar las necesidades de las personas decidir que prefieren consumidores.

- a) Prever qué tipos de productos desearan los consumidores y decidir cuáles de estas personas tratara de satisfacer empresa.
- b) Estimar cuantas de esas personas comprarán el producto en los próximos años.
- c) Determinar en dónde estarán los consumidores y como poner los productos a su alcance.
- d) Calcular qué precio estarán dispuestos a pagar y si la empresa obtendrá ganancias vendiendo a ese precio.
- e) Decidir qué clase de promoción deberá utilizarse para que los probables clientes conozcan el producto de la empresa.
- f) Estimar cuántas empresas competidoras estarán fabricando el producto, qué cantidad producirán, de qué clase y a qué precio.

### **2.4 EL FRÉJOL**

[Http://www.infoagro.com/diccionario\\_agricola/traducir.asp?i=9&id=57](http://www.infoagro.com/diccionario_agricola/traducir.asp?i=9&id=57) en relación al frejol manifiesta: “Legumbre de color, forma y dimensiones variables, en cuyo interior se disponen de 4 a 6 semillas. Existen frutos de color verde, amarillo jaspeado de marrón o rojo sobre verde, etc....la altitud de mejor desarrollo es de 1800-300 m para el Ecuador.”

El fréjol es una proteína muy importante para todos los habitantes ya que constituye un alimento muy nutritivo para las personas a su vez permite la accesibilidad en todos los puntos de venta como mercados, centros de abastos etc.

#### **2.4.1 COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DEL FREJOL**

El frejol es un alimento muy completo a nivel nutricional y uno de los más consumidos en Colombia, completo porque aporta el organismo carbohidratos, vitaminas del complejo B como lo niacina, riboflavina, ácido fólico y minerales como el hierro, zinc, potasio, magnesio.

Por su gran contenido nutricional el frejol es utilizado en diferentes preparaciones como: harina de frejol, ensalada de frejol, puré de frejol, entre otros.

#### **2.4.2 VARIEDADES DE FRÉJOL**

Este tipo de leguminosa tiene algunas variedades que mencionaremos los siguientes; ya que según PERALTA, M (1999) da a conocer las siguientes variedades INIAP 414 Yunguilla Rojo Moteado, blanco amarillo, negro, etc. Pág. 34

En la actualidad existe gran variedad de frejol como mencionamos anteriormente es por ello que algunos agricultores siembran diferentes variedades de acuerdo a la demanda del mismo y de esta manera poder producir mayor cantidad de esta leguminosa y satisfacer las necesidades de los consumidores.

#### **2.4.3 PRODUCCIÓN DEL FRÉJOL**

El proceso productivo del fréjol trae consigo mucho cuidado y responsabilidad por parte de los agricultores ya que varios factores para obtener una buena producción que beneficiaría tanto a la empresa como a sus productores.

#### **2.5 EL FRÉJOL EN EL ECUADOR Y COMO PRODUCTO DE CONSUMO**

En la actualidad el cultivo de fréjol constituye una de las alternativas más importantes para los agricultores del Ecuador ya que representa una alternativa de mejorar sus ingresos debido a que este producto lo

consumen la mayoría de la población y en el mercado externo se negocia en base a clases comerciales, sujetas a estándares de calidad.

## **2.6 PRE COCIDO**

### **2.6.1 PROCESO DEL PRE COCIDO**

Para obtener el producto se debe seguir el siguiente procedimiento:

#### **a) RECEPCIÓN Y CONTROL DE MATERIA PRIMA**

La recepción de esta leguminosa que procede del campo será recibida en el área correspondiente para registrar el peso neto del bulto, esto se realizará con una pesa o báscula. En este proceso es necesario seleccionar el fréjol que se encuentra en mal estado de aquel que está en buenas condiciones, manteniendo siempre un control de calidad del producto que se va a comercializar.

#### **b) LIMPIEZA**

Se hace con el fin de quitar todo tipo de bacterias provenientes del suelo y del medio ambiente.

#### **c) REMOJO**

El fréjol será sumergido en agua destilada por 9, 18 y 27 horas a temperatura ambiente.

#### **d) COCCIÓN**

El fréjol remojado será puesto en un horno industrial, el cual se le cocinara a 96 grados de temperatura en un tiempo de 20 minutos, para luego pasar al empaque al vacío.

## **2.7 EMPAQUE AL VACÍO**

Hoy en día estos sistemas de empackado al vacío solucionan en gran parte muchos problemas de la conservación de alimentos de diversos

tipos, es un sistema por el cual se procura generar un empaque libre de oxígeno para conservar un producto y mantenerlo en buenas condiciones durante más tiempo, permite al producto llegar a lugares más distantes, así como almacenarlos más tiempo.

### **2.7.1 PROCESO DE EMPACADO AL VACÍO DEL FRÉJOL**

Para obtener el producto final se debe seguir el siguiente procedimiento:

#### **a) ENFUNDADO**

Se procederá a enfundar el fréjol con un contenido de 500g cada funda o empaque.

#### **b) EXTRACCIÓN DEL AIRE DEL INTERIOR DEL EMPAQUE YSELLADO**

Este procedimiento se realiza para que el producto que está dentro de la funda o envase dure mayor tiempo.

Se utilizará una máquina selladora la misma que proporciona un sellado más seguro y de larga duración.

#### **c) ETIQUETADO Y EMBODEGADO**

Una vez realizado todos los pasos para la obtención del producto procedemos a etiquetar, el mismo que puede ser un adhesivo ya impreso en el empaque mismo, y posteriormente el producto final será embodegado.

### **2.8 ESTRATEGIA COMERCIAL**

La estrategia comercial que se define para el proyecto deberán basarse en cuatro dimensiones fundamentales que influyen individual y globalmente en la composición del flujo de caja del proyecto, tales decisiones se refieren al producto, precio, promoción y distribución.



La estrategia comercial se utiliza en el proceso de desarrollo de la empresa comercializadora que indicara el triunfo o fracaso de la organización o sobrevivencia en un medio ambiente generalmente turbulento.

## **2.9 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

Según URBINA, Gabriel (2010), pág. 97 afirma: “La estructura organizacional se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a las relaciones entre los gerentes y los empleados, entre gerentes y gerentes; y, entre empleados y empleados. Los departamentos de una organización se pueden estructurar formalmente en tres formas básicas: por función, por producto/mercado en forma de matriz.”

De la cita antes mencionada se puede decir que la Estructura Organizacional tiene que ver con aspectos del proyecto para su funcionamiento como situación legal, misión, visión, políticas entre otros aspectos necesarios para un funcionamiento normal de la entidad.

### **2.9.1 MISIÓN**

Según WHEELLEN, Thomas L. HUNDER, David J. (2007) Pág. 12 dice: “la misión de una organización es el propósito o razón de ella, declara lo que la empresa proporciona a la sociedad, el propósito exclusivo y fundamental que distinguen a una empresa de otras de su tipo e identifica el alcance de sus operaciones con respecto a los productos que ofrece y los mercados que sirve.”

La visión consiste en definir el objetivo central de la empresa teniendo en cuenta sus valores donde si bien estos son estáticos, es por ello que la misión es cambio es dinámica.

### **2.9.2 VISIÓN**

Para D´ ALESSIO, Fernando (2008) Pág. 61 afirma: “la visión de una organización es la definición deseada de su futuro responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser, implica un enfoque de largo plazo.”

La visión expresa el marco de referencia de lo que una organización quiere llegar a ser a futuro es decir señala el rumbo a seguir para pasar de lo que somos a lo que queremos ser.

### **2.9.3 ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL**

Según MUNCH, Galindo (2005) afirma pág. 285 “La organización estructural tiene que ver con el medio ambiente donde se desarrolla el proyecto, la autoridad, los mecanismos de coordinación, y los principios con los que se debe regir”

La organización estructural está diseñado para lograr el óptimo funcionamiento de la empresa dependiendo de las exigencias técnicas y legales, además se tomara en cuenta el presupuesto con el que cuente la entidad, dependiendo de las necesidades y exigencias técnicas, se conformara cada departamento que consta en el organigrama con su representante legal y número de plazas en cada uno de ellos, conforme se lo ha establecido.

### **2.10 ESTUDIO DE MERCADO**

(BACA, 2006, pág. 7) Define: “Con este nombre se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio, consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.”

El estudio de mercado es un proceso sistemático en donde se recoge la información de los clientes, competidores y el mercado para luego establecer un plan de negocios de cómo vamos a vender el producto o servicio, o como mejorar el producto o servicio existente para expandirse a nuevos mercados.

#### **2.10.1 MERCADO META**

El mercado meta se relaciona con las necesidades de la empresa para definir una segmentación de mercado a la cual quiere llegar.

### **2.10.2 OFERTA**

BACA, Gabriel (2010) Pág. 48 Afirma: “La oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.”

La oferta determina la existencia de proveedores en un mercado que está en la espera de adquirir un producto o servicio y ayuda conocer exactamente las necesidades que existen en el mercado, tomando en cuenta los requerimientos que exigen para la compra del producto o servicio.

### **2.10.3 DEMANDA**

(DIAZ, 2009, pág. 45) Dice: “El concepto de la demanda está íntimamente ligado al concepto de necesidad, deseo y poder de compra. Un determinado usuario potencial puede querer o necesitar un bien o un servicio, pero sólo el poder de compra que tenga determinará la demanda de ese bien o servicio.”

La demanda está basada de acuerdo a la necesidad del mercado, que presenta problemas para la adquisición sea de productos o servicios, en donde el consumidor es la principal clave para conocer exactamente las necesidades y poder para cubrir gustos y preferencias de cada uno, tomando en cuenta la capacidad máxima del mercado.

### **2.10.4 PRECIO**

Según IPC (Índice de Precios al Consumidor) (2007) Pág. 26 manifiesta lo siguiente: “El precio es una variable de marketing que viene a resumir, en gran número de casos, la política comercial de la empresa, por un lado tenemos las necesidades del mercado, fijadas en un producto con unos atributos determinados, por otro tenemos el proceso de producción con los siguientes costos y objetivos de rentabilidad fijados”.

El valor que se le da a un producto se lo denomina precio, es determinado ya sea por el mercado o por su costo de producción o elaboración, tomando en cuenta siempre que este precio debe ser razonable, que justifique el valor propuesto en donde el comprador se encuentre conforme de obtener el producto y que esté de acuerdo a su costo.

### **2.10.5 COMERCIALIZACIÓN**

BACA, Gabriel (2010) Pág. 57, afirma: “Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”

La comercialización es una estrategia que se busca contar con los medios necesarios para comercializar al producto sin ningún inconveniente, permitiendo que el producto llegue a su destino final en perfectas condiciones, para que los consumidores no pongan obstáculos al momento de adquirir el producto.

La comercialización es otra de las estrategias importantes del mercado porque busca mecanismos que le permita cumplir con los pedidos requeridos a tiempo y que lleguen en las mejores condiciones.

#### **a) CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

Es la ruta que sigue un producto desde el agricultor, fabricante o importador original hasta el último consumidor. Entre los canales de comercialización más sobresalientes se tiene los siguientes:

Productor – Consumidor final

Productor – Minorista – consumidor final

Productor – Mayorista – Minorista – Consumidor final

Productor – Representantes – Minorista – Consumidor Final

Productor – Representantes – Mayoristas – Minoristas – Consumidor final.

Los canales de comercialización son los medios los cuales se basan la mercadotecnia para poder llegar los productos hasta el consumidor de una manera adecuada y oportuna.

#### **b) PROMOCIÓN**

Para ROMERO, Ricardo (2008)pág. 5 afirma que: “la promoción es el componente que se utiliza para persuadir e informar al mercado sobre los productos de una empresa.”

La promoción son los incentivos que se realizan a corto plazo para estimular las compras o ventas de un cierto producto o servicio.

### **c) PUBLICIDAD**

NAHMIAS, 2007, PAG. 555), Dice: “la publicidad se define como cualquier forma de comunicación impersonal pagada en la cual se identifica al patrocinador o empresa.”

La publicidad es una forma pagada de presentación del producto o servicio para que los consumidores conozcan los beneficios de este.

## **2.11 ESTUDIO TÉCNICO**

Según BACA, U. Gabriel (2010), Pág. 8 dice lo siguiente: “El estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes que son determinación de la planta, tamaño óptimo de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo.”

El estudio técnico es donde se estudia la inversión tamaño apropiado de las instalaciones ilustrando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto.

### **2.11.1 TAMAÑO DEL PROYECTO**

Según PRIETO, 2009, PAG 101, afirma: “la dimensión o tamaño del proyecto se define como la capacidad de producción en un determinado periodo de tiempo de funcionamiento. El tamaño del proyecto se puede dar en un número de unidades producidas, valor total de la producción, número de personas ocupadas en su vida útil, valor de activos totales, monto de la inversión, cantidad de maquinaria utilizada, número de personas utilizadas”

Con el tamaño del proyecto nos estamos refiriendo a la capacidad de producción instalada, ya sea diaria, semanal o anual, dependiendo del tipo de maquinaria o equipo que posea la empresa para determinar la capacidad de producción.

## **2.11.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

La localización del proyecto consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas de localización en el que el resultado de estas fuerzas produzca la mínima o máxima ganancia o el costo unitario.

### **a) MACRO LOCALIZACIÓN**

BETZAIDA, Guadalupe (2006), Pág. 38 expresa: “La macro localización tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente debe indicarse con un mapa del país o región dependiendo del área de influencia de proyecto.”

La macro localización se encarga de buscar el lugar más apropiada donde se desarrolle el proyecto, es la parte en donde se detalla específicamente la zona es decir establece las coordenadas geográficas con la finalidad de ubicar el sector que está en las condiciones para su elección.

### **b) MICRO LOCALIZACIÓN**

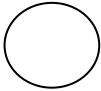



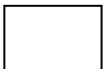
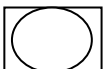
SAPAG, Reinaldo (2008), Pág. 220 afirma que: “La micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operara.”

Es importante para el análisis de la micro localización tomar en cuenta una serie de factores los mismo permitirán conocer las características que el sector presenta y que pueden ser favorables para el desarrollo del proyecto, para ellos se aplica si es necesario el método por puntos que depende según el puntaje de cada sector y el que mayor tenga es la mejor opción.

### **c) FLUJO GRAMAS DE PROCESOS**

BACA URBINA, Gabriel (2010), pág. 112 describe el diagrama de flujo de proceso como: “usa simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas dicha simbología es la siguiente.”

**CUADRO N° 2**  
**FLUJOGRAMA DE PROCESOS**

<b>SÍMBOLOS</b>	<b>SIGNIFICADO</b>
	<b>Operación:</b> significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto
	<b>Transporte:</b> es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación
	<b>Retraso:</b> se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad
	<b>Almacenamiento:</b> tanto la materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.
	<b>Inspección:</b> es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación un transporte o verificar la calidad de producto.
	<b>Operación Combinada:</b> ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas

Es una representación gráfica de la secuencia de actividades de un proceso. Trata de detallar en forma sencilla los procesos que han de seguirse para realizar en forma ordenada actividades encomendadas.

#### **d) MAQUINARIA Y EQUIPO**

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

#### **e) OBRAS CIVILES**

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

#### **f) PRESUPUESTO TÉCNICO**

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

#### **g) ACTIVO FIJO**

Son aquellas propiedades, bienes materiales o derechos que en el curso normal de los negocios no están destinados a la venta, sino que representan la inversión de capital o patrimonio de una dependencia o entidad en las cosas usadas o aprovechadas por ella, de modo periódico, permanente o semipermanente, en la producción o en la fabricación de un artículo para venta o la prestación de servicios a la propia entidad, a su clientela o al público en general.

#### **h) ACTIVO INTANGIBLE**

Es todo aquel bien que existe o que implica derechos y acciones de cobro, pues el activo intangible incluye el dinero disponible, las mercaderías elaboradas y en procesos de elaboración, las materias primas, títulos, acciones, entre otros.

#### **i) CAPITAL DE TRABAJO**

El capital de trabajo es la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades a corto plazo, es decir la inversión que se realiza para que esta funcione.

### **2.12 ESTUDIO FINANCIERO**

Según SAPAG, Nassir (2008), Pág. 29 dice lo siguiente: “El estado financiero permite ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para identificar su rentabilidad.”

De acuerdo con lo establecido en la cita anterior se concluye que el estudio financiero es aquel que nos ayuda a determinar los ingresos que pretendemos obtener a través del proyecto en un determinado periodo, al



igual determinamos los egresos a realizar como parte de su ejecución con el fin de establecer su rentabilidad que va a existir en la empresa o proyecto.

### **2.12.1 INGRESOS**

Según BRAVO, Mercedes (2009), Pág. 65 afirma: “Valor de cualquier naturaleza que recibe un sujeto sea en dinero o especies. Equivalente monetario de las ventas que la empresa ha realizado con sus clientes en un periodo de tiempo.”

De acuerdo con la cita anterior nos dice que es la venta obtenida por algún producto al cual estamos ofreciendo o un servicio que la empresa ofrece.

### **2.12.2 EGRESOS**

Egreso son los desembolsos que se hayan realizado en un determinado mes y que corresponden a anticipos de sueldos, pagos anticipados, compra de materia prima, mano de obra, entre otros.

#### **a) MATERIA PRIMA**

Constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semielaborado, se caracteriza por ser fácilmente identificable y cuantificable en el producto fabricado.

#### **b) MANO DE OBRA**

Es la fuerza de trabajo que participa directa e indirectamente en la transformación de los materiales en producto acabados ya sea que se intervenga manualmente o accionando maquinas.

#### **c) COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN (CIF)**

Los costos indirectos de fabricación hacen referencia al grupo de costos utilizados para desarrollar la actividad productiva, exceptuando los materiales directos y la mano de obra directa.

#### **d) GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Para SARMIENTO Rubén (2010), Pág. 17 manifiesta: “Los costos administrativos conocidos como gastos de administración; son valores destinados al normal desarrollo de este departamento por ejemplo: arriendo del departamento de administración, agua, luz, teléfono, fax de oficina, sueldos y beneficios sociales administrativos, etc.”

Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa.

#### **e) GASTOS DE VENTAS**

Para SARMIENTO Rubén (2010), Pág. 18 manifiesta: “los costos de ventas conocidos como gastos de ventas; son valores destinados al normal desarrollo de este departamento de ventas, agua luz teléfono, aporte patronal, aporte personal, gasto de viajes y movilización de vendedores, comisiones de ventas, publicidad y propaganda, etc.”

Son desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas.

### **2.12.3 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL**

Como su nombre le indica está indicando es el primer balance que se prepara en una empresa e indica su situación financiera de la empresa a una fecha determinada. La situación financiera de la empresa significa conocer cuáles son sus activos, pasivos y el capital de la empresa.

### **2.12.4 ESTADO DE RESULTADOS**

Según ZAPATA, Pedro (2008) dice pág. 61: “El Estado de Resultados muestra el efecto de las operaciones de una empresa y su resultado final ya sea ganancia o pérdida, muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un periodo determinado.”

El estado de resultados es un análisis de los resultados de las operaciones efectuadas durante un periodo contable, la cual mide la actividad gerencial para así informar a los socios o propietarios sobre la marcha del negocio.

### **2.12.5 FLUJO DE CAJA**

Según REY (2006) Pág. 404: afirma “El estado de flujo de efectivo informa sobre el origen y la utilización de los activos monetarios representativos de efectivo y otros activos equivalentes, clasificando los movimientos por actividades e indicando la variación neta de dicha variación en el ejercicio.”

El flujo de caja en un informe financiero que muestra los flujos de ingresos y egresos de efectivo que ha tenido una empresa durante un tiempo determinado.

### **2.12.6 EVALUACIÓN FINANCIERA**

Según MUNCH, Galindo (2008) pág. 76 señala lo siguiente: “El estudio de evaluación económica – financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Esto sirve para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable.”

Es el análisis de la posible factibilidad que puede tener el proyecto, en el aspecto financiero, para lograr el éxito de la factibilidad financiera es importante analizar y determinar los escenarios (riesgos).

#### **a) VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

Según SAPAG, Nassir (2008) pág. 321 señala: “el VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero, donde VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual.”

$$Van = \text{inversión} + \sum \frac{FCN}{(1 + TRM)^n}$$

El VAN es medir el comportamiento de los flujos futuros en términos de valor actual para establecer su poder de compra o capacidad adquisitiva.

#### **b) TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

Según FONTAINE R. Ernesto, (2008) en su libro Evaluación Social de Proyectos manifiesta: “Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero”

Formula del cálculo del TIR es la siguiente:

$$\text{TIR} = \text{Ts1} + \text{VAN1} (\text{Ts2} - \text{Ts1}) / (\text{VAN2} - \text{VAN1})$$

TS= tasa de partida o inicial que corresponde al van positivo.

VAN1 = valor actual neto positivo.

VAN2 = valor actual neto negativo.

Ts2 =tasa de partida o inicial que corresponde al van negativo.

La TIR es la rentabilidad que devuelve el proyecto en su vida útil.

### **c) PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)**

Según OCHOA, (2009) pág. 353 afirma que: “El periodo de recuperación de un proyecto indica cuanto tiempo es necesario para recuperar, o por medio de los flujos de efectivo o entradas, los recursos invertidos al inicio del proyecto, es decir, la inversión.”

El periodo de recuperación es establecer en que tiempo se recupera el dinero invertido en el proyecto.

### **d) COSTO / BENEFICIO**

Según SAPAG, Nassier (2008), Pág. 278 expresa: “El análisis de costo – beneficio es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto.”

El costo / beneficio es cuanto voy a recibir de beneficios en base a que voy a recibir.

### **e) PUNTO DE EQUILIBRIO**

Según MUNCH, Galindo (2006), Pág. 83 afirma: “El punto de equilibrio es válido únicamente para el año uno del proyecto porque mientras más tardío es el pronóstico es menos cierto.”

El punto de equilibrio no dice en qué momento se empieza a recuperar las inversiones fijas del proyecto.

## **f) SENSIBILIDAD DEL PROYECTO**

<http://www.gilbertorojas.co.cc/index35.html>, manifiesta lo siguiente” El análisis de sensibilidad es un cuadro resumen que muestra los valores de TIR para cualquier cambio previsible en cada una de las variables más relevantes de costos e ingresos del proyecto”

Es decir la sensibilidad del proyecto muestra la manera de cómo está funcionando o evolucionando el proyecto y todos los cambios que se realice dentro del mismo.

### **2.13 IMPACTOS**

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

## CAPÍTULO III

### 3 ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1 PRESENTACIÓN

Desde hace 30 años aproximadamente los pequeños, medianos y grandes productores ubicados en las riberas del río Chota (Imbabura) y del río Mira (Carchi) y su micro cuencas cultivan fréjol con técnicas tradicionales. El fréjol de grano rojo moteado constituye una fuente importante de alimentación e ingresos económicos por su venta, beneficia a innumerables familias de etnia mestiza, indígena y negra asentadas en esta área.

Cabe destacar que en el último año el precio del fréjol tuvo una fuerte tendencia a la baja, como consecuencia los productores no alcanzan a recuperar su inversión, atribuyéndose este problema, principalmente a las grandes importaciones realizadas por Colombia el año anterior. Los comerciantes mayoristas atribuyen que la disminución del precio del fréjol, se debe a la pérdida de calidad por la falta de las labores post cosecha, que presentan un producto de poca calidad (tercera clase).

A nivel nacional el mercado del fréjol está segmentado según las preferencias de los consumidores; esta situación se evidencia en el hecho de que las variedades que se ofrecen en las distintas regiones del país no son las mismas, aunque las variedades más comunes en todos los mercados son carga bello rojo, fréjol negro, canario, jema, toa, entre otros.

Es importante mencionar que existen problemas dentro de la comercialización la cual esta manejada por intermediarios que usualmente definen el precio de manera especulativa, perjudicando al productor quien asume el mayor riesgo y quien ha hecho la mayor inversión.

Es por ello que el presente estudio de mercado está enfocado a los siguientes aspectos: demanda, oferta, precio, producto, promoción y canales de distribución más apropiados que nos permitirán determinar si existe o no mercado para el fréjol pre cocido y empacado al vacío.

### **3.2 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO**

Las menestras o leguminosas de grano, de la cual forma parte el fréjol; se han constituido en un rubro muy dinámico en el sector agrícola de nuestro país, debido a ello su cultivo representa una importante alternativa de producción para miles de agricultores de la Sierra y otras regiones; sin embargo, una serie de limitaciones derivadas al escaso uso de tecnologías adecuadas hacen que no se aproveche eficientemente las condiciones agro climáticas excepcionales que ofrecen las zonas donde se siembra esta leguminosa .

Es por ello que el presente proyecto está enfocado a la producción y comercialización de fréjol pre cocido y empacado al vacío de diferentes variedades, y de esta manera satisfacer las necesidades del mercado local y nacional.

#### **3.2.1 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO**

- **COMPOSICIÓN NUTRICIONAL**

El fréjol es un alimento muy completo a nivel nutricional y uno de los más consumidos en Colombia. Completo porque aporta al organismo carbohidratos, vitaminas del complejo B como la niacina, riboflavina, ácido fólico, tiamina, y minerales como el hierro, el zinc, potasio y magnesio.

**CUADRO N° 3**  
**COMPOSICIÓN QUÍMICA (100 g)**

	<b>FRÉJOL VERDE</b>	<b>FRÉJOL SECO</b>
Agua	58.20	14.30
Proteínas	10.50	21.50
Grasa	0.40	1.10
Carbohidratos	27.20	54.50
Fibra	1.80	4.60
Cenizas	1.90	4.00
<b>OTROS COMPONENTES</b>		
Calcio	67	105
Fosforo	220	425
Hierro	3.30	5.80
Titanina	0.30	0.90
Riboflovina	0.08	0.14
Niacina	1.40	1.80
Calorías	151	306

**Fuente:** Datos del INIAP

- **DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

**CUADRO N° 4**

<b>NOMBRE</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
FRÉJOL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clima a 18 C y 30' C, las altas temperaturas y humedad ambiental producen el crecimiento exuberante de la planta.</li> <li>• Suelo a todo tipo, preferentemente francos, profundos, fértiles y de un buen drenaje.</li> <li>• Requerimiento de semilla a 15 kg y 20kg.</li> <li>• Densidad de siembra a 67000 plantas por ha. (Var. Tardía) y 143000 plantas /ha (var. Precoz)</li> </ul>

**Fuente:** Datos del INIAP



La amplia adaptabilidad de algunas variedades facilita la producción durante todo el año con lo cual es posible aprovechar áreas comerciales de mejores precios.

### **3.2.2 USOS DEL PRODUCTO**

El fréjol a ofertar, tiene diferentes usos entre ellos tenemos:

- Harina de fréjol que se puede utilizar para hacer las sopas cremosas
- Puré de fréjol
- Tortilla de fréjol
- Huevos con fréjol
- Fréjol refrito
- Ensalada de fréjol, entre otros

### **3.2.3 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL FRÉJOL**

- Su elevado contenido en fibra ayuda a estimular el tránsito intestinal y, por ello, a prevenir casos de constipación. Además, ayuda a mejorar los niveles de colesterol en la sangre.
- Los carbohidratos son predominantemente complejos, por lo que el organismo consigue responder con mayor eficacia a su absorción y controlar los niveles de azúcar en la sangre (glucemia).
- El hierro desempeña un papel importante en el transporte de oxígeno en el organismo, en la producción de energía y en el sistema inmunológico. Es particularmente importante en las mujeres con menstruación que tengan un mayor riesgo de deficiencia en este mineral debido a las pérdidas de sangre.

### **3.3 MERCADO META**

El mercado meta, al cual va dirigido el producto en inicio es la población de la Provincia de Imbabura, en especial la ciudad de Ibarra y en forma marginal el resto de Cantones, a medida que el producto gane posicionamiento.

El consumo de este producto no tiene segmentación de mercado, ya que es un producto de consumo masivo, recomendado por profesionales de nutrición , como una fuente ideal de proteínas, hierro vegetal, fibra, ácido fólico, tiamina, potasio, magnesio, y zinc, por esta razón esta leguminosa está dirigida a todas las personas de cualquier edad y condición física, que deseen adquirir este producto, por lo tanto se recomienda su consumo de por lo menos una vez a la semana, ya que en nuestro medio no existe una cultura de alimentación adecuada.

### **3.4 INVESTIGACIÓN DE CAMPO**

Para obtener información de primera mano con respecto a la oferta y demanda del producto, propuesto por el proyecto se aplicó encuestas a los 30 micro mercado, abastos de la ciudad de Ibarra, considerados como consumidores potenciales como también se realizó entrevistas a dos supermercados que representan la competencia, los cuales distribuyen productos empacados al vacío.

Tomando en cuenta en número de la población a investigar se efectuó censo ya que no es significativo.

**CUADRO N° 5**  
**NOMBRE DE CENTROS DE ABASTOS, TIENDAS, MICRO MERCADOS**

<b>N°</b>	<b>NOMBRE</b>
1	Micro mercado Dianelys
2	Abastos Corina
3	Abastas Rosita
4	Micro mercado María
5	Comercial León
6	Víveres Sofi
7	Micro mercado Lenin
8	Víveres Pepe
9	Comercial Joselo
10	Abastos Dayana
11	Micro mercado Los Ceibos
12	Mini Marquet Rocío
13	Abastos Josefina
14	Víveres La Victoria
15	Micro mercado Sánchez
16	Comercial Valentín
17	Abastos Guisela
18	Víveres Anita
19	Abastos Lolita
20	Comercial Pilar
21	Micro mercado Jesenia
22	Mini Marquet Ángeles
23	Abastos Delicius
24	Víveres Mary
25	Comercial Karla
26	Micro mercado Sonia
27	Mini Marquet Belén
28	Abastos Juanita
29	Víveres Jesús
30	Abastos Beatriz

**Fuente:** Patentes Municipales

### 3.5 ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE LOS DATOS

1. ¿Estaría interesado en adquirir fréjol pre cocido y empacado al vacío producido en el cantón Ibarra?

**TABLA # 19**  
**ADQUISICIÓN DEL FRÉJOL PRE COCIDO Y EMPACADO AL VACÍO**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Si	25	83%
No	5	17%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 19**



**Fuente:** Encuesta a Micro mercados de Ibarra, Mayo 2013  
**Elaborado:** Autora

#### **ANÁLISIS:**

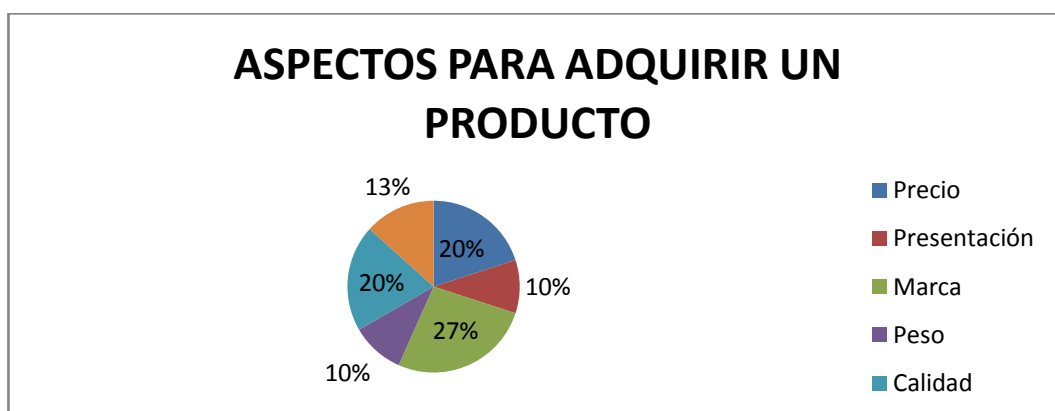
Con la información recolectada a través de encuestas realizadas a los diferentes centros de abastos, micro mercado de la ciudad de Ibarra se determina que la mayoría de ellos estarían interesados en adquirir nuestro producto porque el fréjol que ellos comercializan únicamente lo ofrecen dentro de la saca para ser libreado sin ninguna presentación.

2. ¿De los siguientes aspectos cuál es de mayor influencia al momento de adquirir un producto pre cocido y empacado al vacío?

**TABLA # 20**  
**ASPECTOS PARA ADQUIRIR UN PRODUCTO**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Precio	6	20%
Presentación	3	10%
Marca	8	27%
Peso	3	10%
Calidad	6	20%
Todos	4	13%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 20**



**Fuente:** Encuesta a Micro mercados de Ibarra, Mayo 2013  
**Elaborado:** Autora

### **ANÁLISIS:**

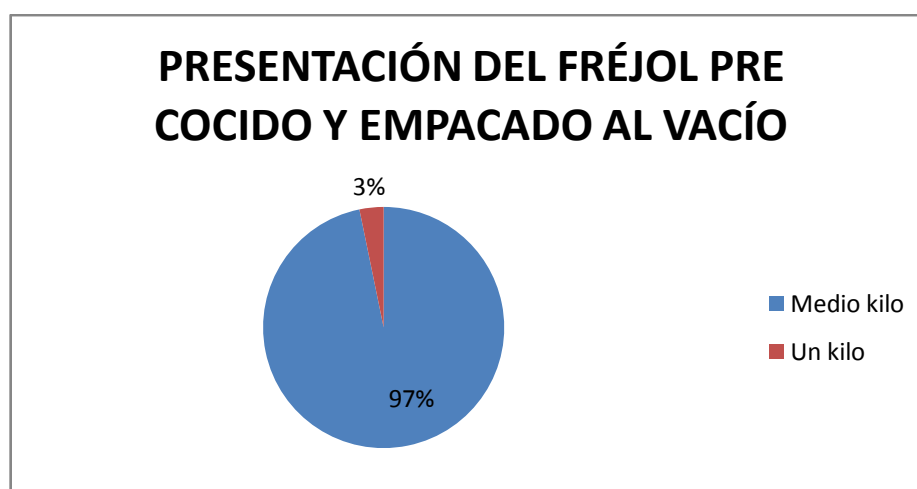
Con respecto a esta pregunta se evidenció que el precio, la calidad y la marca son los aspectos más importantes que se toma en cuenta al momento de adquirir un producto pre cocido y empacado al vacío porque estos tres factores hacen que el producto tenga mayor acogida por parte del consumidor.

3. ¿Cuál sería la presentación más adecuada para el fréjol pre cocido y empacado al vacío?

**TABLA # 21**  
**PRESENTACIÓN DEL FRÉJOL PRE COCIDO Y EMPACADO AL VACÍO**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Medio kilo	27	90%
Un kilo	3	10%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 21**



**Fuente:** Encuesta a Micro mercados de Ibarra, Mayo 2013  
**Elaborado:** Autora

### **ANÁLISIS:**

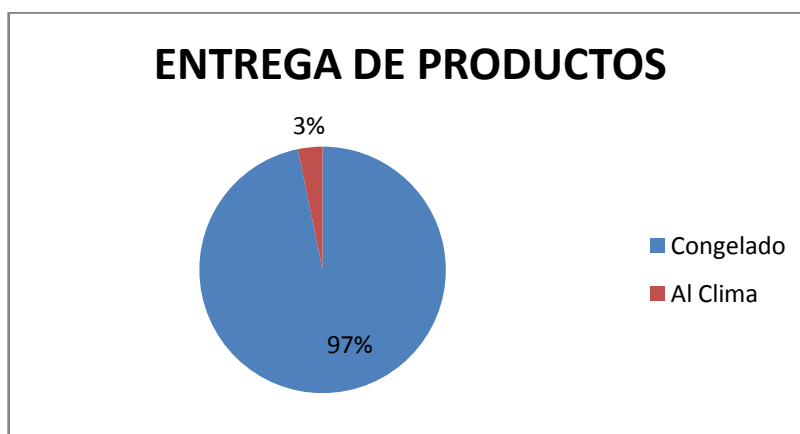
Después de un previo análisis se llegó a determinar que la presentación más adecuada del fréjol pre cocido y empacado al vacío sería de medio kilo ya que esta cantidad está en base a la proporción de una familia integrada por cinco miembros.

4. ¿La entrega de los productos empacados al vacío de qué forma le gustaría que lo hagan?

**TABLA # 22**  
**ENTREGA DE PRODUCTOS**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Congelado	9	30%
Al Clima	21	70%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 22**



**Fuente:** Encuesta a Micro mercados de Ibarra, Mayo 2013  
**Elaborado:** Autora

#### **ANÁLISIS:**

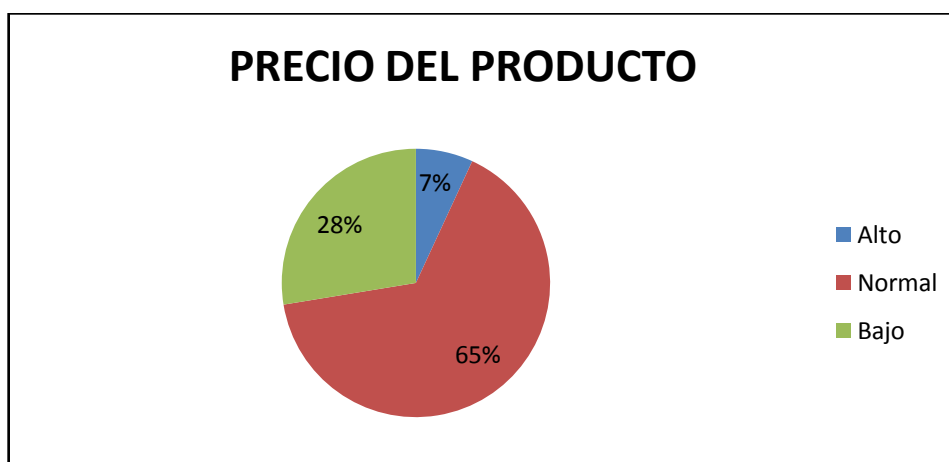
Como se puede observar en el gráfico, la entrega del producto pre cocido y empacado al vacío, a la mayoría le gustaría que se lo comercialice al clima ya que este producto no está expuesto a dañarse tan rápidamente.

5. ¿Considera que el precio del producto empacado al vacío es?

**TABLA # 23**  
**PRECIO DEL PRODUCTO**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Alto	2	7%
Normal	19	66%
Bajo	8	28%
<b>TOTAL</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 23**



**Fuente:** Encuesta a Micro mercados de Ibarra, Mayo 2013  
**Elaborado:** Autora

**ANÁLISIS:**

Con respecto al precio de los productos empacados al vacío se obtuvo como resultado que lo considera normal y alto ya que algunos productos tienen una mejor presentación como también la marca influye mucho al momento de fijar el precio de los productos.

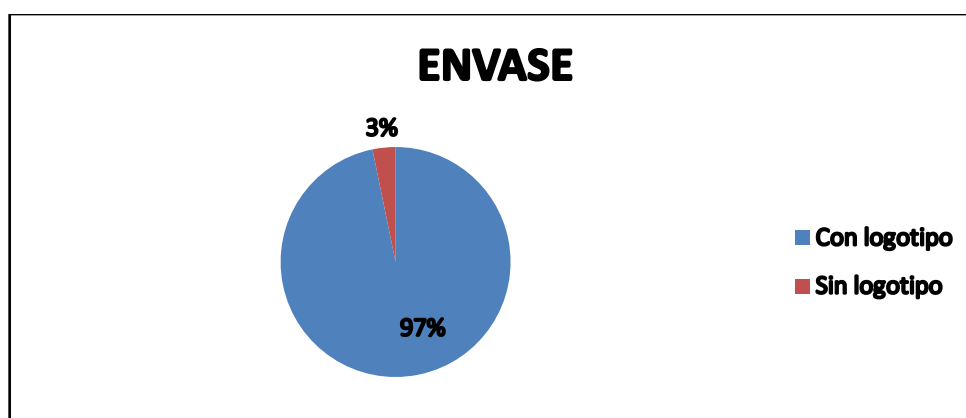


6. ¿Qué tipo de envase prefiere usted para la comercialización del fréjol pre cocido y empacado al vacío?

**TABLA # 24**  
**ENVASE**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Con logotipo	24	80%
Sin logotipo	6	20%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 24**



**Fuente:** Encuesta a Micro mercados de Ibarra, Mayo 2013  
**Elaborado:** Autora

### **ANÁLISIS:**

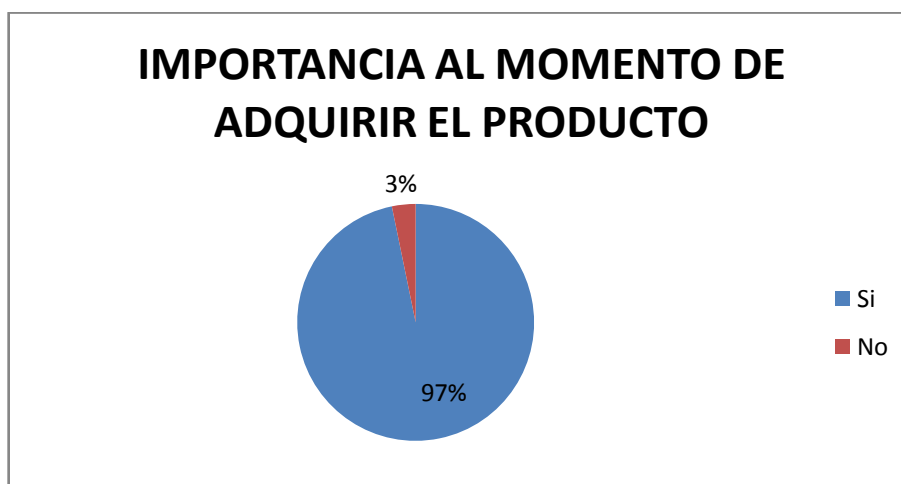
Con la información recopilada se determinó que la mayor parte de las personas encuestadas considera que para la presentación del producto se lo realice con un logotipo, para que de esta manera pueda ser diferenciado con otros productos de similares característica.

7. ¿Creé usted que es importante la marca al momento de realizar la compra?

**TABLA # 25**  
**IMPORTANCIA AL MOMENTO DE ADQUIRIR EL PRODUCTO**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Si	20	67%
No	10	33%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 25**



**Fuente:** Encuesta a Micro mercados de Ibarra, Mayo 2013  
**Elaborado:** Autora

### **ANÁLISIS:**

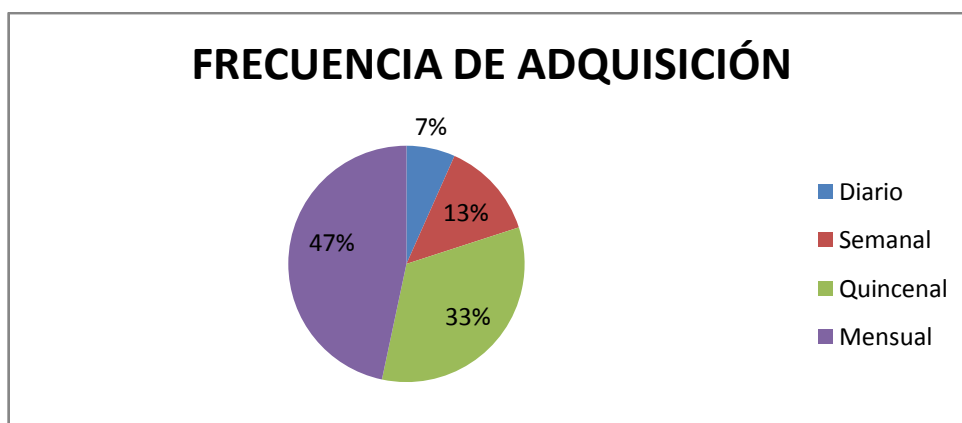
Como resultado se obtuvo que exista un consenso en las respuestas ya que la mayoría de ellas consideran que al momento de realizar una compra de alguna leguminosa no es tan importante la marca ya que a ellos les interesa el precio.

8. ¿Con que frecuencia y cantidad estaría dispuesto adquirir, producto de fréjol pre cocido y empacado al vacío para su comercialización?

**TABLA # 26**  
**FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN**

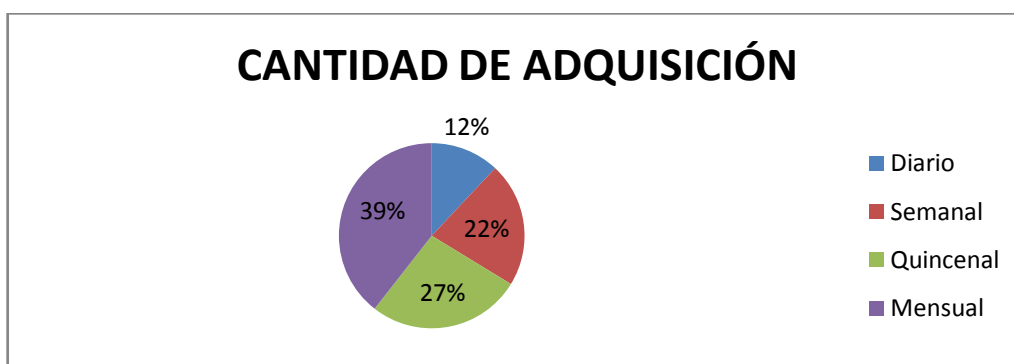
CATEGORIA	FRECUENCIA	%	CANTIDAD	%
Diario	2	7%	21	12%
Semanal	4	13%	38	22%
Quincenal	10	33%	47	27%
Mensual	14	47%	69	39%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO # 26**



**Fuente:** Encuesta a Micro mercados de Ibarra, Mayo 2013  
**Elaborado:** Autora

**GRÁFICO # 27**



**Fuente:** Encuesta a Micro mercados de Ibarra, Mayo 2013  
**Elaborado:** Autora

## **ANÁLISIS:**

Como se observa en los gráficos la mayoría de personas encuestadas considera prudente que para hacer pedido de fréjol pre cocido y empacado al vacío y vender en su micro mercado, abarrotes, etc. Sería mensualmente unos 69 kilos ya que existen temporadas altas y bajas en lo referente a la demanda de esta leguminosa.

### **ENTREVISTA PARA LA COMPETENCIA**

Esta entrevista estuvo dirigida a dueños de Supermercados de la ciudad de Ibarra entre ellos se identificó a dos; Supermercado Ofertón y el Supermercado Santa Lucía, en donde se analizó aspectos relevantes acerca de la comercialización del fréjol que ofrecen a su clientes.

Se aplicaron las siguientes preguntas, que se detallan a continuación.

#### **1. ¿Con qué frecuencia adquiere fréjol empacado al vacío para su comercialización?**

Tomando como base a toda la información recolectada en la dos entrevistas manifestaron lo siguiente: dentro del Supermercado Ofertón lo realiza mensualmente compra fréjol a granel en algunas ocasiones compra en Ibarra, entre 12 a 15 quintales, para luego ser empacada por parte de nuestros empleados ya que ellos cuentan con su propia empacadora, con respecto al Supermercado Santa Lucía manifestaron que ellos compran fréjol de diferente tipo a productores de la provincia esto puede ser cada mes o dos meses depende del tiempo, y entre unas 11 cajas de empacado al vacío, ya que existe etapas de alta y baja demanda, luego este producto se lo empaca en el mismo supermercado en fundas plásticas para ser vendido.

#### **2. ¿Qué cantidad adquiere de fréjol empacado al vacío para su comercialización?**

Desde sus puntos de vista nos manifestaron que no existe cantidad exacta al momento de comprar esta leguminosa para ser vendida en cada

uno de los supermercados ya que existen ocasiones en que sube y baja la demanda, una estimación de la cantidad, por ejemplo Supermercado Ofertón 15 quintales y Supermercado Santa Lucía 17 quintales estaríamos hablando de unos 12 a 15 quintales mensuales.

### **3. ¿Cuáles son sus principales proveedores del producto?**

Manifestaron lo siguiente, Supermercado Ofertón, productores de Imbabura, y Supermercado Santa Lucía compran a las bodegas de Ibarra, pero actualmente se conoce que algunos productores de esa zona están vendiendo directamente al Gobierno.

### **4. ¿Cuáles son las marcas de los productos empacado al vacío que comercializa?**

Existen algunas marcas que se empacan esta clase de productos pero entre las más reconocidas son: la delivalle, parcela entre las conocidas como también existen supermercados en los cuales tienen su propia marca para ser identificado con las demás.

### **5. ¿Cuáles son los productos empacados de mayor demanda?**

En la actualidad existen algunos productos empacados que demandan mucho al momento de elegir gustos y preferencias de cada consumidor entre ellos tenemos arveja, haba, fréjol, lenteja de mayor demanda dentro de cada supermercado.

## **3.6 ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

La demanda del producto corresponde a los consumidores potenciales de empacado al vacío siendo 30 súper mercados según el registro de patentes municipales de la Provincia de Ibarra, los cuales adquieren productos para comercializar a la población en general.

## **3.7 COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA**

Para la determinación de la demanda actual de esta leguminosa se priorizó como objeto de investigación a 30 Tiendas, Micro mercados,

Viveres, Centros de Abastos de la Ciudad de Ibarra entre los más representativos.

Mediante ello, se analizó la cantidad y frecuencia de adquisición del producto, a continuación se detalla los resultados:

**CUADRO N° 6  
COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA**

TOTAL CONSUMIDORES POTENCIALES	FRECUENCIA DE CONSUMO	%	N° DE CONSUMIDORES	N° CONSUMO	CANTIDAD EN KILOS	TOTAL ANUAL
<b>30</b>	Diaria	0%	2	365	21	15.330
	Semanal	43%	4	52	38	7.904
	Quincenal	50%	10	24	47	11.280
	Mensual	7%	14	12	69	11.592
	<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>			<b>46.106</b>

### 3.7.1 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para proyectar la demanda futura del consumo del fréjol, se utilizó como base la tasa de crecimiento poblacional. Según las últimas preliminares del censo 2010, es del 0.0202, este índice se multiplicó con el consumo identificado en el año 2013, es decir es la cantidad de consumo que se tendrá dentro de cinco años representada en kilos.

**CUADRO N° 7  
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

AÑO	CONSUMO FUTURO EN KILOS
2014	47.037
2015	47.987
2016	48.957
2017	49.946
2018	50.955

Factor de crecimiento exponencial anual del (1,0202)  
Elaborado: Autora

### 3.8 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para establecer la oferta se tomó como referencia a dos Supermercados más grandes de la ciudad de Ibarra, que se detallan a continuación:

El Supermercado Ofertón, el cual ofrecen este tipo de leguminosa para vender a granel y empacado por su propia empacadora y Supermercado Santa Lucía adquiere este producto a proveedores por cajas de 36 unidades y en diferentes presentaciones.

**CUADRO N° 8**  
**ANÁLISIS DE OFERTA**

<b>Supermercado Ofertón</b>	<b>QUINTALES</b>	<b>LIBRAS</b>	<b>TOTAL KILOS</b>
	65	100	3.000

Fuente: Supermercado Ofertón  
Elaborado: Autora

**CUADRO N° 9**  
**ANÁLISIS DE OFERTA**

<b>Supermercado Santa Lucía</b>	<b>CAJAS</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>GRAMOS</b>	<b>TOTAL GRAMOS</b>	<b>TOTAL KILOS</b>
	30	36	500	540.000	540

Fuente: Supermercado Santa Lucia  
Elaborado: Autora

#### 3.8.1 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para obtener la proyección de la oferta se utilizó un crecimiento paralelo a la demanda, es decir el consumo que se podrá dar dentro de cinco años que se está proyectando para la empresa, según el crecimiento poblacional, obteniendo los siguientes resultados.

**CUADRO N° 10  
PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

<b>AÑO</b>	<b>CONSUMO FUTURO EN KILOS</b>
2014	3.540
2015	3.612
2016	3.684
2017	3.759
2018	3.835

Factor de crecimiento exponencial anual del (1,0202)  
Elaborado: Autora

**3.9 BALANCE DEMANDA-OFFERTA**

En este punto se realizó un análisis entre la demanda y la oferta para determinar si existe o no mercado para el producto propuesto

**CUADRO N° 12  
BALANCE DEMANDA-OFFERTA**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER</b>
2014	47.037	3.540	43.497
2015	47.987	3.612	44.376
2016	48.957	3.684	45.272
2017	49.946	3.759	46.187
2018	50.955	3.835	47.120

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado: Autora

De acuerdo con los datos obtenidos de la investigación, en el cuadro se muestra que existe un déficit de demanda, por lo que el proyecto tiene la probabilidad de cubrir la demanda insatisfecha.

**3.10 DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER**

Comparando la oferta y demanda proyectada se presenta una buena oportunidad para comercializar esta leguminosa, siempre y cuando la



cultura de consumo se fortalezca, ya que existe un alto déficit de oferta de fréjol empacado al vacío, en la ciudad de Ibarra.

**CUADRO N° 13**  
**DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER</b>
2014	43.497
2015	44.376
2016	45.272
2017	46.187
2018	47.120

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado: Autora

### 3.11 PRONÓSTICO DE VENTAS

Para pronosticar las ventas se ha tomado como base la demanda potencial a satisfacer en el año 2013 que es de 43.497 kilogramos, de los cuales la empresa proyecta satisfacer el 70% del valor potencial en el primer año, con un crecimiento del 10% en los años siguientes:

**CUADRO N° 14**  
**PRONÓSTICO DE VENTAS EN KILOGRAMOS**

<b>AÑO</b>	<b>PLAN DE VENTAS</b>
2014	30.448
2015	33.493
2016	36.842
2017	40.526
2018	44.579

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado: Autora

### 3.12 ANÁLISIS DE PRECIOS

La determinación del precio del fréjol pre cocido y empacado al vacío, que se va a ofrecer fue analizada detenidamente debido a las variables que se relacionan con este producto como son: condiciones económicas, precio

referencial de productos similares, características sobresalientes del producto y los costos de la ejecución del proyecto.

Tomando como referencia el precio de la competencia, se establece que el precio de introducción del producto ofertado va a ser de \$ 2,45.

Para ejecutar la proyección de precios de los próximos 5 años se realizará con un incremento del 3,82% a partir del segundo año, que es la inflación proyectada para el año 2013 por el Banco Central del Ecuador.

### **3.13 PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

Para iniciar las actividades comerciales de la empresa se necesita diseñar estrategias, para ingresar y asegurar su posicionamiento dentro del mercado competitivo y complejo.

Tomando como base la información de campo se ha diseñado las siguientes estrategias.

#### **3.13.1 ESTRATEGIAS PARA EL PRODUCTO**

El producto contendrá las siguientes características:

- **Nombre de la empresa:** Frijolito Chido One.
- **Slogan:** Que la comida sea tu alimento y tu alimento tu medicina.
- **Peso:** 500 gramos.

El material de empaque será de polietileno especial para mantener el producto en óptimas condiciones, en la parte superior se colocará etiqueta el cual se indica el nombre de la empresa, fecha de elaboración, vencimiento, peso registro sanitario, e información nutricional.

Existirán diferentes variedades de fréjol pre cocido y empacado al vacío de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores, rojo, negro, blanco, canario etc.

Se diseñará un logotipo que identifique a la empresa, en donde se visualiza lo siguiente:

### GRÁFICO # 28



Elaborado: Creator Visual Media

#### TIPOGRAFÍA UTILIZADA:

**Rage Italic.-** Tiene una doble función o, mejor dicho, una transición de información binaria. Sendos canales de comunicación que transmite los beneficios con sus curvas afirma su mercado e innovación.

#### SIGNIFICADO DE LOS COLORES

##### VERDES



Para el logo se utilizó gamas de verde y degradados que con un efecto de calentamiento y enfriamiento, el verde significa equilibrio, armonía y estabilidad. Su combinación con El anaranjado y amarillo puede evocar la

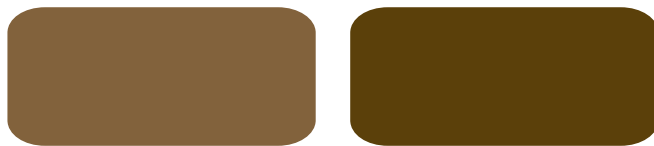
naturaleza, simbolizar un nuevo resurgimiento o una renovación. El color verde en el logotipo es de la ecología, de los evocando productos sanos y naturales.

### **AMARILLO y NARANJA**



Como colores cálidos, son estimulantes. Estimula las emociones e incluso el apetito. Denotan felicidad y alegría.

### **CAFÉ**



El color café representa la salubridad. Si bien podría considerarse un poco aburrido, por otra parte representa la constancia, la sencillez, la amabilidad, la confianza, y la salud. La empresa de paquetería y envíos UPS ha realizado campañas promocionándose siempre con el color café como insignia, fomentando estas cualidades de la confianza y la seguridad.

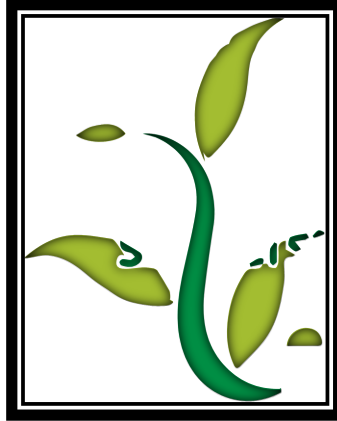
### **CIRCULO:**

En el logo el círculo representa el universo donde se está desarrollando, fuerza y la elegancia. Gráficamente llama la atención del consumidor por que la combinación de colores.



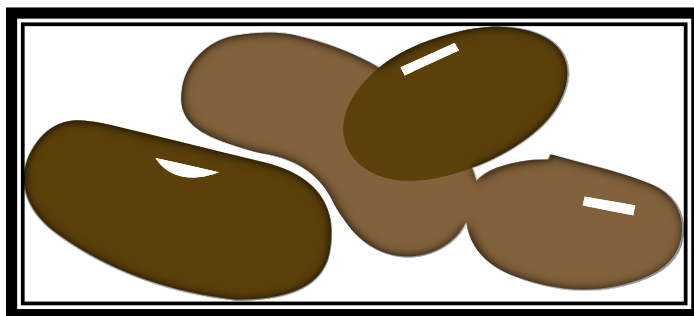
## Planta

Representa un ser orgánico que vive y crece, pero sin mudar de lugar por impulso voluntario.



## Fréjol

Es Legumbre de color, forma y dimensiones variables, en cuyo interior se disponen de 4 a 6 semillas. Existen frutos de color verde, amarillo jaspeado de marrón o rojo sobre verde.



Elaborado: Creator Visual Media

GRÁFICO # 29  
EMPAQUE



Elaborado: Creator Visual Media

## GRÁFICO # 30 EMPAQUE DE ENTREGA



Elaborado: Creator Visual Media

### 3.12.2 ESTRATEGIAS PARA FIJAR EL PRECIO

- Precios competitivos, accesibles al consumidor.
- Se mantendrán estructurados costos, los cuales agregándole un porcentaje de utilidad dará como resultado el precio final.

### 3.12.3 ESTRATEGIAS PARA PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

- Promover el consumo de fréjol destacando su importancia y valores nutricionales esto se lo hará a través de campañas especiales de publicidad, en radios de la localidad más sintonizados, portadas en la prensa local



Ofrece a sus clientes gran variedad de fréjol seco, de buena calidad cultivado por productores de nuestra provincia, y a precios muy cómodos.

Pedidos al por mayor y menor al teléfono 0986232543 o visitemos en nuestro local ubicado en Ibarra, guíese por nuestro rotulo, será un gusto atenderle.

IBARRA - ECUADOR

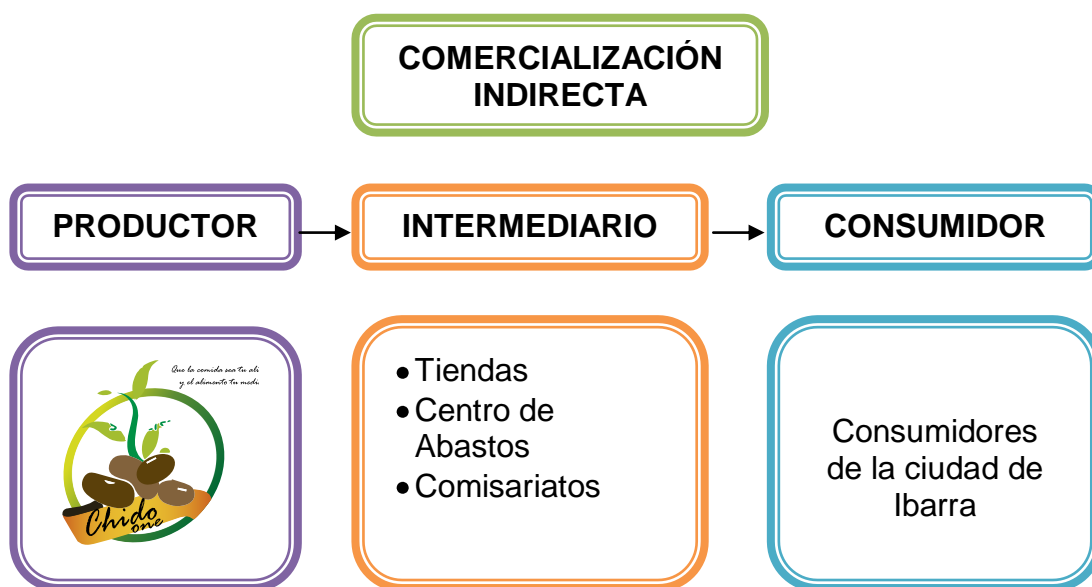
Elaborado: Autora

- Dentro de la presentación del producto se incluirá un tipo de receta para que el consumidor conozca la variedad de presentaciones que se puede deleitar con el fréjol, y por ende sería otra forma de promoción.
- Se proveerá de una página web para mayor publicidad e información de la empresa y del producto que se va a ofrecer.
- Como se está iniciando en el mercado se cree conveniente realizar algunas promociones que incentive a los consumidores en adquirir nuestro producto, que consiste en dar descuentos a nuestros clientes, por cada 5 cajas que adquieran se les entregara 5 empaques gratis.
- Se dará financiamiento a nuestros clientes fijos en la adquisición de nuestro producto, es decir dar créditos a tiendas, micro mercados, otorgando descuentos de acuerdo a la cantidad que adquieran.



### 3.12.4 ESTRATEGIAS DE PLAZA O DISTRIBUCIÓN

GRÁFICO N° 31  
SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN



Elaborado: Autora

- La empresa estará ubicada en un sector estratégico que pueda ser visualizado tanto por proveedores como consumidores.
- El local se lo distribuirá, de tal manera que el cliente se sienta a gusto de ingresar a nuestras instalaciones, sienta el orden, higiene y organización de la empresa.
- La empresa ha considerado que el sistema que va a utilizar para hacer llegar el producto al consumidor, es sin intermediarios lo que permitirá tener un precio final más bajo.

## 4. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Una vez concluido el presente estudio se llegó a determinar lo siguiente:

- De la investigación de campo realizada se identificó que el consumo de fréjol empacado al vacío es de 46.106 kilogramos en el año 2013, lo que hace pensar la alta aceptación del producto.

- Del estudio realizado tanto de la demanda como de la competencia del producto, se concluye que existe mercado potencial a satisfacer lo cual es adecuado para el proyecto, además representa una alternativa rentable para los productores de fréjol de la parroquia Ambuquí, pudiendo incursionar a nuevos mercados regionales, nacionales, e internacionales.
- Existe un alto porcentaje de ausencia de valor agregado para la comercialización del fréjol en la ciudad de Ibarra, lo cual es una ventaja competitiva para el proyecto.
- El fréjol ha tenido una gran aceptación según las tendencias locales regionales, y mundiales, cada vez existe una mayor demanda del producto especialmente en el mercado internacional, que a futuro se puede considerar en el proyecto.

## **CAPÍTULO IV**

### **4 ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1 PRESENTACIÓN**

El presente capítulo se lo realiza para determinar la localización y ubicación óptima del proyecto de acuerdo a las características del recurso y su entorno natural, garantizando su protección, así como también establecer los requerimientos de infraestructura de acuerdo con la capacidad del pre cocido y empacado al vacío del fréjol.

El estudio técnico de proyectos de inversión cobra relevancia dentro de la evaluación de un proyecto ya que en él se determinan los costos en los que se incurrirán al implementarlo, dicho estudio es la base para el cálculo financiero y la evaluación económica.

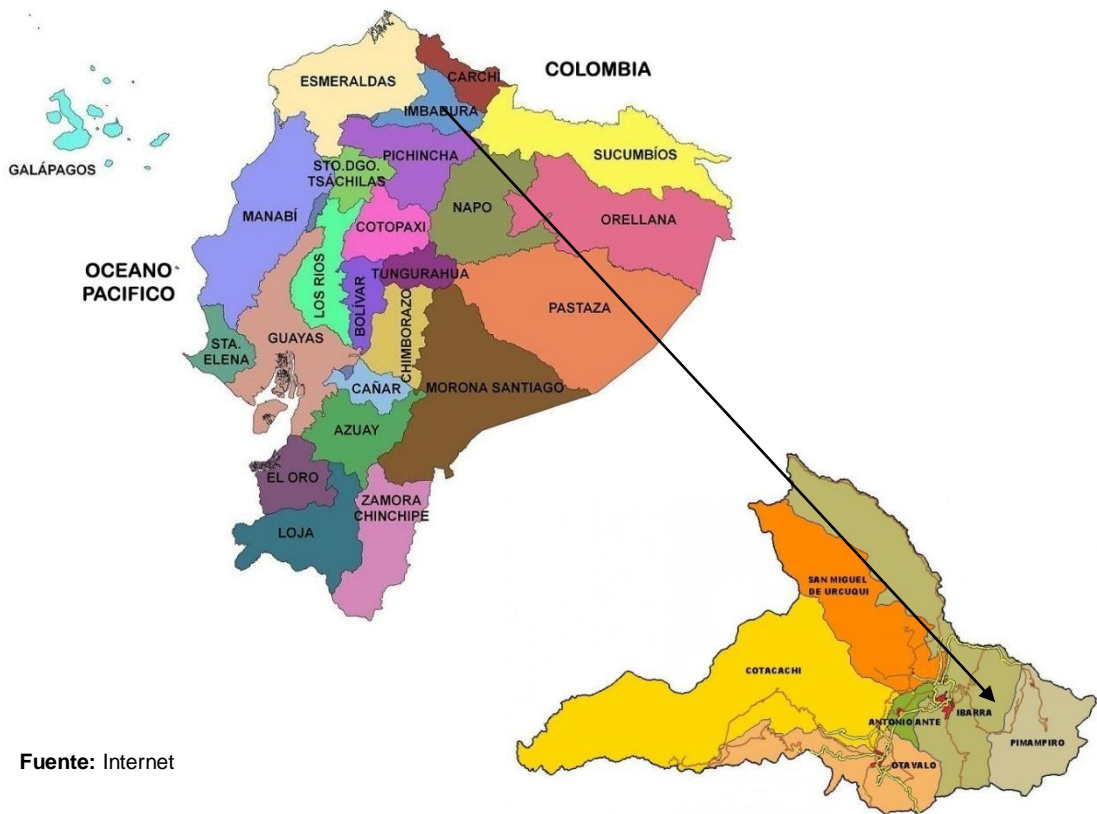
Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.

#### **4.2 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO**

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

##### **4.2.1 MACROLOCALIZACIÓN**

El proyecto se ubicará en la Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra

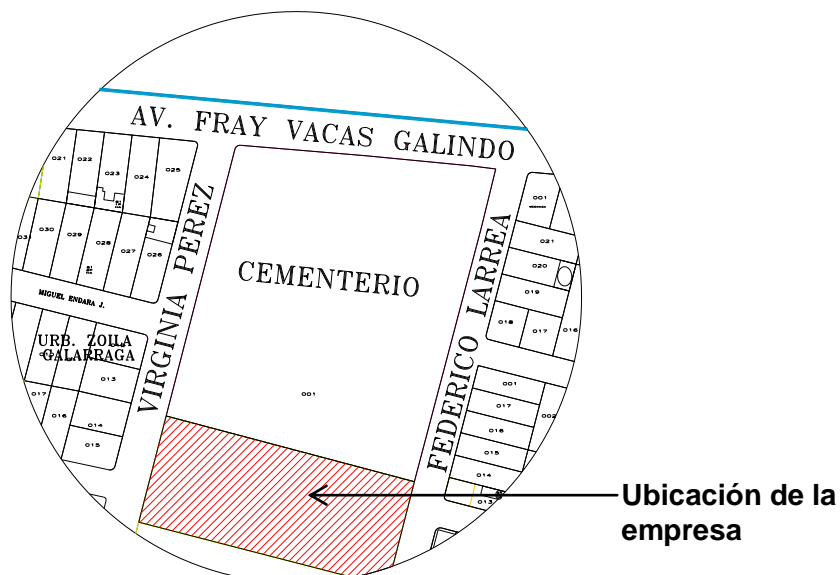


Fuente: Internet

## DATOS GENERALES

<b>Región:</b> Sierra	<b>Provincia:</b> Imbabura
<b>Ciudad:</b> Ibarra	<b>Latitud:</b> 00° 21' N
<b>Longitud:</b> 078° 07' O"	<b>Clima:</b> 8° C a 24° C

### 4.2.2 MICROLOCALIZACIÓN



#### 4.2.2.1 FACTORES INTERVINIENTES O DE ANÁLISIS:

##### 4.2.2.1.1 FACTORES FÍSICOS.-

- **OROGRAFÍA:** Análisis del relieve del suelo.
- **CLIMA:**
  - **Andino:** hay templado, frío, Ibarra la temperatura promedio es 18 grados, en épocas de calor llega a 28 grados a la sombra, cuando la ciudad es asfaltadas el calor es más intenso.
- **HIDROGRAFÍA:** Se refiere al agua, red hidroacuática este factor es muy importante ya que es necesaria contar con suficiente agua para la preparación del producto.
- **SUELOS:** Arcillosos, arenosos.
- **RIESGOS NATURALES:** Se refiere que se debe buscar una zona donde esté exenta de desastres, para ubicar la planta de nuestra empresa.
- **HELIÓFONIA:** Es por el brillo del sol ya que este podría afectar a nuestra materia prima disminuyendo la calidad de la misma.
- **PLUVIOSIDAD:** Agua de la lluvia, este factor afectaría directamente al fréjol ya que por exceso de lluvias podría perderse la cosecha de nuestra materia prima.

##### 4.2.2.1.2 FACTORES AMBIENTALES.-

- **MANEJO DE DESECHOS:**
  - **SÓLIDOS.-** Son susceptibles de reciclar, en nuestra producción lo tenemos presente en el plástico que utilizamos para el empaque de nuestro producto.
  - **INDUSTRIALES.-** Son productos de la industria, en nuestra producción tenemos los residuos que nos da como resultado después de la limpieza y el remojo.
- **AGUAS RESIDUALES:** Debo considerar un adecuado sistema de tuberías para evacuar los desechos residuales ocasionados por los servicios higiénicos disponibles para el personal en general y desagües

de la cocina en la producción de nuestro producto las cuales deben ser manejadas adecuadamente porque son altamente peligrosas o contaminantes.

- **CONTAMINACIÓN O POLUCIÓN DEL AIRE:** En la producción tenemos un bajo porcentaje contaminación el cual es el resultado de realizar el pre cocido y empacado al vacío de nuestro producto, el cual no afecta de manera negativa al medio ambiente.
- **CONTAMINACIÓN DE OLOR:** Es el mismo factor que consideramos en la contaminación del aire, pero se presente en un bajo porcentaje.
- **DEPREDACIÓN DEL SUELO:** Mal uso del suelo, pero no está considerado en nuestro proyecto debido a que nuestra materia prima la compramos a los productores de Ambuquí.

#### **4.2.2.1.3FACTORES COMERCIALES.-**

- **POSICIÓN ESTRATÉGICA:** ya que no seré productora nuestra comercialización se va a enfocar en comercializadoras pequeñas como el Santa Lucia, tiendas, micro mercados y centros de abastos.
- **COSTO DEL SUELO:** este costo ya está incluido en el precio de venta al público.
- **SEGURIDAD:** ya que la comercialización va a ser en tiendas y mini mercados y centros de abastos estos ya tienen su debida seguridad.
- **DISPONIBILIDAD DE ESPACIO FÍSICO:** el sitio donde se va a establecer la planta es amplio, seguro y además cuenta con espacio para ampliarnos si el caso lo amerita.
- **ACCESIBILIDAD:** la planta cuenta con un amplio parqueadero tanto para clientes como para empleados de la misma.
- **VÍAS DE COMUNICACIÓN:** la empresa se encuentra en una ubicación estratégica debido a su fácil accesibilidad vial.
- **SERVICIOS BÁSICOS:** contaremos con todos los servicios básicos ya que es vital importancia como son: agua, energía eléctrica, telefonía móvil y fija, internet.

- **SERVICIOS DE APOYO:** aquellas que ayudan a que el proyecto funcione, ayudan a que la gente que está en el proyecto trabaje correctamente.
- **DISPONIBILIDAD DE MP:** la empresa cuenta con una fácil y amplia disponibilidad de MP ya que donde se cultiva el producto, el lugar o sector es a pocos minutos de la planta de producción, además no necesitamos intermediarios ya que compramos directamente a los productores.
- **DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA CUALIFICADA:** la empresa tendrá conocimientos en recursos humanos los cuales llevaremos a la práctica para la calificación y reclutamiento del personal calificado, además es una estrategia para garantizar que el personal será competente y eficiente en sus tareas.
- **DISPONIBILIDAD ENERGÉTICA:** se utilizara la energía normal para el uso frecuente, pero también contaremos con una pequeña planta a gasolina en caso de desabastecimiento de energía eléctrica.

#### 4.2.2.1.4 FACTORES SOCIALES:

- **APOYO A LA COMUNIDAD:** nos ayudará a que el proyecto pueda salir adelante, ya que ellos serán las personas que nos va a comprar el producto.
- **GENERACIÓN DE EMPLEO:** la empresa generara empleo indirecto ya que las personas que adquieran nuestro producto van a beneficiarse ya que están viviendo de la ganancia de este.

#### 4.2.2.1.5 FACTORES LEGALES.-

- **ORDENANZA MUNICIPAL:** es muy importante ya que se debe cumplir con lo que dispone el Municipio.
- **PATENTES:** se debe obtener Patente Municipal que se la obtiene en el municipio y Patente Comercial que la otorga la Cámara de Comercio.

- **RUC:** documento necesario y obligatorio ya que vamos a iniciar una actividad económica.

#### **4.2.3 IDENTIFICACIÓN DE FACTORES.-**

##### **4.2.3.1 FACTORES AMBIENTALES**

- Manejo de desechos.
- Aguas residuales.
- Contaminación por olor.

##### **4.2.3.2 FACTORES COMERCIALES**

- Disponibilidad energética
- Disponibilidad de mano de obra cualificada
- Disponibilidad de mp
- Servicios de apoyo
- Servicios básicos
- Vías de comunicación
- Accesibilidad
- Disponibilidad de espacio físico
- Seguridad
- Costo del suelo
- Flujo de personas
- Posición estratégica

##### **4.2.3.3 FACTORES SOCIALES**

- Apoyo a la comunidad
- Generación de empleo

##### **4.2.3.4 FACTORES LEGALES**

- Ordenanza Municipal
- Patentes
- RUC



#### 4.2.4 EVALUACIÓN DE FACTORES.

**CUADRO # 15**  
**EVALUACIÓN DE FACTORES**

<b>NIVEL</b>	<b>VALOR NUMÉRICO</b>
EXCELENTE	10
MUY BUENO: ALTO BAJO	- 9 8
BUENO: ALTO BAJO	- 7 6
REGULAR: ALTO BAJO	- 5 4
MALO: ALTO BAJO	- 3 2
PÉSIMO	1

#### 4.2.5 SELECCIÓN DE LUGARES

- a) Parque Industrial
- b) Sector Chorlavi
- c) Los huertos Familiares

**CUADRO # 16**  
**MATRIZ DE FACTORES**

<b>FACTOR</b>	<b>a</b>	<b>b</b>	<b>c</b>
<b>AMBIENTAL</b>			
Manejo de desechos.	8	7	6
Aguas residuales.	8	6	7
Contaminación por olor.	8	7	6
<b>TOTAL UNO</b>	<b>24</b>	<b>20</b>	<b>19</b>
<b>COMERCIAL</b>			
Disponibilidad energética	9	8	7
Disponibilidad de mano de obra cualificada	8	7	7
Disponibilidad de mp	9	9	9
Servicios de apoyo	7	6	7
Servicios básicos	9	8	8
Vías de comunicación	9	7	8
Accesibilidad	9	7	7
Disponibilidad de espacio físico	8	8	8
Seguridad	7	6	7
Costo del suelo	8	8	8
Flujo de personas	6	6	5
Posición estratégica	7	7	5
<b>TOTAL DOS</b>	<b>96</b>	<b>87</b>	<b>86</b>
<b>SOCIAL</b>			
Apoyo a la comunidad	7	6	7
Generación de empleo	8	8	8
<b>TOTAL TRES</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>15</b>
<b>LEGAL</b>			
Ordenanza Municipal	8	8	8
Patentes	8	7	7
RUC	7	7	7
<b>TOTAL CUATRO</b>	<b>23</b>	<b>22</b>	<b>22</b>
<b>TOTAL FINAL</b>	<b>158</b>	<b>143</b>	<b>142</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: La Autora

Luego de haber efectuado el análisis correspondiente a estos tres lugares se ha determinado que la micro localización del proyecto se encontrara ubicado en el Parque Industrial, ya que existe aspectos que benefician la creación en este lugar entre los más importantes se destaca, estar situada estratégicamente en el centro del Cantón se encuentra cerca de la mayoría de productores del fréjol, las vías de comunicación se encuentran en excelentes condiciones las cuales permiten una distribución el producto en forma eficiente

### **4.3 TAMAÑO DEL PROYECTO**

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

#### **4.3.1 TAMAÑO DEL MERCADO**

La demanda de fréjol pre cocido y empacado al vacío en el norte del país representa una oportunidad atractiva para el proyecto propuesto ya que existe una demanda potencial a satisfacer significativa para el año 2013 de 43.497 kilogramos, con un incremento de 47.120 kilogramos para el año 2018.

#### **4.3.2 MATERIA PRIMA**

En lo que se refiere a la materia prima es importante adquirir la cantidad óptima que se necesitará para el pre cocido y empacar al vacío, según la investigación de campo actualmente en la parroquia Ambuquí es un gran producto de la leguminosa, existe un producción de 12 a 20 quintales por hectárea, lo que significa que no habrá desabastecimiento de materia prima para el proyecto, esta será adquirida a un precio acordado con el productor como también realizando un control de calidad para que el producto final este en buenas condiciones.

### 4.3.3 MANO DE OBRA

En lo que se refiere a la mano de obra, este estudio determina que para el desarrollo efectivo de la nueva unidad productiva se requiere de personal especializado, con conocimientos, agroindustrias ya que ellos son quienes realizan las actividades operativas para obtener el fréjol pre cocido y empacado al vacío.

### 4.3.4 FINANCIAMIENTO

La disponibilidad de recursos financieros determinan el éxito para la gestión de la empresa para esto se deberá efectuar crédito en caso de existir faltante en la inversión, se considera importante, un financiamiento externo a través del Banco Nacional de Fomento ya que los recursos están distribuidos en un 58% de origen propio y 42% financiado.

### 4.3.5 CAPACIDAD DEL PROYECTO

Se estima que la capacidad de producción de la empresa será de 30.448 kilogramos, en el primer año con un crecimiento del 10%, durante la vida del proyecto, en una jornada de 8 horas diarias, los seis días laborales de la semana durante todo el año, para cubrir la demanda potencial a satisfacer.

De acuerdo a lo establecido se considera la capacidad de la empresa de la siguiente manera:

**Capacidad:**  $(30448 \text{ kg/ año}) / (8 \text{ horas} * 6 \text{ días} * 48 \text{ semanas})$

**Capacidad:** 11.01 kg/ hora.

Significa que la empresa tiene capacidad de producir 11 kilogramos por hora, es decir producir 22 fundas de 500 gr.

## 4.4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Con respecto a la distribución de las Instalaciones, el área que ocupa el proyecto es de 119 m<sup>2</sup> distribuida de la siguiente manera:

## ÁREA ADMINISTRATIVA 34 M2

- Gerencia 8m2
- Secretaria 7m2
- Contabilidad 7 m2
- Recepción y ventas 12m2

## ÁREA DE PRODUCCIÓN 85M2

- Departamento de recepción de Materia prima 12m2
- Cuarto de selección, limpiado y pre cocido 28m2
- Cuarto de Enfundado y Extracción del aire del interior del empaque, Sellado con la máquina 13m2
- Cuarto de etiquetado y producto final 10m2
- Baño 4m2
- Estacionamiento 5 m2
- Corredores 3 m2
- Bodega 10 m2

**CUADRO N° 17**  
**DISTRIBUCIÓN DEL ÁREA DE CONSTRUCCIÓN**

ÁREA DE CONSTRUCCIÓN	m2
Área Administrativa	34 m2
Recepción materia prima	12m2
Cuarto selección materia prima, limpiado, lavado y pre cocido	28m2
Enfundado y sellado	15 m2
Baño	4m2
Bodega	10m2
Estacionamiento	5 m2
Corredores	3 m2
<b>TOTAL</b>	<b>119 m2</b>

Elaborado: Arq. Andrés Díaz

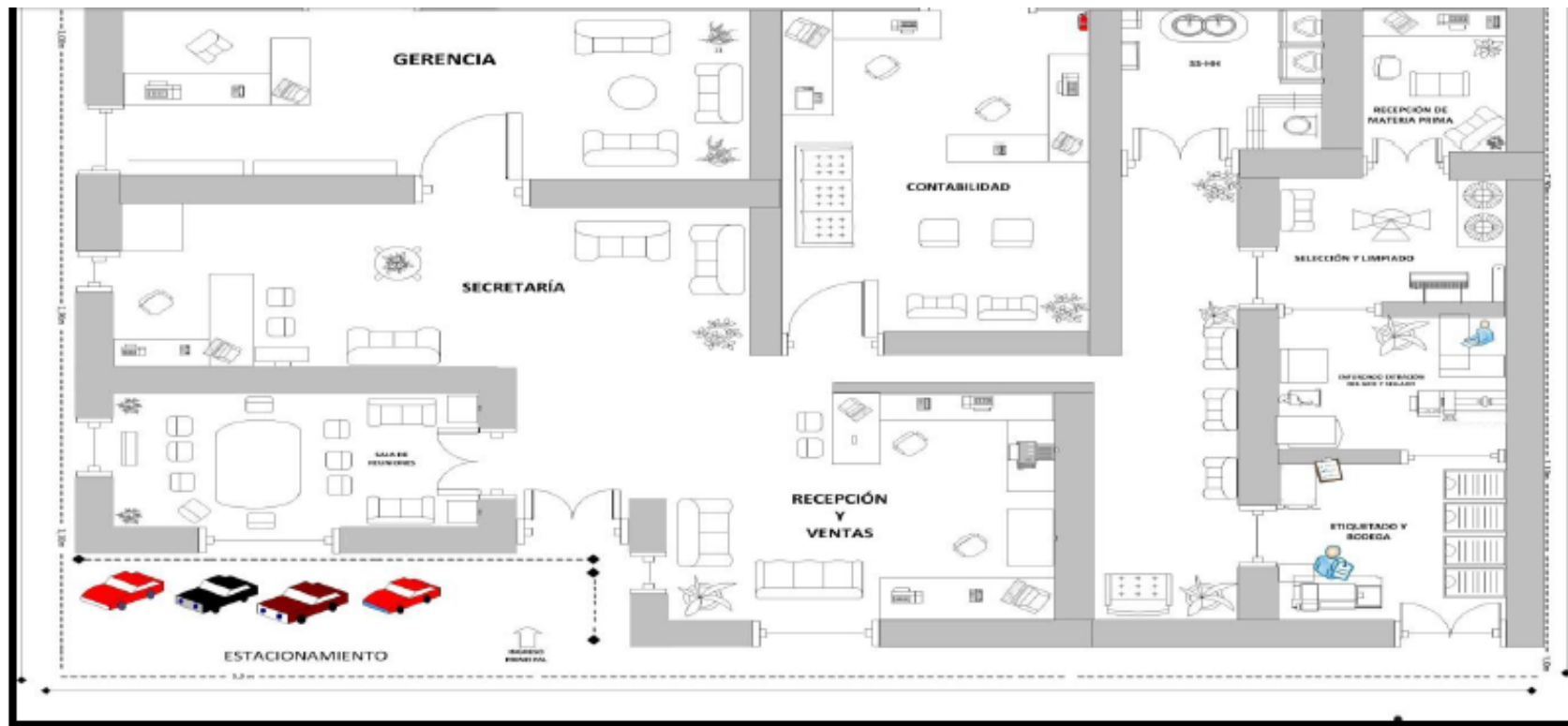
#### **4.4.1 DISEÑO DE INSTALACIONES**

El diseño de las instalaciones va acorde con los procesos para la recepción del producto, empaçado y comercialización del fréjol pre cocido y empaçado al vacío.

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

- Las oficinas de los directivos estarán ubicadas en un lugar donde puedan mantener una amplia supervisión de sus departamentos, tenga acceso al cliente y pueda desempeñar un trabajo satisfactorio.
- Una planta y oficinas de apariencia ordenada y atractiva inducen respeto, comodidad a los visitantes y motiva la eficiencia de los empleados.

**GRÁFICO N° 32**  
**DISEÑO DE LAS INSTALACIONES**



Escala: 1:100  
Año: 2013

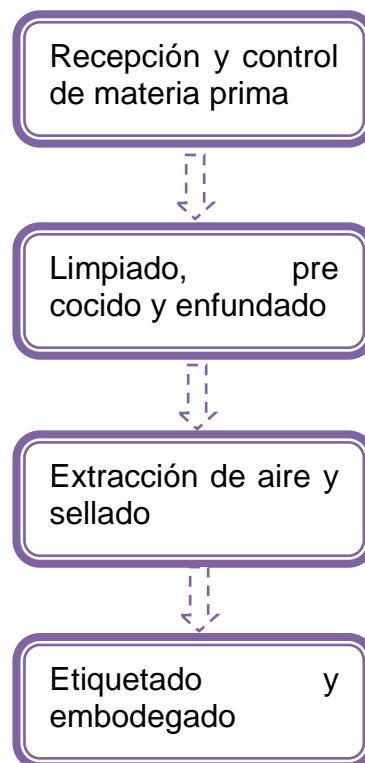
Elaborado: Arq. Andrés Díaz

#### 4.4.2 DIAGRAMA DE BLOQUE

El diagrama de bloque es un instrumento por medio del cual, se da a conocer en forma general los pasos que se realizan en la microempresa comercializadora de fréjol empacado al vacío, desde su recepción hasta la distribución final del producto.

- Recepción y control de materia prima
- Limpiado, pre cocido y enfundado
- Extracción de aire y sellado
- Etiquetado y embodegado

**CUADRO N° 18**  
**DIAGRAMA DE BLOQUE**



**Fuente:** Estudios Técnico



#### **4.4.3 PROCESO DE ALMACENAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN**

Las etapas de almacenamiento constan de un número de operaciones que transforman al producto tal como sale de la tierra en producto de calidad, dándoles un valor agregado, que permita diferenciarlo de los demás y lograr una mejor comercialización que consiga satisfacer al consumidor final.

Para obtener el producto final se debe seguir el siguiente procedimiento:

- **RECEPCIÓN Y CONTROL DE MATERIA PRIMA**

La recepción de esta leguminosa que procede del campo será recibida en el área correspondiente para registrar el peso neto del bulto, esto se realizará con una pesa o báscula. En este proceso es necesario seleccionar el fréjol que se encuentra en mal estado de aquel que está en buenas condiciones, manteniendo siempre un control de calidad del producto que se va a comercializar.

- **LIMPIEZA, PRE COCIDO Y ENFUNDADO**

Se hace con el fin de quitar todo tipo de bacterias provenientes del suelo y del medio ambiente.

El fréjol remojado será puesto en un horno industrial, el cual se le cocinara a 180 grados de temperatura en un tiempo de 20 minutos.

Luego se procederá a enfundar el fréjol con un contenido de 500g cada funda o empaque.

- **EXTRACCIÓN DEL AIRE DEL INTERIOR DEL EMPAQUE YSELLADO**

Este procedimiento se realiza para que el producto que está dentro de la funda o envase dure mayor tiempo.

Se utilizará una máquina selladora la misma que proporciona un sellado más seguro y de larga duración.

- **ETIQUETADO Y EMBODEGADO**

Una vez realizado todos los pasos para la obtención del producto procedemos a etiquetar, el mismo que puede ser un adhesivo ya impreso en el empaque mismo, y posteriormente el producto final será embodegado.

- **TRANSPORTE**

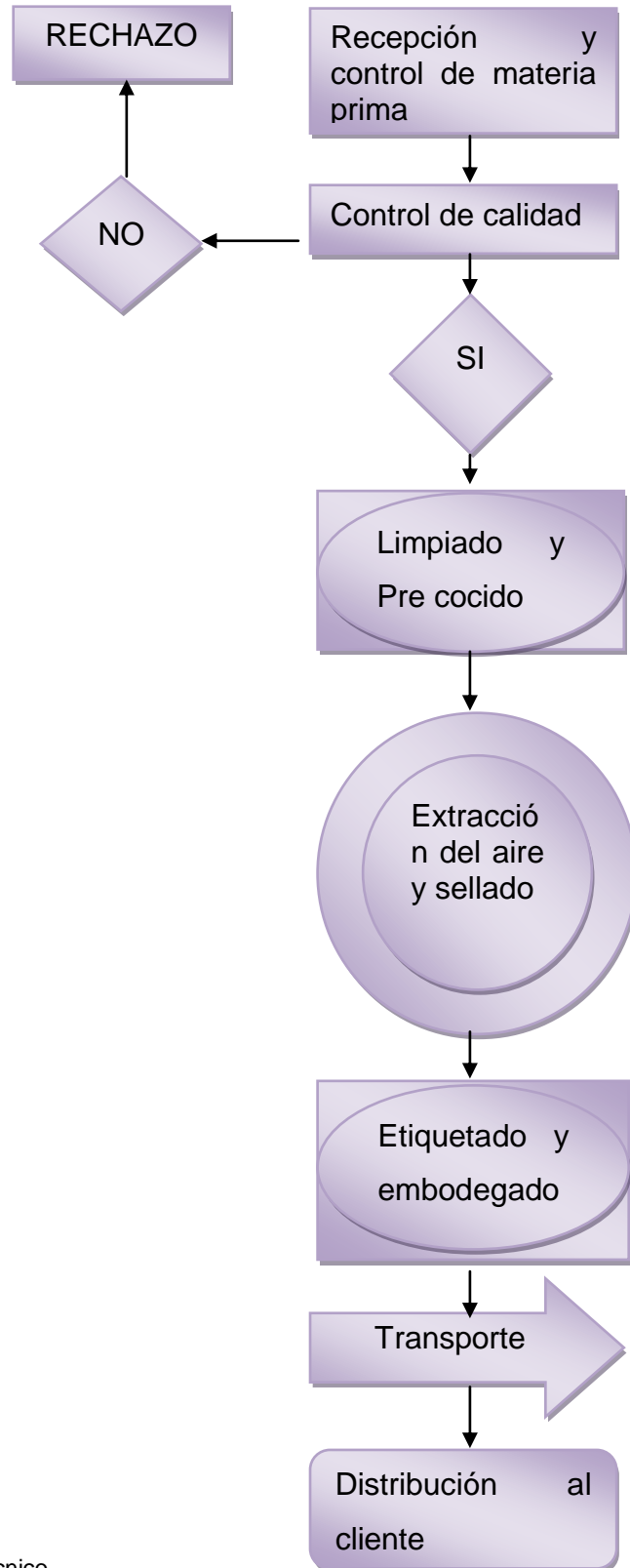
Este proceso se lo realiza en caso de que el cliente solicite pedidos que deban ser entregados directamente en a supermercados, tiendas, centros de abastos, etc.

- **DISTRIBUCIÓN AL CLIENTE**

En lo que se refiere a la comercialización del fréjol se lo venderá en la empresa ubicada en la ciudad de Ibarra, tanto para mayoristas como minoristas.

#### 4.4.4 FLUJOGRAMA DE PROCESO

CUADRO Nº 19



Fuente: Estudio técnico

#### 4.4.5 CURSO GRAMA ANALÍTICO DE ACTIVIDADES

CUADRO N° 20

#### PLANTILLA PARA LA PRODUCCIÓN DE FRÉJOL PRE COCIDO Y EMPACADO AL VACÍO

DISEÑO DE PLANTILLA PARA PRODUCCIÓN DE FREJOL PRE COCIDO Y EMPACADO AL VACÍO			
SIMBOLOGÍA	Nº	LISTADO DE ACTIVIDADES	TIEMPO ESTIMADO MINUTOS / HORAS
	A	Recepción de la materia prima	0.30
	B	Control de materia prima	0.25
	C	Limpiado, pre cocido y enfundado	0.55
	D	Extracción del aire - sellado	0.30
	E	Etiquetado	0.35
	F	Producto final y embodegado	0.25
		<b>TOTAL EN HORAS</b>	<b>2</b>

Fuente: estudio técnico  
Elaborado: Autora

#### 4.4.6 PRESUPUESTO TÉCNICO

##### INVERSIONES FIJAS

- **TERRENO**

Para el proyecto se cuenta con un área de terreno aproximadamente de 125 m<sup>2</sup>, el mismo que está avaluado en 12.500 dólares, por lo que el metro cuadrado cuesta 100 dólares.

- **VEHÍCULO**

El activo vehículo será un aporte personal ya que es de mi propiedad, modelo Camión Chevrolet 2011 valorado en 33.590 dólares, lo cual permitirá el transporte de materia prima como también la entrega oportuna de pedidos que realicen los clientes.

- **INFRAESTRUCTURA FÍSICA**

Los costos para la instalación de la nueva unidad productiva, se determinaron de acuerdo a la información entregada por empresas proveedoras de equipos de computación, muebles de oficina, entre otros.

- **CONSTRUCCIÓN DE LAS INSTALACIONES Y DE LA PLANTA**

Según proyecciones estimada por el Arquitecto Andrés Díaz, para la construcción de las instalaciones de la empresa tendrá un costo total de \$8.976, se calcula que aproximadamente el metro cuadrado de construcción está valorado de la siguiente manera:

**CUADRO N° 21**

**CONSTRUCCIÓN DE LAS INSTALACIONES Y PLANTA**

ÁREAS	M2	COSTO	COSTO TOTAL POR M2
Administrativa	85	66	5.610
Operativa	34	99	3.366
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>		<b>8.976</b>

Fuente: Arq. Andrés Díaz  
Elaborado: Autora

**CUADRO N° 22**

**CONSTRUCCIÓN DE LAS INSTALACIONES Y PLANTA**

DETALLE	VALOR TOTAL
Cimientos ( columna, pisos)	1.800,00
Paredes(columnas , paredes)	1.560,00
Cubierta y Acabados (techo, ventanas puertas, obras, otras)	2.154,00
Instalaciones Interiores (eléctricas, agua ,otros)	1.280,00
Instalaciones Exteriores (eléctricas , otros)	2.182,00
<b>TOTAL</b>	<b>8.976,00</b>

Fuente: Arq. Andrés Díaz  
Elaborado: Autora

- **MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN**

La maquinaria y equipo necesario para la producción de fréjol pre cocido y empacado al vacío, serán de fabricación nacional, debido a que se puede adquirir a costos menores que los fabricados en el extranjero.

**CUADRO N° 23**  
**MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Selladoras	2	250	500
Maquina empacadora	1	2.500	2.500
Balanza de plataforma	3	250	750
Horno Industrial	1	700	700
<b>TOTAL</b>			<b>4.450</b>

Fuente: varios proveedores  
Elaborado: Autora

**CUADRO N° 24**  
**HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Mesas	6	45	270
Zarandas	6	15	90
Fundas (cientos)	50	8	400
Herramientas manuales	15	6	90
<b>TOTAL</b>			<b>850</b>

Fuente: varios proveedores  
Elaborado: Autora

- **MUEBLES DE OFICINA Y EQUIPO DE OFICINA**

Para iniciar el funcionamiento de la empresa, se requiere de un equipo básico de oficina, a medida que la organización crezca los requerimientos de equipo de oficina aumentaran.

**CUADRO N° 25  
MUEBLES DE OFICINA**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios de Oficina	3	200	600
Muebles de oficina de espera	4	150	600
Sillas de Oficina	5	60	300
Sillones de Oficina gerencia	1	230	230
Archivadores	4	100	400
<b>TOTAL</b>			<b>1.530</b>

Fuente: varios proveedores

Elaborado: Autora

**CUADRO N° 26  
EQUIPO DE OFICINA**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono	3	95	285
Sumadora	4	60	240
<b>TOTAL</b>			<b>525</b>

Fuente: varios proveedores

Elaborado: Autora

- **SUMINISTROS DE OFICINA**

Los suministros de oficina necesarios para el funcionamiento de las operaciones relacionadas con la comercialización del producto se detallan de la siguiente manera:

**CUADRO N° 27  
SUMINISTROS DE OFICINA**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Resmas de papel A4	3	4,75	14,25
Esferos	10	0,35	3,5
Grapas (caja)	2	1	2
Clips ( caja)	2	1	2
Lápiz	10	0,2	2
Grapadora	3	2	6
Perforadora	3	2	6
Cuaderno Catedrático	4	1,75	7
Borrador	5	0,2	1
Carpetas	10	0,35	3,5
<b>TOTAL</b>			<b>47,25</b>

Fuente: varios proveedores

Elaborado: Autora

- **EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

Los equipos de computación necesarios para la puesta en marcha de la administración de la microempresa son los básicos a utilizarse y se los detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 28**  
**EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Equipo de Computación	3	900	2.700
Impresora normales	2	140	280
Impresoras multifunción	1	375	375
Otros equipos	2	30	60
<b>TOTAL</b>			<b>3.466,75</b>

**Fuente:** varios proveedores

**Elaborado:** Autora



## CAPÍTULO V

### 5 ESTUDIO FINANCIERO

El presente estudio financiero tiene como intención proporcionar elementos que permitan formar una opinión de las cifras que presentan los Estados Financieros de la empresa y su panorama en general para la toma de decisiones futuras, además nos permitirá determinar la rentabilidad del proyecto.

En este capítulo se presenta la proyección de los Estados financieros como el Flujo de caja, estado de resultados y para medir la rentabilidad se utilizará las herramientas financieras como: el VAN, TIR, el Costo – Beneficio, y el periodo de la Recuperación de la Inversión.

#### 5.1 INVERSIÓN DEL PROYECTO

La inversión total que se necesita para la comercialización de fréjol precocido y empacado al vacío es la siguiente:

**CUADRO N° 29  
INVERSIÓN TOTAL**

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Activos Fijos	66.737,63
Capital de Trabajo	5.205,78
<b>TOTAL</b>	<b>71.943,41</b>

Fuente: Estudio Técnico- Financiero  
Elaborado: Autora

#### 5.2 CÁLCULO DEL COSTE DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

**CUADRO N° 30  
CÁLCULO DEL COSTE DE OPORTUNIDAD**

DESCRIPCION	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	41.727,18	58	5,35	310,3
Inversión financiada	30.216,23	42	11,15	468,3
<b>TOTAL</b>	<b>71.943,41</b>	<b>100</b>	<b>16,5</b>	<b>778,60</b>

### 5.2.1 TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

En esta tasa de rendimiento medio o tasa real del proyecto, nos muestra teóricamente cuanto generara el proyecto, en las condiciones y con los datos expuestos a la fecha del cálculo.

<b>Costo de oportunidad</b>	7,79%
<b>Inflación</b>	3,82%
<b>TRM</b>	$=(1+ck)*(1+inflcion)-1$
<b>TRM</b>	0,11903425

### 5.3 INVERSIÓN FIJA

La inversión fija para la empresa, constará básicamente de los activos fijos necesarios para el desarrollo de las actividades, y se detallan a continuación.

#### 5.3.1 TERRERO

Para iniciar las actividades de la empresa, se ha visto necesario adquirir un espacio físico para la construcción de las diferentes áreas, el precio del este terreno se ha fijado según el avalúa catastral.

**CUADRO N° 31**  
**TERRENO**

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Terreno	M2	125,00	100,00	12.500,00

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

#### 5.3.2 INFRAESTRUCTURA

La infraestructura que será utilizada para que funciones la empresa, constará de dos áreas como son la Administrativa y el área Operativa.

**CUADRO Nº 32**  
**INFRAESTRUCTURA**

ÁREAS	M2	COSTO	COSTO TOTAL POR M2
Administrativa	85	66,00	5.610,00
Operativa	34	99,00	3.366,00
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>		<b>8.976,00</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

### 5.3.3 VEHÍCULO

El vehículo que se adquiriera será un Chevrolet año 2011, el mismo que será utilizado para transportación de la materia prima a la empresa.

**CUADRO Nº 33**  
**VEHÍCULO**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vehículo	1	33.590,00	33.590,00

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

### 5.3.4 MAQUINARIA Y EQUIPO

La maquinaria y el equipo que se utilizará para empacar el fréjol precocido al vacío y proporcione mayor durabilidad, serán los siguientes:

**CUADRO Nº 34**  
**MAQUINARIA Y EQUIPO**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Selladoras	2	250,00	500,00
Maquina empacadora	1	2.500,00	2.500,00
Balanza de plataforma	3	250,00	750,00
Horno industrial	1	700,00	700,00
<b>TOTAL</b>			<b>4.450,00</b>

Fuente: Investigación propia – Estudio técnico  
Elaborado: Autora

### 5.3.5 HERRAMIENTAS Y MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN

CUADRO Nº 35

#### HERRAMIENTAS Y MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesas	6	45,00	270,00
Zarandas	6	15,00	90,00
Fundas (cientos)	50	8,00	400,00
Herramientas manuales	15	6,00	90,00
<b>TOTAL</b>			<b>850,00</b>

Fuente: Investigación propia – Estudio técnico

Elaborado: Autora

### 5.3.6 MUEBLES Y ENSERES

Los muebles y enseres necesarios para el desarrollo de las actividades de la empackadora se describen a continuación:

CUADRO Nº 36

#### MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios de Oficina	3	200,00	600,00
Muebles de oficina de espera	4	150,00	600,00
Sillas de Oficina	5	60,00	300,00
Sillones de Oficina gerencia	1	230,00	230,00
Archivadores	4	100,00	400,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.530,00</b>

Fuente: Investigación propia – Estudio técnico

Elaborado: Autora

### 5.3.7 EQUIPO DE COMPUTACIÓN

El equipo de computación a usarse en la Empresa y sus respectivos costos son los siguientes:

**CUADRO N° 37  
EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Equipo de Computación	3	900,00	2.700,00
Impresora normales	2	140,00	280,00
Impresoras multifunción	1	375,00	375,00
Otros equipos	2	30,00	60,00
<b>TOTAL</b>			<b>3.466,75</b>

Fuente: Investigación propia – Estudio técnico

Elaborado: Autora

### 5.3.8 EQUIPO DE OFICINA

El equipo de Oficina que se empleará para el funcionamiento de la empresa serán los siguientes los mismos que serán de mucha utilidad para su emprendimiento:

**CUADRO N° 38  
EQUIPO DE OFICINA**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Teléfono	3	95,00	285,00
Sumadora	4	60,00	240,00
<b>TOTAL</b>			<b>525,00</b>

Fuente: Investigación propia – Estudio técnico

Elaborado: Autora

A continuación se presenta el cuadro resumen de las inversiones fijas que se necesitará en la implementación de la empresa.

**CUADRO N° 39  
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Terreno	12.500,00
Infraestructura	8.976,00
Vehículo	33.590,00
Maquinaria y equipo	4.450,00
Muebles y Enseres	1.530,00
Equipo de computación	3.466,75
Equipo de oficina	525,00
Imprevistos 3%	1.699,88
<b>Total</b>	<b>66.737,63</b>

Fuente: Investigación propia, cuadro N° 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36,37

Elaborado: Autora

## 5.4 CAPITAL DE TRABAJO

Para el capital de trabajo se tomó en cuenta lo requerido para la operación de un mes.

**CUADRO N° 40**  
**CAPITAL DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		3.213,01
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>		
Fréjol	1.984,58	
<b>MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA</b>		
Obreros	636,00	
<b>Sueldo</b>	432,59	
<b>COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN</b>		
Empaques	147,84	
Mantenimiento maquinaria y equipo	12,00	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>1.022,55</b>
Sueldos	972,73	
Suministro de oficina	3,98	
Servicios básicos	30,00	
Mantenimiento computación	15,83	
<b>GASTOS DE VENTA</b>		<b>818,59</b>
Sueldo	432,59	
Publicidad	70,00	
Combustible y mantenimiento camión	316,00	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>5.054,15</b>
Imprevistos 3%		151,62
<b>TOTAL</b>		<b>5.205,78</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

## 5.5 INGRESOS

Son los ingresos que la empresa obtendrá por la venta del fréjol pre cocido y empaçado al vacío de 500 gramos por cada unidad, para esto se tomó como base el Estudio de Mercado.

### 5.5.1 PROYECCIÓN DE INGRESOS

Para la proyección de los ingresos está considerado las ventas realizadas por la Empacadora “Frijolito Chido One” identificado en el estudio de mercado, el precio del producto se incrementa en un 3,82% cada año de acuerdo a la tendencia de la inflación de los últimos cinco años.

**CUADRO N° 41**  
**PROYECCIÓN DE INGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Funda de fréjol de 500 gramos	50.688	52.624	54.635	56.722	58.888
Precios por funda	2,45	2,54	2,64	2,74	2,85
<b>Ingresos Proyectados</b>	<b>124.185,60</b>	<b>133.854,60</b>	<b>144.276,41</b>	<b>155.509,67</b>	<b>167.617,53</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

### 5.6 EGRESOS

Los egresos son los valores que se pagarán por costos y gastos necesarios para la ejecución del proyecto a continuación se detallan:

#### 5.6.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN

En cuanto se refiere a los costos de producción estará conformado por materia prima, mano de obra y los gastos generales de producción los cuales están detallados a continuación:

##### 5.6.1.1 MATERIA PRIMA

Para determinar la adquisición de la materia prima se tomó en cuenta, que cantidad se necesita para la venta, el precio de la materia prima se determinó en base a precios históricos del producto, obteniendo un valor de 55 dólares promedio, el mismo que crecerá anualmente según la inflación.

**CUADRO Nº 42**  
**MATERIA PRIMA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Fréjol por quintales	433,00	449,54	466,71	484,54	503,05
Precios del fréjol	55,00	57,10	59,28	61,55	63,90
<b>TOTAL</b>	<b>23.815,00</b>	<b>25.669,22</b>	<b>27.667,80</b>	<b>29.822,00</b>	<b>32.143,92</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autora

**5.6.1.2 MANO DE OBRA**

En lo referente a la mano de obra está conformado por los obreros quienes se encargarán de llevar a cabo todos los procesos de empaclado al vacío.

**CUADRO Nº 43**  
**MANO DE OBRA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Obreros	7.632,00	7.923,54	8.226,22	8.540,46	8.866,71
<b>TOTAL</b>	<b>7.632,00</b>	<b>7.923,54</b>	<b>8.226,22</b>	<b>8.540,46</b>	<b>8.866,71</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autora

**5.6.1.3 MANO DE OBRA INDIRECTA**

Este rubro proviene del personal que interviene indirectamente en el proceso productivo, en este caso se cuantifica la contratación técnica de un profesional que viene a denominarse Jefe de Producción, él se encargará de realizar la supervisión a los obreros y el control de calidad de toda la planta de producción, adoptando medidas necesarias para lograr excelentes rendimientos en la producción

**CUADRO Nº 44**  
**MANO DE OBRA INDIRECTA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Jefe de producción	318,00	330,15	342,76	355,85	369,45
<b>TOTAL</b>	<b>318,00</b>	<b>330,15</b>	<b>342,76</b>	<b>355,85</b>	<b>369,45</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autora



**CUADRO N° 45**  
**DETERMINACIÓN DEL COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo Básico Unificado	3.816,00	3.961,77	4.113,11	4.270,23	4.433,35
Aporte Patronal	421,10	437,18	453,88	471,22	489,22
Fondos de Reserva	-	489,28	507,97	527,37	547,52
Décimo Tercer Sueldo	318,00	330,15	342,76	355,85	369,45
Décimo Cuarto Sueldo	636,00	636,00	636,00	636,00	636,00
<b>TOTAL</b>	<b>5.191,10</b>	<b>5.854,38</b>	<b>6.053,72</b>	<b>6.260,68</b>	<b>6.475,54</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

#### 5.6.1.4 COSTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN

Estos costos están conformados por los empaques a utilizarse y el diferente mantenimiento cada una de las máquinas necesitan.

**CUADRO N° 46**  
**MATERIA PRIMA INDIRECTA**

AÑO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTOS TOTAL
1	Fundas y etiquetas	50.688	0,04	1.774,08
2	Fundas y etiquetas	52.624	0,04	2.104,97
3	Fundas y etiquetas	54.635	0,04	2.185,38
4	Fundas y etiquetas	56.722	0,04	2.268,86
5	Fundas y etiquetas	58.888	0,04	2.355,53
<b>TOTAL</b>				<b>10.688,83</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

#### ➤ MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO

**CUADRO N° 47**  
**MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento y maquinaria y equipo	144,00	149,50	155,21	161,14	167,30

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

**CUADRO N° 48**  
**RESUMEN DE LOS COSTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Empaques	1.774,08	2.104,97	2.185,38	2.268,86	2.355,53
Mantenimiento y maquinaria y equipo	144,00	149,50	155,21	161,14	167,30
<b>TOTAL</b>	<b>1.918,08</b>	<b>2.254,47</b>	<b>2.340,59</b>	<b>2.430,00</b>	<b>2.522,83</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

**CUADRO N° 49**  
**RESUMEN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima Directa	23.815,00	25.669,22	27.667,80	29.822,00	32.143,92
Mano de Obra Directa	7.632,00	7.923,54	8.226,22	8.540,46	8.866,71
Mano de obra Indirecta	5.191,10	5.854,38	6.053,72	6.260,68	6.475,54
Costos generales de producción	1.918,08	2.254,47	2.340,59	2.430,00	2.522,83
Depreciación Infraestructura	426,36	426,36	426,36	426,36	426,36
Depreciación Maquinaria y equipo	400,50	400,50	400,50	400,50	400,50
Imprevistos 3%	1.181,49	1.275,85	1.353,46	1.436,40	1.525,08
<b>TOTAL</b>	<b>40.564,53</b>	<b>43.804,33</b>	<b>46.468,66</b>	<b>49.316,40</b>	<b>52.360,93</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

## 5.6.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos son los gastos que el proyecto tendrá en el desarrollo del mismo y los que servirá para poner en marcha a la empresa, estos crecen anualmente en función de la tendencia de la inflación de los últimos cinco años como son:

### 5.6.2.1 SUELDOS Y SALARIOS

Se identifica los sueldos y salarios que el personal administrativo percibirán en un año y proyectado hasta los cinco años de durabilidad del proyecto.

**CUADRO Nº 50**  
**SUELDOS Y SALARIOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	408,42	424,02	440,22	457,04	474,49
Contadora	362,08	375,91	390,27	405,18	420,66
<b>TOTAL</b>	<b>770,50</b>	<b>799,93</b>	<b>830,49</b>	<b>862,22</b>	<b>895,15</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

**CUADRO Nº 51**  
**DETERMINACIÓN DEL COSTO DE LA MANO DE OBRA DEL ÁREA ADMINISTRATIVA**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo Básico Unificado	9.246,00	9.599,20	9.965,89	10.346,58	10.741,82
Aporte Patronal	1.020,30	1.059,27	1.099,74	1.141,75	1.185,36
Fondos de Reserva	-	1.185,50	1.230,79	1.277,80	1.326,62
Décimo Tercer Sueldo	770,50	799,93	830,49	862,22	895,15
Décimo Cuarto Sueldo	636,00	636,00	636,00	636,00	636,00
<b>TOTAL</b>	<b>11.672,80</b>	<b>13.279,90</b>	<b>13.762,90</b>	<b>14.264,35</b>	<b>14.784,95</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

**5.6.2.2 SERVICIOS BÁSICOS**

Los servicios básicos se refiere a lo que la empresa tendrá para su desarrollo como: agua potable, luz eléctrica.

**CUADRO Nº 52**  
**SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	120,00	124,58	129,34	134,28	139,41
Luz	240,00	249,17	258,69	268,57	278,83
<b>TOTAL</b>	<b>360,00</b>	<b>373,75</b>	<b>388,03</b>	<b>402,85</b>	<b>418,24</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

**5.6.2.3 SUMINISTROS DE OFICINA**

Los suministros de oficina que a continuación se detallan son los que se utilizará para el funcionamiento de la empresa.

**CUADRO Nº 53**  
**SUMINISTROS DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Suministros de oficina	47,75	49,57	51,47	53,43	55,48

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

**5.6.2.4 MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN**

El mantenimiento del equipo de computación será indispensable para que cada una de las máquinas se encuentre actualizada y fuera de amenazas como los virus que se presentan en la actualidad.

**CUADRO Nº 54**  
**MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento de computación	190,00	197,26	204,79	212,62	220,74

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

**CUADRO Nº 55**  
**RESUMEN DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	11.672,80	13.279,90	13.762,90	14.264,35	14.784,95
Servicios Básicos	360,00	373,75	388,03	402,85	418,24
Suministros de oficina	47,75	49,57	51,47	53,43	55,48
Mantenimiento de computación	190,00	197,26	204,79	212,62	220,74
Depreciación equipo de computación	770,39	770,39	770,39	-	-
Depreciación equipo de oficina	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25
Depreciación muebles y enseres	137,70	137,70	137,70	137,70	137,70
Gastos de constitución	1.600,00	-	-	-	-
Imprevistos 3%	444,78	445,67	460,88	453,55	469,93
<b>TOTAL</b>	<b>15.270,66</b>	<b>15.301,50</b>	<b>15.823,40</b>	<b>15.571,75</b>	<b>16.134,29</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

### 5.6.3 GASTOS VENTAS

Los gastos de ventas están básicamente relacionados con aquellas actividades para dar a conocer la existencia de esta nueva empresa, un plan de publicidad en medios de la comunidad y prensa, hablada y escrita, los cuales crecen al ritmo de la inflación proyectada.

#### 5.6.3.1 SUELDOS Y SALARIOS

Se identifica los sueldos y salarios que el personal de ventas percibirán en un año y proyectado hasta los cinco años de durabilidad del proyecto.

**CUADRO Nº 56**  
**SUELDOS Y SALARIOS**

<b>CARGO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Vendedor-Distribuidor	318,00	330,75	343,51	356,26	369,02
<b>TOTAL</b>	<b>318,00</b>	<b>330,75</b>	<b>343,51</b>	<b>356,26</b>	<b>369,02</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

**CUADRO Nº 57**  
**DETERMINACIÓN DEL COSTO DE MANO DE OBRA**

<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Sueldo Básico Unificado	3.816,00	3.969,06	4.122,12	4.275,18	4.428,24
Aporte Patronal	421,10	437,99	454,88	471,77	488,66
Fondos de Reserva	-	490,18	509,08	527,98	546,89
Décimo Tercer Sueldo	318,00	330,75	343,51	356,26	369,02
Décimo Cuarto Sueldo	636,00	636,00	636,00	636,00	636,00
<b>TOTAL</b>	<b>5.191,10</b>	<b>5.863,98</b>	<b>6.065,59</b>	<b>6.267,19</b>	<b>6.468,80</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

#### 5.6.3.2 PUBLICIDAD

Indica el valor de la publicidad que costará en los años que el proyecto durará.

**CUADRO Nº 58**  
**PUBLICIDAD**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Trípticos	360,00	373,75	388,03	402,85	418,24
Afiches	480,00	498,34	517,37	537,14	557,65
<b>TOTAL</b>	<b>840,00</b>	<b>872,09</b>	<b>905,40</b>	<b>939,99</b>	<b>975,90</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

**5.6.3.3 COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO**

El presente cuadro indica el valor del combustible y mantenimiento del vehículo que la empresa tendrá

**CUADRO Nº 59**  
**COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Combustible camión	1.536,00	1.594,68	1.655,59	1.718,84	1.784,49
Mantenimiento Camión	2.256,00	2.342,18	2.431,65	2.524,54	2.620,98
<b>TOTAL</b>	<b>3.792,00</b>	<b>3.936,85</b>	<b>4.087,24</b>	<b>4.243,37</b>	<b>4.405,47</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

**CUADRO Nº 60**  
**RESUMEN GASTOS DE VENTAS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Sueldos	5.191,10	5.863,98	6.065,59	6.267,19	6.468,80
Publicidad	840,00	872,09	905,40	939,99	975,90
Combustible y mantenimiento del camión	3.792,00	3.936,85	4.087,24	4.243,37	4.405,47
Depreciación vehículo	3.023,10	3.023,10	3.023,10	3.023,10	3.023,10
<b>TOTAL</b>	<b>12.846,20</b>	<b>13.696,02</b>	<b>14.081,33</b>	<b>14.473,66</b>	<b>14.873,27</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

**CUADRO Nº 61**  
**RESUMEN GENERAL DE GASTOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de producción	40.564,53	43.804,33	46.468,66	49.316,40	52.360,93
Gastos administrativos	15.270,66	15.301,50	15.823,40	15.571,75	16.134,29
Gastos de venta	12.846,20	13.696,02	14.081,33	14.473,66	14.873,27
Otros gastos	440,00	462,00	485,10	509,36	534,82
Gastos financieros	3.534,93	2.969,02	2.340,00	1.640,85	863,75
<b>TOTAL</b>	<b>72.656,31</b>	<b>76.232,86</b>	<b>79.198,49</b>	<b>81.512,02</b>	<b>84.767,06</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

### 5.7 FINANCIAMIENTO

En cuanto se refiere al financiamiento, se tramitará un crédito al Banco Nacional de Fomento, con un interés del 11,15% de interés para microempresas dedicadas a la comercialización, el mismo que ayudará a la implantación del mismo:

**CUADRO Nº 62**  
**CONDICIONES DEL FINANCIAMIENTO**

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA</b>	
<b>INSTITUCIÓN FINANCIERA:</b>	BANCO NACIONAL DEL FOMENTO
<b>MONTO:</b>	30.216,23
<b>TASA:</b>	11,15%
<b>PLAZO:</b>	5 AÑOS
<b>GRACIA:</b>	0 AÑOS
<b>MONEDA:</b>	DÓLARES
<b>AMORTIZACIÓN CADA:</b>	30 DÍAS

Fuente: Banco del Fomento  
Elaborado: Autora

## CUADRO Nº 63 FINANCIAMIENTO

Escriba los valores		Resumen del préstamo	
Importe del préstamo	\$30.216,23	Pago programado	\$8.610,39
Interés anual	11,15 %	Número de pagos programados	5
Período del préstamo en años	5	Número real de pagos	5
Número de pagos anuales	1	Total de adelantos	\$0,00
Fecha inicial del préstamo	30/01/2014	Interés total	11348,55
Pagos extra opcionales			
Entidad financiera: BANCO DEL FOMENTO			

Pago Nº	Fecha del pago	Saldo inicial	Pago programado	Pago extra	Pago total	Capital	Intereses	Saldo final
1	30/12/2014	\$31.703,41	\$8.610,39		\$8.610,39	\$5.075,46	\$3.534,93	\$26.627,94
2	30/12/2015	\$26.627,94	\$8.610,39		\$8.610,39	\$5.641,38	\$2.969,02	\$20.986,57
3	30/12/2016	\$20.986,57	\$8.610,39		\$8.610,39	\$6.270,39	\$2.340,00	\$14.716,18
4	30/12/2017	\$14.716,18	\$8.610,39	\$0,00	\$8.610,39	\$6.969,54	\$1.640,85	\$7.746,64
5	30/12/2018	\$7.746,64	\$8.610,39	\$0,00	\$7.746,64	\$6.882,89	\$863,75	\$0,00

Fuente: Banco del Fomento  
Elaborado: Autora

### 5.8 Depreciación y Amortización

## CUADRO Nº 64 DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	VALOR RESIDUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Infraestructura	8.976,00	448,80	426,36	426,36	426,36	426,36	426,36
Maquinaria y equipo	4.450,00	445,00	400,50	400,50	400,50	400,50	400,50
Muebles y enseres	1.530,00	153,00	137,70	137,70	137,70	137,70	137,70
Equipo de computación	3.466,75	1.155,58	770,39	770,39	770,39	-	-
Renovación de equipo de computación	3.629,25	1.209,75	-	-	-	806,50	806,50
Equipo de oficina	525,00	52,50	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25
Vehículo	33.590,00	3.359,00	3.023,10	3.023,10	3.023,10	3.023,10	3.023,10
<b>TOTAL</b>	<b>56.167,00</b>	<b>6.823,63</b>	<b>4.805,30</b>	<b>4.805,30</b>	<b>4.805,30</b>	<b>4.841,41</b>	<b>4.841,41</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora



## **5.9 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL**

El balance de arranque presenta la situación financiera y económica del proyecto, de manera estimada, registrando fuentes de capital, los activos fijos que la empresa tendrá y además el patrimonio con el que cuenta para iniciar sus actividades.

**FRIJOLITO CHIDO ONE  
BALANCE GENERAL**

<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>	
Bancos	5.205,78	Préstamo por pagar	30.216,23
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
Terreno	12.500,00		
Infraestructura	8.976,00		
Vehículo	33.590,00		
Equipo de computación	3.466,75		
Equipo de oficina	525,00		
Maquinaria y equipo	4450,00		
Muebles y enseres	1.530,00		
Otros	1.699,88		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>TOTAL PASIVOS</b>	
	<b><u>71.943,41</u></b>		<b><u>71.943,41</u></b>

\_\_\_\_\_  
**GERENTE**

\_\_\_\_\_  
**CONTADORA**

## 5.10 ESTADOS FINANCIEROS DE RESULTADOS

Los Estados de Resultados muestran la gestión de la empresa para obtener utilidades o pérdidas al término de un año y proyectado para los 5 años que durará el proyecto.

**CUADRO Nº 65**

<b>FRIJOLITO CHIDO ONE</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ingresos proyectados	124.185,60	133.854,60	144.276,41	155.509,67	167.617,53
Costos de Producción	40.564,53	43.804,33	46.468,66	49.316,40	52.360,93
<b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>	<b>83.621,07</b>	<b>90.050,27</b>	<b>97.807,76</b>	<b>106.193,26</b>	<b>115.256,60</b>
Gastos administrativos	15.270,66	15.301,50	15.823,40	15.571,75	16.134,29
Gastos de venta	12.846,20	13.696,02	14.081,33	14.473,66	14.873,27
Otros gastos	440,00	462,00	485,10	509,36	534,82
Depreciación	4.805,30	4.805,30	4.805,30	4.841,41	4.841,41
<b>(=) TOTAL GASTOS</b>	<b>33.362,16</b>	<b>34.264,82</b>	<b>35.195,13</b>	<b>35.396,17</b>	<b>36.383,79</b>
<b>(=) UTILIDAD OPERATIVA PROYECTADA</b>	<b>50.258,92</b>	<b>55.785,45</b>	<b>62.612,62</b>	<b>70.797,09</b>	<b>78.872,81</b>
(-) Gastos financieros	3.534,93	2.969,02	2.340,00	1.640,85	863,75
<b>(=) UTILIDAD PROYECTADA ANTES DEL 15%</b>	<b>46.723,99</b>	<b>52.816,43</b>	<b>60.272,62</b>	<b>69.156,24</b>	<b>78.009,06</b>
15% participación trabajadores	7.008,60	7.922,47	9.040,89	10.373,44	11.701,36
<b>(=) UTILIDAD PROYECTADA ANTES DEL 22%</b>	<b>39.715,39</b>	<b>44.893,97</b>	<b>51.231,73</b>	<b>58.782,80</b>	<b>66.307,70</b>
Impuesto a la renta	8.737,39	9.876,67	11.270,98	12.932,22	14.587,69
<b>(=) UTILIDAD NETA PROYECTADA</b>	<b>30.978,00</b>	<b>35.017,30</b>	<b>39.960,75</b>	<b>45.850,59</b>	<b>51.720,01</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

## 5.11 FLUJO DE EFECTIVO

Este Flujo de caja muestra los excedentes de dinero que se obtienen al restar lo ingresos proyectados de los egresos operacionales.

CUADRO Nº 66

FRIJOLITO CHIDO ONE						
FLUJO DE CAJA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión inicial	(71.943,41)					
<b>INGRESOS</b>						
Utilidad Proyectada		30.978,00	35.017,30	39.960,75	45.850,59	51.720,01
Reinversión					3.413,00	
Valor de rescate						6.823,63
Depreciación		4.805,30	4.805,30	4.805,30	4.841,41	4.841,41
<b>(=)TOTAL INGRESOS</b>		<b>35.783,30</b>	<b>39.822,59</b>	<b>44.766,05</b>	<b>54.105,00</b>	<b>63.385,05</b>
<b>EGRESOS</b>						
Pago al principal		3.996,72	4.442,35	4.937,67	5.488,22	5.419,99
<b>(=)TOTAL EGRESOS</b>		<b>3.996,72</b>	<b>4.442,35</b>	<b>4.937,67</b>	<b>5.488,22</b>	<b>5.419,99</b>
<b>(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO</b>	<b>(71.943,41)</b>	<b>31.786,58</b>	<b>35.380,24</b>	<b>39.828,38</b>	<b>48.616,78</b>	<b>57.965,06</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

## 5.12 EVALUACIÓN FINANCIERA

Los aportes que implican recursos financieros requiere un análisis para cuantificar y evaluar los beneficios que se obtendrán de estos, por tanto el proyecto debe estar sustentado teóricamente.

### 5.12.1 VALOR ACTUAL NETO

Este nos muestra la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión.

$$VAN = (II) + \frac{FCN}{(1+i)^1} + \frac{FCN}{(1+i)^2} + \frac{FCN}{(1+i)^3} + \frac{FCN}{(1+i)^4} + \frac{FCN}{(1+i)^5}$$

En donde:

**I**= Inversión inicial

**FC**=Flujo de Caja

**i**= Tasa de rendimiento medio

$$VAN = -71.943,41 + \frac{31.786,58}{(+0,1190)} + \frac{35.380,24}{(+0,1190)} + \frac{39.828,38}{(+0,1190)} + \frac{48.616,78}{(+0,1190)} + \frac{57.965,06}{(+0,1197)}$$

$$VAN = \$77.174,83$$

**CUADRO Nº 67**  
**VALOR ACTUAL NETO**

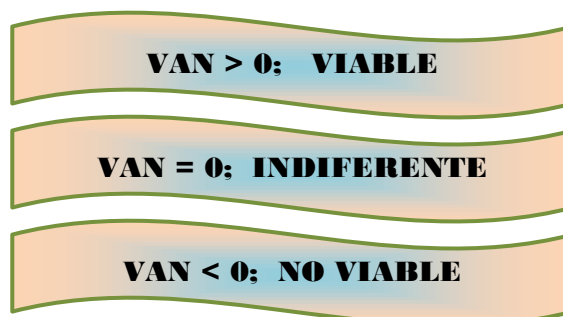
AÑO	FLUJOS NETOS	FACTOR	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO
0	(71.943,41)	11,90%	(71.943,41)
1	31.786,58	1,1190	28.405,37
2	35.380,24	1,2522	28.253,62
3	39.828,38	1,4013	28.422,51
4	48.616,78	1,5681	31.003,64
5	57.965,06	1,7548	33.033,10
<b>VAN</b>			<b>77.174,83</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autora

### ➤ ANÁLISIS DEL VALOR ACTUAL NETO

Resulta ser factible por cuanto el **VAN** es positivo siendo por lo tanto factible de crear la empresa de producción y comercialización de frejol pre cocido y empacado al vacío. Porque después de recuperar la inversión inicial se ganará \$77.174,83



### 5.13.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Se denomina TIR de un proyecto productivo a la tasa de redescuento que hace a su valor actual neto igual a cero; se trata, por tanto, de una medida de la rentabilidad relativa de una inversión. La tasa interna de retorno deberá ser mayor que la tasa de redescuento para que la inversión sea aceptada.

Para calcular la TIR se utiliza una tasa de redescuento arbitraria para obtener un VAN positivo y un VAN negativo.

**CUADRO Nº 68**  
**TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

AÑO	FLUJOS NETOS	TASA DE DESCUENTO	
		17,00%	22,00%
0	(71.943,41)	(71.943,41)	(71.943,41)
1	31.786,58	27.168,02	26.054,58
2	35.380,24	25.845,75	23.770,66
3	39.828,38	24.867,67	21.933,76
4	48.616,78	25.944,35	21.945,57
5	57.965,06	5.500,20	21.447,03
<b>VAN</b>		<b>\$ 438,33</b>	<b>(\$ 6.468,64)</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

La fórmula con la que se calcula la TIR es:

$$TIR = Ti + \left( Ts - Ti \right) \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}}$$

**En donde:**

**Ti** = Tasa inferior de redescuento. Porcentaje con el que el VAN se vuelve positivo.

**Ts** = Tasa superior de redescuento. Es la tasa con la cual el VAN se torna negativo

**VAN**= Valor Actual Neto

$$TIR = 17 + \left( \frac{2 - 17}{\frac{438,33}{438,33 - 6.468,64}} \right) \cdot \frac{438,33}{438,33 - 6.468,64}$$

$$TIR = 17 + (5)(0.063461981)$$

**TIR= 17,32%**

### ➤ ANÁLISIS DE LA TIR

La tasa interna de retorno resultó con un valor igual a 17,32%; una cifra que supera a la tasa de rendimiento del 11,90%. Por lo tanto se convierte en un proyecto atractivo y viable.

### 5.12.3 SENSIBILIZACIÓN DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

Para el análisis de la sensibilidad económica financiera del proyecto se aplicó un escenario, para ello se disminuirá el 6% y 12% de los ingresos en ventas, con la finalidad de saber hasta qué valor el proyecto será factible:

#### ➤ PRIMER ESCENARIO

Los escenarios proyectan la sensibilización de la TIR, en este primer caso las ventas se reducen en un 6%, se obtiene los siguientes resultados.

**CUADRO N° 69**

<b>FRIJOLITO CHIDO ONE</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ingresos proyectados	116.734,46	125.823,32	135.619,83	146.179,09	157.560,48
Costos de Producción	40.564,53	43.804,33	46.468,66	49.316,40	52.360,93
<b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>	<b>76.169,93</b>	<b>82.018,99</b>	<b>89.151,18</b>	<b>96.862,68</b>	<b>105.199,55</b>
Gastos administrativos	15.270,66	15.301,50	15.823,40	15.571,75	16.134,29
Gastos de venta	12.846,20	13.696,02	14.081,33	14.473,66	14.873,27
Otros gastos	440,00	462,00	485,10	509,36	534,82
Depreciación	4.805,30	4.805,30	4.805,30	4.841,41	4.841,41
<b>(=) TOTAL GASTOS</b>	<b>33.362,16</b>	<b>34.264,82</b>	<b>35.195,13</b>	<b>35.396,17</b>	<b>36.383,79</b>
<b>(=) UTILIDAD OPERATIVA PROYECTADA</b>	<b>42.807,78</b>	<b>47.754,17</b>	<b>53.956,04</b>	<b>61.466,51</b>	<b>68.815,76</b>
(-) Gastos financieros	3.534,93	2.969,02	2.340,00	1.640,85	863,75
<b>(=) Utilidad proyectada antes del 15%</b>	<b>39.272,85</b>	<b>44.785,15</b>	<b>51.616,04</b>	<b>59.825,66</b>	<b>67.952,01</b>
15% participación trabajadores	5.890,93	6.717,77	7.742,41	8.973,85	10.192,80
<b>(=) Utilidad proyectada antes del 22%</b>	<b>33.381,92</b>	<b>38.067,38</b>	<b>43.873,64</b>	<b>50.851,81</b>	<b>57.759,21</b>
Impuesto a la renta	7.344,02	8.374,82	9.652,20	11.187,40	12.707,03
<b>(=) Utilidad neta proyectada</b>	<b>26.037,90</b>	<b>29.692,56</b>	<b>34.221,44</b>	<b>39.664,41</b>	<b>45.052,18</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora



**CUADRO N° 70**

<b>FRIJOLITO CHIDO ONE</b>						
<b>FLUJO DE CAJA</b>						
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Inversión inicial	(71.943,41)					
<b>INGRESOS</b>						
Utilidad Proyectada		26.037,90	29.692,56	34.221,44	39.664,41	45.052,18
Reinversión					3.629,25	
Valor de rescate						6.823,63
Depreciación		4.805,30	4.805,30	4.805,30	4.841,41	4.841,41
<b>(=)TOTAL INGRESOS</b>		<b>30.843,20</b>	<b>34.497,86</b>	<b>39.026,73</b>	<b>48.135,07</b>	<b>56.717,23</b>
<b>EGRESOS</b>						
Pago al principal		5.075,46	5.641,38	6.270,39	6.969,54	6.882,89
<b>(=)TOTAL EGRESOS</b>		<b>5.075,46</b>	<b>5.641,38</b>	<b>6.270,39</b>	<b>6.969,54</b>	<b>6.882,89</b>
<b>(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO</b>	<b>(71.943,41)</b>	<b>25.767,73</b>	<b>28.856,48</b>	<b>32.756,34</b>	<b>41.165,54</b>	<b>49.834,34</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

**CUADRO N° 71**  
**COMPROBACIÓN DEL VAN Y TIR**

<b>AÑO</b>	<b>FLUJOS NETOS</b>
<b>0</b>	(71.943,41)
<b>1</b>	23.026,76
<b>2</b>	23.043,93
<b>3</b>	23.375,74
<b>4</b>	26.251,87
<b>5</b>	28.399,57
<b>VAN</b>	\$ 16.651,00
<b>TIR</b>	24%

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

➤ **SEGUNDO ESCENARIO**

Los escenarios proyectan la sensibilización de la TIR, en este primer caso las ventas se reducen en un 12%, se obtiene los siguientes resultados.

**CUADRO N° 72**

<b>FRIJOLITO CHIDO ONE</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ingresos proyectados	109.283,33	117.792,05	126.963,24	136.848,51	147.503,43
Costos de Producción	40.564,53	43.804,33	46.468,66	49.316,40	52.360,93
<b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>	<b>68.718,80</b>	<b>73.987,72</b>	<b>80.494,59</b>	<b>87.532,10</b>	<b>95.142,50</b>
Gastos administrativos	15.270,66	15.301,50	15.823,40	15.571,75	16.134,29
Gastos de venta	12.846,20	13.696,02	14.081,33	14.473,66	14.873,27
Otros gastos	440,00	462,00	485,10	509,36	534,82
Depreciación	4.805,30	4.805,30	4.805,30	4.841,41	4.841,41
<b>(=) TOTAL GASTOS</b>	<b>33.362,16</b>	<b>34.264,82</b>	<b>35.195,13</b>	<b>35.396,17</b>	<b>36.383,79</b>
<b>(=) UTILIDAD OPERATIVA PROYECTADA</b>	<b>35.356,65</b>	<b>39.722,90</b>	<b>45.299,45</b>	<b>52.135,93</b>	<b>58.758,71</b>
(-) Gastos financieros	3.534,93	2.969,02	2.340,00	1.640,85	863,75
<b>(=) UTILIDAD PROYECTADA ANTES DEL 15%</b>	<b>31.821,72</b>	<b>36.753,88</b>	<b>42.959,45</b>	<b>50.495,08</b>	<b>57.894,96</b>
<b>15% participación trabajadores</b>	<b>4.773,26</b>	<b>5.513,08</b>	<b>6.443,92</b>	<b>7.574,26</b>	<b>8.684,24</b>
<b>(=) UTILIDAD PROYECTADA ANTES DEL 22%</b>	<b>27.048,46</b>	<b>31.240,80</b>	<b>36.515,53</b>	<b>42.920,82</b>	<b>49.210,72</b>
Impuesto a la renta	5.950,66	6.872,98	8.033,42	9.442,58	10.826,36
<b>(=) UTILIDAD NETA PROYECTADA</b>	<b>21.097,80</b>	<b>24.367,83</b>	<b>28.482,12</b>	<b>33.478,24</b>	<b>38.384,36</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

**CUADRO N° 73**

<b>FRIJOLITO CHIDO ONE</b>						
<b>FLUJO DE CAJA</b>						
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Inversión inicial	(71.943,41)					
<b>INGRESOS</b>						
Utilidad Proyectada		21.097,80	24.367,83	28.482,12	33.478,24	38.384,36
Reinversión					3.629,25	
Valor de rescate						6.823,63
Depreciación		4.805,30	4.805,30	4.805,30	4.841,41	4.841,41
<b>(=)TOTAL INGRESOS</b>		<b>25.903,10</b>	<b>29.173,12</b>	<b>33.287,42</b>	<b>41.948,90</b>	<b>50.049,40</b>
<b>EGRESOS</b>						
Pago al principal		5.075,46	5.641,38	6.270,39	6.969,54	6.882,89
<b>(=)TOTAL EGRESOS</b>		<b>5.075,46</b>	<b>5.641,38</b>	<b>6.270,39</b>	<b>6.969,54</b>	<b>6.882,89</b>
<b>(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO</b>	<b>(71.943,41)</b>	<b>20.827,64</b>	<b>23.531,75</b>	<b>27.017,03</b>	<b>34.979,36</b>	<b>43.166,51</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

**CUADRO N° 74**  
**COMPROBACIÓN DEL VAN Y TIR**

<b>AÑO</b>	<b>FLUJOS NETOS</b>
<b>0</b>	(71.943,41)
<b>1</b>	18.612,15
<b>2</b>	18.791,76
<b>3</b>	19.280,02
<b>4</b>	22.306,86
<b>5</b>	24.599,71
<b>VAN</b>	<b>\$ 1.705,03</b>
<b>TIR</b>	<b>13%</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

#### 5.12.4 BENEFICIO – COSTE

**CUADRO N° 75**  
**BENEFICIO – COSTE**

<b>INGRESOS</b>	<b>INGRESOS DEFLACTADOS 11,90%</b>	<b>EGRESOS</b>	<b>EGRESOS DEFLACTADOS 11,90%</b>
124.185,60	110.979,09	72.656,31	64.929,68
133.854,60	106.898,87	76.232,86	60.881,04
144.276,41	102.968,66	79.198,49	56.523,19
155.509,67	99.182,95	81.512,02	51.987,78
167.617,53	95.536,43	84.767,06	48.314,41
<b>TOTAL</b>	<b>515.566,01</b>		<b>282.636,10</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

$$C/B = \frac{INGRESOS.DEFLACTADOS}{EGRESOS.DEFLACTADOS}$$

$$C/B = \frac{515.566,01}{282.636,10}$$

$$C/B = 1,82$$

Esta relación refleja el valor que tiene el proyecto en relación con los beneficios y costos, lo que indica que por cada dólar invertido se genera 1,82 dólares de ingresos.

#### 5.12.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio, es aquel nivel en donde los ingresos se igualan a los costos, sirve como parámetro de referencia para determinar el nivel de ventas en unidades y en cantidad para comenzar a generar utilidades. El P.E. es únicamente válido para el año 1 del proyecto, porque entre más tardío es el pronóstico es menos cierto.

**CUADRO N° 76**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR PARCIAL</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>INGRESOS</b>		<b>124.185,60</b>
Ventas netas	124.185,60	
<b>COSTOS FIJOS</b>		<b>26.044,12</b>
Gasto sueldos administrativos	11.672,80	
Gasto sueldos ventas	5.191,10	
Publicidad	840,00	
Interés	3.534,93	
Depreciación	4.805,30	
<b>COSTOS VARIABLES</b>		<b>37.754,83</b>
Mano de obra directa	7.632,00	
Materia prima directa	23.815,00	
Materia prima indirecta	1.774,08	
Servicios básico	360,00	
Suministros de oficina	47,75	
Mantenimiento de equipo de computación	190,00	
Mantenimiento de maquinaria y equipo	144,00	
Gasto combustible y mantenimiento del camión	3.792,00	
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>187.984,55</b>
CFU		0,51
CVU		0,74

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

A continuación se presenta el punto de equilibrio del proyecto.

$$PE(\text{Unidades}) = \frac{\text{Costo.Fijo.}}{1 - \frac{CVu}{PVu}}$$

$$PE = \frac{26.044,12}{1 - 0,302040816}$$

**PE (unidades)= 37.315**

**PE (dólares)= 91.420,95**

## 5.12.6 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

**CUADRO N° 77**  
**VALORES CORRIENTES SIN INFLACIÓN**

<b>AÑO</b>	<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>FLUJO DEFLACTADO</b>	<b>RECUPERACIÓN</b>
1	28.405,37	27.360,21	1.045,16
2	28.253,62	26.212,72	2.040,90
3	28.422,51	25.399,16	3.023,35
4	31.003,64	26.686,31	4.317,33
5	33.033,10	27.386,99	5.646,12

149.118,24	5
71.943,41	x
<b>2,41</b>	<b>Años</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

**CUADRO N° 78**  
**VALORES REALES O CONSTANTES**

<b>AÑO</b>	<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>VALOR DEFLACATADO</b>	<b>RECUPERACIÓN</b>
1	28.405,37	0,963205548	27.360,21
2	28.253,62	0,927764928	26.212,72
3	28.422,51	0,893628326	25.399,16
4	31.003,64	0,860747761	26.686,31
5	33.033,10	0,829077019	27.386,99

133.045,39	5
71.943,41	x
<b>2,70</b>	<b>Años</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

## 5.12.7 RESUMEN DE EVALUACIÓN

CUADRO N° 79

EVALUADOR	VALOR	CRITERIO
VAN	77.174,83	ACEPTABLE
TIR	17,32%	ACEPTABLE
C/B	1,82	ACEPTABLE
RECUPERACIÓN EN VALOR CORRIENTE	2,41	ACEPTABLE
RECUPERACIÓN EN VALOR REAL	2,70	ACEPTABLE
PUNTO DE EQUILIBRIO	37.315	ACEPTABLE

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Autora

## CAPÍTULO VI

### 6 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

El presente estudio busca determinar la parte organizacional de la empresa en la cual se incluye la filosofía, estructura de cargos, manual de funciones y procedimientos requeridos para su conformación.

#### 6.1 ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA

##### 6.1.1 NOMBRE DE LA EMPRESA

La empresa que se encontrará ubicada en la de ciudad de Ibarra se denominará Empacadora de fréjol pre cocido y al vacío "Frijolito Chido One "

##### 6.1.2 LOGOTIPO





## **6.2 MISIÓN**

Empacadora de fréjol pre cocido y al vacío "Frijolito Chido One" busca establecerse como una empresa Agrícola pionera en la comercialización de fréjol pre cocido y empacado al vacío, encaminada a ofrecer un producto de calidad, y competitividad para poder satisfacer las necesidades gustos y preferencias de los clientes.

## **6.3 VISIÓN**

Empacadora de fréjol pre cocido y al vacío "Frijolito Chido One" proyecta ser en el 2018 una empresa líder a nivel regional en la comercialización de fréjol pre cocido y empacado al vacío satisfaciendo las necesidades del consumidor y con precios accesibles.

## **6.4 OBJETIVOS EMPRESARIALES**

- Instalar la empresa comercializadora de fréjol pre cocido y empacado al vacío en la ciudad de Ibarra.
- Potencializar la creatividad e iniciativa de los trabajadores para obtener competitividad en el mercado.
- Buscar el desarrollo y mejoramiento de las condiciones de vida.
- Mitigar el desempleo mediante la identificación de oportunidades de negocios para implantar empresas.
- Comercializar productos de óptima calidad que satisfaga las necesidades de los consumidores.
- Realizar reuniones periódicas con los empleados para evaluar su desempeño y conocer sus necesidades.

## **6.5 POLÍTICAS DE LA EMPRESA**

- Realizar eficientemente el trabajo asignado a cada puesto de acuerdo con lo que establece el reglamento interno, tomando en cuenta los planes operativos.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- Guardar respeto y consideración en el trato con sus superiores, y compañeros.
- La falta de puntualidad o inasistencia injustificada, serán sancionados y podrán dar lugar a la pérdida de la remuneración correspondiente.

## **6.6 PRINCIPIOS Y VALORES**

### **6.6.1 PRINCIPIOS**

#### **➤ RESPONSABILIDAD**

Es uno de los principios más importantes de la empresa, ya que mediante esta se cumplirán la puntualidad en el trabajo, entrega de pedidos, etc.

#### **➤ MEJORAMIENTO CONTINUO**

Tanto en procesos como en el producto a fin de que vaya acorde con la actualidad según las necesidades y exigencias del mercado.

#### **➤ COMPROMISO**

Actitud de responsabilidad sobre las acciones encaminadas y adquiridas, tanto con el intermediario como con el consumidor final del producto a ofertarse.

### ➤ **TRABAJO EN EQUIPO.**

Una actitud empresarial derivada del principio entre más somos más logramos, el trabajo en equipo es primordial en las actividades diarias de la empresa para satisfacción de las necesidades del cliente.

## **6.6.2 VALORES**

### ➤ **HONESTIDAD**

Trabajo con honestidad, equidad y transparencia reflejada día a día en cuanto a la elaboración del producto y cada uno de los empleados de la misma.

### ➤ **CREATIVIDAD**

La capacidad de crear nuevas ideas, proyectos para beneficio de la empresa.

### ➤ **ÉTICA**

Elaborar todas y cada una de las actividades dentro de la empresa como hacia el cliente, con transparencia y rectitud, siendo justo en cada decisión que se presente.

### ➤ **CALIDAD**

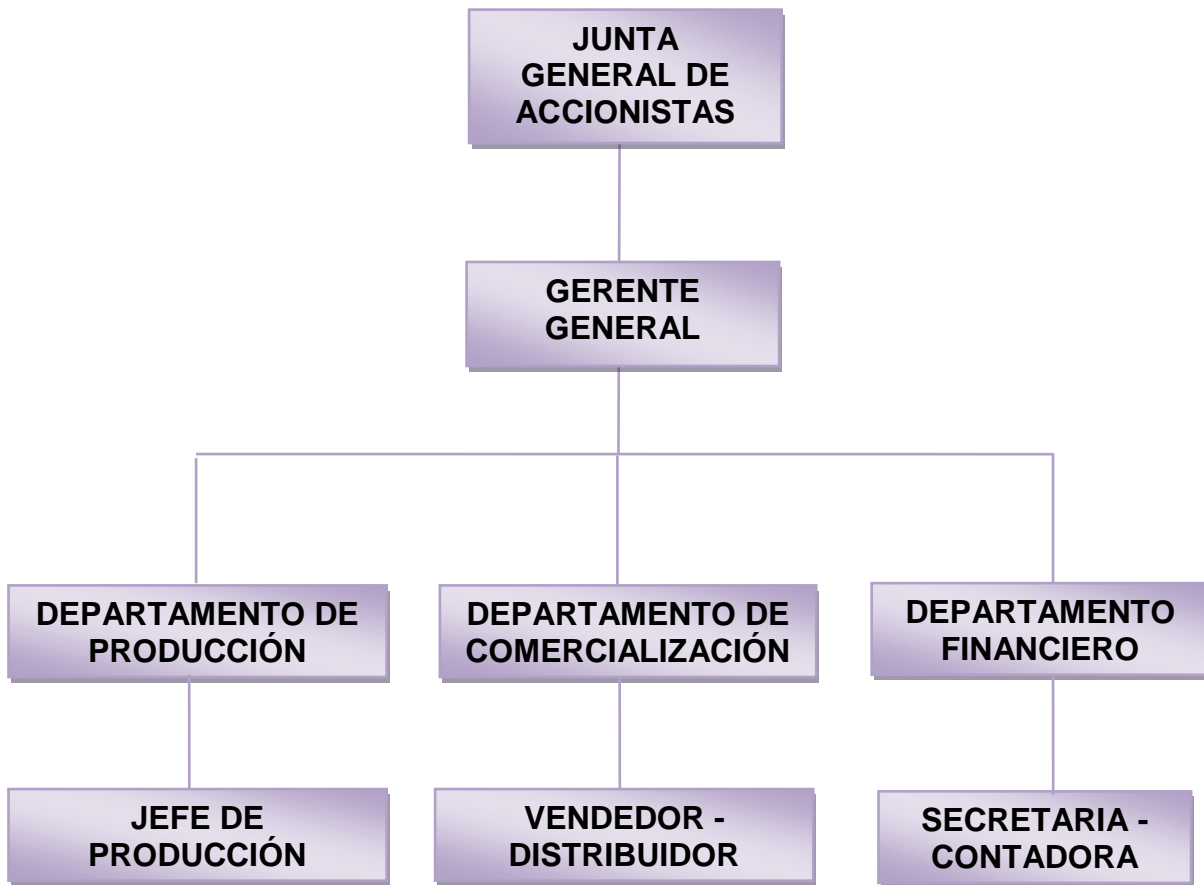
En el desempeño administrativo, organizacional ya que esto se refleja en el producto y en la satisfacción del cliente.

## **6.7 ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA EMPRESA**

### **6.7.1 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA**

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa que refleja en forma esquemática la posición de las áreas que la integran.

**CUADRO N° 80**  
**ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA**



### **6.7.2 NIVELES ADMINISTRATIVOS**

Los niveles administrativos de la empresa comercializadora de fréjol precocido y empacado al vacío son:

- Nivel Directivo
- Nivel Ejecutivo
- Nivel Administrativo / Apoyo
- Nivel Operativo

#### **➤ NIVEL DIRECTIVO**

Es el nivel más alto y lo encabeza la Asamblea de todos los socios de la empresa, conformada por tres socios, que es la máxima autoridad y su principal función es la toma de decisiones que guiarán el presente y futuro de “Frijolito Chido One”.

### ➤ **NIVEL EJECUTIVO**

Este nivel directivo o Ejecutivo está integrado por el Gerente de la empresa, quien es responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar, la ejecución de las políticas, y las actividades de la empresa.

### **NIVEL OPERATIVO**

Está conformado por el departamento técnico el cual es el responsable de la producción y las actividades acordes a este, garantizando la calidad de los productos.

#### ➤ **JEFE DE PRODUCCIÓN**

Es el encargado de la planificación, organización, ejecución y control del proceso productivo. Cada una de las áreas en relación a las características de las tareas, con su respectivo almacenamiento y conservación del producto.

#### ➤ **SECRETARIA – CONTADORA**

Será la encargada de las acciones administrativas y financieras necesarias para el correcto funcionamiento de la empresa y el cumplimiento de las actividades de la empresa.

#### ➤ **VENDEDOR**

Se dedicará hacer contactos con los clientes para ofertar el producto en los diferentes mercados, indicando la garantía del producto.

### **6.7.3 ORGÁNICO FUNCIONAL**

Para el correcto funcionamiento de la empresa deberá contar con el orgánico funcional que constituye una norma de cumplimiento obligatorio en el cual se indican los requisitos mínimos de control interno en cada puesto a implantar en la empresa.

## **REQUERIMIENTO DE PERSONAL GERENTE GENERAL**

### **FUNCIONES**

- Representar legalmente a la Empresa en forma judicial y extrajudicial
- Orientar y ejecutar la política administrativa, técnica y financiera de la empresa.
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de los estatutos, reglamento interno que emanen a la empresa.
- Presentar mensualmente los informes a los accionistas e caso de existir.

### **PERFIL**

- Ser positivo
- Capacidad para dirigir empresas.
- Mantener un espíritu emprendedor y dinámico
- Contar con iniciativa y emprendimiento

### **COMPETENCIAS**

#### **PROFESIONALES**

- Tolerancia a la Presión
- Capacidad de planificación y Organización
- Iniciativa e innovación

## **ESTRUCTURALES**

- Amable
- Responsable
- Trabajo en equipo
- Puntual
- Prudencia y Autocontrol

## **REQUISITOS**

- Título en Administración de Empresas y/o carreras a fines
- Tener experiencia mínima de 3 años en cargos similares.

## **REQUERIMIENTO DE PERSONAL SECRETARIA - CONTADORA**

### **FUNCIONES**

- Ofrecer un trato cordial, amable y respetuoso al cliente.
- Poseer información básica sobre los productos y precios que oferta la Empresa.
- Facturar los productos a los clientes.
- Adquisición de suministros de oficina con autorización de gerencia.
- Manejar el fondo de caja chica y su respectiva reposición mensual.
- Organizar y actualizar con claridad los inventarios de todos los bienes muebles e inmuebles de la empresa.
- Realizar los pagos correspondientes al personal que labora en la organización.

## **PERFIL**

- Tener buena Presencia
- Responsabilidad y cumplimiento de sus actividades
- Demostrar buen trato
- Saber trabajar en equipo
- Capacidad de responder al trabajo bajo presión
- Buena presencia y excelente atención al cliente
- Confidencialidad de la información que se maneja en su trabajo diario

## **COMPETENCIAS**

### **PROFESIONALES**

- Aprendizaje continuo y búsqueda de información
- Tolerancia a la Presión
- Iniciativa
- Innovación

### **ESTRUCURALES**

- Prudencia y autocontrol.
- Responsable

### **REQUISITOS**

- Título de secretaria.
- Tener experiencia de un año mínimo en cargos similares.



- Conocimientos básicos de contabilidad.
- Conocimientos de idiomas.

## **REQUERIMIENTO DE PERSONAL JEFE DE PRODUCCIÓN**

### **FUNCIONES**

- Supervisar al personal operativo en las labores diarias.
- Realizar contactos con proveedores para la adquisición de insumos y materias primas.
- Administrar la bodega de materiales e insumos.
- Notificar cualquier anomalía en su área.

### **PERFIL**

- Ingeniero Agrónomo.
- Responsabilidad y eficiencia en las funciones encomendadas.
- Poseer actitud de trabajo en equipo.
- Tener buena iniciativa de trabajo.

### **COMPETENCIAS**

#### **PROFESIONALES**

- Tolerancia a la Presión
- Tener profesionalismo en su trabajo

#### **ESTRUCTURALES**

- Responsable

- Eficiente
- Don de mando.
- Tener iniciativa en el trabajo.

## **REQUERIMIENTO DE PERSONAL VENDEDOR – DISTRIBUIDOR**

### **FUNCIONES**

- Asegurarse de que se siga todos los procesos para la elaboración del producto final es decir el empaçado al vacío del fréjol
- Verificar que el producto este en buen estado para ser distribuido.

### **PERFIL**

- Poseer actitud de trabajo en equipo
- Tener buena iniciativa de trabajo
- Tener buenas relaciones personales
- Tener conocimiento sobre los productos empaçados al vacío

### **COMPETENCIAS**

#### **PROFESIONALES**

- Tolerancia a la Presión
- Tener profesionalismo en su trabajo

#### **ESTRUCTURALES**

- Responsable
- Eficiente

## **REQUISITOS**

- Tener conocimientos en el área de agroindustrias
- Tener experiencia en el manejo de máquinas empacadoras al vacío.

## **6.8 CONTROLES INTERNOS EN LA EMPRESA**

### **6.8.1 CONTROL INTERNO FINANCIERO**

- Depositar diariamente las ventas.
- El dinero deberá ser utilizado para el fin que indique la empresa.
- Arqueos periódicos de caja para verificar que las transacciones hechas sean las correctas.
- Hacer un conteo físico de los activos que en realidad existen en la empresa y cotejarlos con los que están registrados en los libros de contabilidad.
- Tener una numeración de los comprobantes de contabilidad en forma consecutiva y de fácil manejo para las personas encargadas de obtener información de estos.
- Analizar si los rendimientos financieros e inversiones hechas están dando los resultados esperados.
- Verificar que se están cumpliendo con todas las normas tanto tributarias, fiscales y civiles.

### **6.8.2 CONTROL INTERNO DE INVENTARIO**

- Conteo físico de los inventarios por lo menos una vez al año.

- Mantenimiento eficiente de compras, recepción y procedimientos de embarque, almacenamiento del inventario para protegerlo contra el robo, daño o descomposición.
- Permitir el acceso al inventario solamente al personal que no tiene acceso a los registros contables.
- Mantener registros de inventarios perpetuos para las mercancías de alto costo unitario.
- Comprar el inventario en cantidades económicas.
- Mantener suficiente inventario disponible para prevenir situaciones de déficit, lo cual conduce a pérdidas en ventas.
- No mantener un inventario almacenado demasiado tiempo, evitando con eso el gasto de tener dinero restringido en artículos innecesarios.

## **6.9 ANÁLISIS LEGAL**

### **6.9.1 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA**

La forma jurídica de es una Compañía de Responsabilidad Limitada, con capacidad legal para realizar actividades de comercio, para lo cual son necesarios los siguientes requisitos:

#### **6.9.1.1 APERTURA DE UNA CUENTA**

La apertura de la cuenta se lo realiza en principio para cumplir lo legal ya que para crear una compañía se necesita un capital social pagado de \$800 como mínimo según la ley de compañías. Este capital de la empresa es recuperable.

### **6.9.1.2 ELABORACIÓN DE LA MINUTA ANTE UN ABOGADO**

Se debe elaborar una minuta ante un abogado donde se detalla el capital social, los nombres de los socios de haberlo, y demás requisitos que se requiere para este efecto.

### **6.9.1.3 REGISTRAR NOTARIA PÚBLICA**

Luego de elaborar la minuta se debe elevar a escritura pública, para que se legalice la creación de la compañía de responsabilidad limitada, donde debe estar presente la firma de un notario público y el detalle del capital social pagado.

### **6.9.1.4 REGISTRO MERCANTIL**

Continuando con la creación de la compañía de responsabilidad limitada se debe realizar el registro mercantil. Un requisito indispensable si esta compañía desea celebrar un contrato con cualquier persona natural o jurídica.

### **6.9.1.5 CONFORMACIÓN DE LA EMPRESA**

La empresa se formara con:

**Cuadro Nº 81**  
**APORTES DE LOS SOCIOS**

<b>NOMBRE</b>	<b>APORTE</b>
Steffany Sarmiento	20.920,00
Rocío Bravo	10.460,00
Andrés Díaz	10.460,00

## **6.9.2 REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE**

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el punto de partida para el proceso de administración tributaria, constituye el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias. Para obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) con esta denominación el Servicio de Rentas Internas solicita:

- a)** Copias de la constitución de la compañía y del nombramiento del representante legal actual.
  - b)** Original y copia de cédula de identidad o ciudadanía y papeleta de votación del representante legal y contador
  - c)** Para extranjeros original y copia del pasaporte con cualquier visa (excepto de transeúnte).
  - d)** Original y copia de la planilla de luz, agua o teléfono, o Pago del Impuesto Predial (año actual) o pago del servicio de Tv cable o telefonía celular o estados de cuenta que este a nombre del sujeto pasivo (contribuyente) de máximo tres meses atrás desde la fecha de emisión (no Servipagos)
- Del domicilio actual y,
  - Del lugar en que realiza la actividad económica (si es el caso) contrato de arrendamiento legalizado o notariado por el inquilinato, donde conste obligatoriamente el número de RUC del arrendador.

## **6.9.3 LOS REQUISITOS PARA AFILIAR LA EMPRESA A LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS**

- a)** Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- b)** Copia de la cédula de ciudadanía.
- c)** Listado de maquinarias y equipos valorados a precio de costo.
- d)** Croquis de ubicación con la dirección exacta de la empresa.

#### **6.9.4 PATENTES MUNICIPAL**

Para obtener la Patente Municipal son necesarios los siguientes requisitos:

- a)** Formulario de declaración del Impuesto de Patentes, original y copia.
- b)** Copia de la cédula de ciudadanía Registro Único de Contribuyentes (RUC) original y copia, otorgado por el SRI.
- c)** Cancelar el valor de la patente de acuerdo a la actividad de la empresa

#### **6.9.5 PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE LOS BOMBEROS**

Conjuntamente con la patente municipal se cobra la Tasa de autorización de funcionamiento para el Cuerpo de Bomberos por un monto correspondiente al 10% del impuesto de patente, pero nunca será mayor de USD \$ 100,00. El valor recaudado será entregado al Cuerpo de Bomberos para la implementación y funcionamiento del Plan de Control y Evaluación de los medios de prevención contra incendios, al fortalecimiento del Plan Fuego, a los programas de capacitación sobre prevención de incendios y a la Unidad Especializada de Quemados.

Los requisitos para la obtención de este permiso son:

- a)** Llenar una solicitud o formulario de Inspección que entrega en las Oficinas del Cuerpo de bomberos de Ibarra y adjuntar. Informe de la Inspección realizada por el Inspector del Cuerpo de Bomberos de Ibarra.
- b)** Copia de la Patente Municipal.
- c)** Copia de la cédula de ciudadanía si es persona natural o del representante Legal en el caso de persona jurídica.

- d) Registro Único de Contribuyentes (RUC) original y copia, otorgado por el SRI.
- e) Copia de la inspección del año anterior en caso de existir

#### **6.9.6 PERMISO SANITARIO**

El permiso sanitario sirve para autorizar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Este documento es expedido por la autoridad de salud competente, al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.

#### **6.9.7 RÉGIMEN TRIBUTARIO PARA PYMES**

En el Ecuador existe una estructura tributaria muy compleja que complica a las actividades. Por lo que es necesario realizar una estructura tributaria.

- a) Impuesto a la renta
- b) Impuesto al valor agregado
- c) Impuestos a los consumos especiales
- d) Impuestos municipales

#### **6.9.8 RESPONSABILIDAD LABORAL**

Según el código de trabajo vigente en el país son varias las obligaciones del empleador pero a continuación enumero las principales.

- a) Pagar un sueldo en la cantidad que corresponde y a su tiempo.
- b) Adecuar lugares de trabajo, sujetándose a las disposiciones legales.
- c) Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieran en el trabajo.



- d)** Respetar las asociaciones de los trabajadores.
- e)** Tratar a los trabajadores con la debida consideración.
- f)** Dar gratuitamente al trabajador, cuantas veces lo solicite, certificados relativos a su trabajo.
- g)** Pagar al trabajador la remuneración correspondiente al tiempo perdido cuando se vea imposibilitado de trabajar.
- h)** Inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, desde el primer día de labores y todos los beneficios de ley, como son décimos, utilidades y vacaciones.

## CAPÍTULO VII

### 7 ESTUDIO DE IMPACTOS

En este capítulo se analizará los posibles impactos que representan efectos y consecuencias positivas y negativas, existentes en la investigación realizada en el proyecto, dentro de los ámbitos: económico, social, empresarial, y ambiental.

Con la finalidad de efectuar un análisis cuantitativo y cualitativo se ha realizado una matriz de valoración, instrumento con el cual analizaremos individualmente a cada impacto para luego concluir con un análisis general como se muestra a continuación en la matriz se señala una valoración -3 a 3 que se califica de acuerdo a los siguientes criterios:

**CUADRO N° 82**  
**MATRIZ DE VALORACIÓN**

VALORACIÓN	NIVEL DE IMPACTO
3	Impacto alto positivo
2	Impacto medio positivo
1	Impacto bajo positivo
0	No hay impacto
-1	Impacto bajo negativo
-2	Impacto medio negativo
-3	Impacto alto negativo

Una vez establecido los niveles de Impacto a cada indicador, se procede a la sumatoria de los valores, esta medición se la realiza en base a una medida ponderada que nos indicará si el resultado es positivo o negativo.

$$\frac{\sum}{N1} = \frac{\text{Sumatoria de indicadores}}{\text{Numero de indicadores}}$$

## 7.1 MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL

**CUADRO N° 83**  
**MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL**

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Calidad de vida						x		2
Seguridad familiar						x		2
Migración					x			1
Bienestar comunitario						x		2
<b>TOTAL</b>					1	6		7

$$\Sigma = \frac{7}{4}$$
$$= 1,75$$

El resultado del Impacto Social equivale a 2 lo cual tendrá un Impacto medio positivo.

### **ANÁLISIS:**

Con la implementación de la empresa propuesta en el presente proyecto permitirá la participación directa de los agricultores de la Parroquia Ambuquí, dándoles la oportunidad de ser los que promuevan la mejora de su producción y de esta manera promover el bienestar comunitario lo cual tendrá un impacto medio positivo , como también mejorar la calidad de vida de todas las familias, ya que con la ejecución del proyecto tendrá un impacto medio positivo porque permitirá evitar la migración de los trabajadores del campo a la ciudad como fuera del país.

## 7.2 MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

CUADRO N° 84  
MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Oferta de empleo							x	3
Demanda de mano de obra					x			1
Estabilidad económica familiar						x		2
Capacidad de compra						x		2
<b>TOTAL</b>					1	4	3	8

$$\Sigma = \frac{8}{4}$$

= **2,00**

El resultado del Impacto Económico equivale a 2 lo cual tendrá un Impacto medio positivo.

### ANÁLISIS:

Dentro del Impacto Económico se puede evidenciar que existirá oferta de empleo obteniendo un impacto alto positivo porque mediante la creación de la empresa permitirá el ingreso de varios agricultores que deseen formar parte de la misma. Al solucionar el problema del desempleo, también se evitará problemas sociales como la delincuencia, drogadicción, alcoholismo, entre otros, y de esta manera se contribuirá a mejorar la estabilidad económica familiar de esta zona cuyo impacto será medio positivo, en lo que se refiere a capacidad de compra tendrá un impacto medio positivo porque existirá un lugar en donde se pueda adquirir un producto de acuerdo a las exigencias del consumidor es decir de buena calidad y presentación.

### 7.3 MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL

**CUADRO N° 85**  
**MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL**

<b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Clima organizacional						x		<b>2</b>
Trabajo Corporativo							x	<b>3</b>
Manejo de recursos						x		<b>2</b>
Gestión de comercialización						x		<b>2</b>
<b>TOTAL</b>						<b>6</b>	<b>3</b>	<b>9</b>

$$\Sigma = \frac{9}{4}$$
$$= 2,25$$

El resultado del Impacto Empresarial equivale a 2 lo cual tendrá un Impacto medio positivo.

#### **ANÁLISIS:**

Dentro del Impacto Empresarial se prevé que será positivo es aspectos como clima organizacional, tendrá un impacto medio positivo porque existirá una buena comunicación y respeto entre las personas que conformaran el proyecto, dentro del trabajo corporativo se obtendrá un impacto alto positivo porque al ser un trabajo asociado con diferentes personas se promoverá la participación y coordinación de todos y lograr objetivos planteados , en lo que se refiere al manejo de recursos tendrá un impacto medio positivo porque mediante el buen manejo financiero en actividades comerciales será el éxito en lograr eficientemente el desarrollo del proyecto. Dentro de la gestión de comercialización tendrá un impacto medio positivo porque las políticas y principios que se gestionen para la administración de la empresa permitirán llegar a alcanzar el éxito dentro de la actividad de comercialización.

## 7.4 MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO N° 86  
MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Manejo de productos químicos							x	3
Contaminación auditiva						x		2
Conservación y uso racional del suelo					x			1
Polución ambiental						x		2
<b>TOTAL</b>					1	4	3	8

$$\Sigma = \frac{8}{4}$$

= 2,00

El resultado del Impacto Ambiental equivale a 2 lo cual tendrá un Impacto medio positivo.

### ANÁLISIS:

El Impacto Ambiental es uno de mayor importancia en el desarrollo de este tipo de proyectos ya que el buen manejo de este permitirá mantener al medio ambiente en buenas condiciones, es por ello que con la ejecución del proyecto tendrá como resultado un impacto medio positivo en lo que se refiere a polución ambiental porque se evitará el uso excesivo de abonos agroquímicos que se usa para la siembra, como también permitirá la conservación y uso racional del suelo obteniendo un impacto bajo positivo porque se implementará nuevas maneras de siembra y cosecha, se mejorará el manejo de productos químicos obteniendo un impacto alto positivo porque se utilizarán bajo contenido de químicos durante el proceso de la siembra del fréjol, en lo que se refiere a contaminación Auditiva como resultado se obtiene un impacto medio positivo porque en el proyecto se utilizará máquinas en donde se minimiza el ruido que afecte a las personas.

## 7.5 MATRIZ GENERAL DE IMPACTOS

**CUADRO N° 85**  
**MATRIZ GENERAL DE IMPACTOS**

<b>IMPACTOS</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Social						x		<b>2</b>
Económico						x		<b>2</b>
Empresarial						x		<b>2</b>
Ambiental						x		<b>2</b>
<b>TOTAL</b>						<b>8</b>		<b>8</b>

$$\Sigma = \frac{8}{4}$$

$$= 2,00$$

### **ANÁLISIS:**

Como resultado del análisis de impactos se obtiene que con la ejecución del proyecto tenga un Impacto medio positivo, ya que con la puesta en marcha de la empresa, beneficiará significativamente por qué no afectara a ningún sector sino, más bien beneficia a la población en general.

## CONCLUSIONES

Una vez concluido el presente estudio, se llegó a las siguientes conclusiones:

1. El diagnóstico situacional nos permitió conocer la situación actual de los productores de fréjol en la Parroquia de Ambuquí, donde se evidencia el bajo precio del producto, puesto que en la comercialización lo hacen a través de intermediarios, también se pudo constatar que existe suficiente materia prima que puede ser utilizada para el proyecto.
2. La información bibliográfica fue fundamental para el desarrollo del proyecto, ya que se obtuvo datos relevantes, que ayudaron a conocer más a fondo sobre el fréjol pre cocido y empacado al vacío.
3. Los resultados obtenidos de la investigación de campo confirma que el nivel de aceptación es el esperado, también se evidencia que no existe de competencia local significativa, haciendo atractiva la propuesta de creación de la empresa.
4. El estudio técnico se determinó que la Ciudad de Ibarra es un lugar estratégico para la implantación del proyecto, garantizando una rápida distribución del producto, encontrándose cerca de vías de primer orden, como también se definió un proceso productivo basado en la eficiencia.
5. La evaluación financiera del proyecto tiene resultados favorables lo que indica su factibilidad, por lo tanto la inversión que se va a realizar esta potencialmente recuperada sin mayores dificultades. El proyecto es positivo porque sus flujos de efectivo son atractivos siendo el VAN positivo y una TIR adecuada para el desarrollo de este.



6. Del estudio organizativo se llegó a concluir que la empresa contará con una buena estructuración para su funcionamiento tanto en aspectos legales, nivel administrativo con el que referirá para desempeñar de manera eficiente sus diferentes funciones.
7. Por último se concluye que los posibles impactos ambiental, social, empresarial y Económico con sus diferentes aspectos determinan un nivel medio es decir no afectan al entorno a excepción del ambiental que necesita de una mitigación a adecuada.

## RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a los productores de fréjol de la Parroquia Ambuquí que se organicen para comercializar la producción de fréjol en forma colectiva, evitando la presencia de los intermediarios.
2. Es indispensable la actualización permanente de la información disponible para lograr mejorar el proyecto, y de esta manera incursionar en nuevas tecnologías de producción y mejoramiento genético del producto.
3. Con la ejecución de la empresa, los agricultores pueden asociarse y buscar mercado, satisfaciendo al consumidor, y por ende lograr que exista mayor demanda, logrando así a que el producto sea reconocido a nivel local, y regional.
4. Captar el mercado paulatinamente utilizando un producto de calidad, diseñando un plan de estrategias de comercialización acorde a las expectativas de los consumidores finales.
5. Aprovechar la ubicación estratégica de la Ciudad de Ibarra para efectuar la distribución masiva del producto.
6. Se sugiere implantar el proyecto ya que los resultados del análisis financiero confirman su factibilidad potencial, teniendo inversiones que poseerán rentabilidad.
7. Estar siempre en alerta por posibles afectaciones que puedan surgir por la implementación del proyecto, para aplicar los posibles planes de contingencia o amortiguamiento.

## BIBLIOGRAFÍA

- ANZOLA, S. (2010) “Administración de pequeñas empresas” México: McGrawhill
- BETZAIDE, Guadalupe (2006) “evaluación de proyectos”
- BACA URBINA, Gabriel. (2006 - 2010) “Evaluación de Proyectos“. Quinta Edición McGrawhill, México
- BRAVO Valdivieso Mercedes, (2008) Contabilidad General”
- D´ALESSIO, Fernando (2008) “ Administración de empresas” Editorial Season
- FONTAINE R. Ernesto, (2008) Evaluación Social de Proyectos
- LÓPEZ, F. (2009). La empresa explicada en una forma sencilla. España: Llorenc Rubió.
- MÜNCH, Galindo. (2005 – 2008) Métodos y técnicas de investigación
- NASSIR Sapag. Chain, (2008), “Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación “Primera Edición, Pearson Prentice Hall México.
- NAHMIAS, S. (2007) “Análisis de la Producción y las Operaciones” México: McGrawhill
- OCHOA, G. (2009) “Administración Financiera” México: McGrawhill

- ORTEGA, J. (2009). Proyectos de formulación y criterios d evaluación” México: Alfaomega.
- SARMIENTO Rubén, Contabilidad de costos, año 2010
- ZAPATA, Pedro, (2004) “Contabilidad General“, Cuarta Edición Mc Graw Hill.

## LINCOGRAFÍA

- [Es.wiktionary.org/wiki/champi%C3%B1on](http://es.wiktionary.org/wiki/champi%C3%B1on).
- <http://www.monografias.com/trabajos14/administracion-emorasasadministracion-empradas.shtml>
- [www.monografias.com/Administraciony Finanzas/Contabilidad](http://www.monografias.com/AdministracionyFinanzas/Contabilidad)
- [www.monografias.com/trabajos/mercado](http://www.monografias.com/trabajos/mercado)
- INEC. (2013). Instituto nacional de estadísticas y censos  
<http://www.inec.gob.ec/home>
- [www.marketing-xxi.com/estrategias-de-marketing](http://www.marketing-xxi.com/estrategias-de-marketing)
- “Publicaciones del INIAP(Instituto Nacional Autónomo investigaciones agropecuarias) <http://www.produccion/frejol.com.ec>
- “Población de la Provincia de Imbabura” [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)
- [http://www.adoos.com.co/post/1487264/frijol\\_rojo\\_de\\_ecuador\\_al\\_por\\_mayor:/2009/](http://www.adoos.com.co/post/1487264/frijol_rojo_de_ecuador_al_por_mayor:/2009/)
- [http://www.quiminet.com/ar8/ar\\_hgsAvcdbcbu-maquinas-para-empaque-de-alimentos-al-alto-vacio.htm](http://www.quiminet.com/ar8/ar_hgsAvcdbcbu-maquinas-para-empaque-de-alimentos-al-alto-vacio.htm)
- [http://www.infoagro.com/diccionario\\_agricola/traducir.asp?i=9&id=57](http://www.infoagro.com/diccionario_agricola/traducir.asp?i=9&id=57)
- Banco central, (2013, marzo, 17) [Http: //www.bce.fin.com](http://www.bce.fin.com)
- Ibarra, C. d (2013). CCI. Retrieved 6 15, 2013 from <http://camaracomercioibarra.com.ec/serviciosybeneficios/requisitosparaafiliarsemenu.html>
- Municipio de Ibarra <http://www.ibarra.gob.ec/>

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

### CONCEPTOS BÁSICOS FINANCIEROS

**COSTOS.-** Es el valor que se asigna a la elaboración de un producto o la prestación de un servicio.

**INGRESOS.-** Es una contrapartida o equivalente monetario de una cantidad de bienes vendidos o servicios prestados.

**DEPRECIACIÓN.-** Es la pérdida de valor de una moneda con respecto a otra u otros en los mercados libres de divisas.

**AMORTIZACIÓN.-** Es la operación contable mediante la cual se va reduciendo el valor de algún elemento del activo fijo como consecuencia del desgaste sufrido en la actividad productiva a lo largo del tiempo.

**RENTABILIDAD.-** Es la capacidad que tiene una inversión para generar o no, un beneficio neto, relación existente generalmente expresada en términos porcentuales entre un capital invertido y los rendimientos netos que de él se obtienen.

**PUNTO DE EQUILIBRIO.-** Es el nivel o volumen de venta necesaria para que una empresa cobre todos los costos fijos de un ejercicio económico y las variables reducidas de la cifra de ventas y a partir de la cual la empresa comienza a obtener elementos.

**VAN.-** Valor actual neto de una inversión, es igual a la suma algebraica de los valores actualizados de los flujos netos de caja asociados a esa inversión, si el valor actual neto de una inversión es positivo la inversión debe aceptarse y rechazarse si es negativa.

**TIR.-** Tasa interna de rendimiento es aquella por la cual se expresa el lucro o beneficio neto que proporciona una determinada inversión en función de porcentaje anual que permita igualar el valor actual de los

beneficios y costos, en consecuencia el resultado del valor actual neto es igual a cero. Si la tasa interna de rendimiento es igual o sobrepasa el costo estimado de oportunidad o de sustitución del capital de inversión permitirá, por lo menos recuperar todos los gastos de explotación y de capital

# ANEXOS



## ANEXO 1

### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS AGRICULTORES DE FRÉJOL EN LA PARROQUIA AMBUQUÍ

#### OBJETIVO:

Recopilar información para conocer la situación actual de los agricultores de la zona.

#### INDICACIONES:

Leer detenidamente y contestar con claridad y precisión ya que la información que usted nos brinde será muy valiosa para el proyecto de investigación a realizar.

Marque con una X la alternativa de su elección.

#### DATOS PERSONALES

##### Edad.

- Menores de 22 años   
22 a 26 años   
27 a 30 años   
31 años en adelante

Sexo: Masculino  Femenino

#### 1. ¿A qué tipo de actividad económico se dedica?

- a. Agricultura   
b. Comercio   
c. Agropecuaria   
d. Otras.....

#### 2. ¿Cuáles son los servicios básicos con los que Ud. cuenta?

- a. Agua Potable   
b. Agua de Riego   
c. Alcantarillado   
d. Letrina

#### 3. Las vías de acceso que tiene la parroquia para transportar los productos es:

- a. Adoquinado

b. Empedrado

c. Tierra

**4. Que extensión de terreno destina para la producción de fréjol?**

De 1 a 3 Ha

De 3 a 5 Ha

De 5 a 7 Ha

**5.Cuál es la producción de fréjol de hectáreas por terreno?**

Menos de 15 q.

De 16 a 30 q.

De 31 a 45 q.

Más de 45 q.

**6.Cuál es la frecuencia de producción de fréjol?**

1 vez al año

2 veces al año

3 veces al año

4 veces al año

**7. Qué tiempo lleva en la actividad de la producción de fréjol?**

Menos de 3 años

De 3 a 6 años

De 7 a 10 años

Más de 10 años

**8. La actividad que desempeña actualmente le genera estabilidad económica**

Si

No

**9. La semilla que utiliza para la siembra del fréjol es:**

Certificada

No certificada

**10. ¿Cuáles son la variedades de fréjol que ud utiliza?**

Carga Bello

Mejorado

Toa

Canario

**11. ¿Su producto lo vende a?**

Intermediarios

Consumidores finales

**12. Para la preparación del terreno que medios utiliza?**

Maquinaria agrícola

Arado de mano

Herramientas manuales

Otras.....

**13. ¿Qué tipo de producción realiza?**

Yuca

Fréjol

Tuna

Otros.....

**14. ¿Ha recibido capacitación y asesoramiento en las áreas de?**

Producción

Comercialización

Costos

Contabilidad

Administración

**15. ¿Qué elementos toma en cuenta para fijar el precio de venta?**

Costos de producción

El precio de mercado

Niveles de rentabilidad deseados

**16. ¿El capital con el que trabaja usted es?**

Capital propio

Préstamos

Capital propio y préstamos

## ANEXO 2

### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE SUPERMERCADOS, TIENDAS Y CENTROS DE ABASTOS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA

#### OBJETIVO:

Recopilar información para conocer la frecuencia y en qué cantidad adquieren productos empacados al vacío y la aceptación que tendría nuestro nuevo producto.

1. **¿Estaría interesado en adquirir fréjol pre cocido y empacado al vacío producido en el Cantón Ibarra?**

Si

No

Porque.....

2. **¿De las siguientes aspectos cuál es de mayor influencia al de adquirir un producto pre cocido y empacado al vacío?**

Precio

Presentación

Marca

Peso

Calidad

Todos

3. **¿Cuál sería la presentación más adecuada para el fréjol pre cocido y empacado al vacío?**

Medio kilo

Un kilo

4. **¿La entrega de los productos pre cocidos y empacados al vacío, de qué forma le gustaría que lo hagan?**

Congelados

Al clima

5. **Considera que el precio del producto empacado al vacío es:**

Alto

Normal

Bajo

**6. ¿Qué tipo de envase prefiere Usted para la comercialización del frejol pre cocido y empacado al vacío?**

Con logotipo

Sin logotipo

**7. ¿Cree Usted que es importante la marca al momento de realizar la compra?**

Si

No

**8. ¿Con qué frecuencia y cantidad estaría dispuesto adquirir el producto de frejol pre cocido y empacado al vacío para su comercialización?**

Diaria

Semanal

Quincenal

Mensual

**ANEXO N° 3**

**ENTREVISTA PARA LA COMPETENCIA**

**1. ¿Con qué frecuencia adquiere fréjol empacado al vacío para su comercialización?**

.....  
.....  
.....

**2. ¿Qué cantidad adquiere de fréjol empacado al vacío para su comercialización?**

.....  
.....  
.....

**3. ¿Cuáles son sus principales proveedores del producto?**

.....  
.....  
.....

**4. ¿Cuáles son las marcas de los productos empacado al vacío que comercializa?**

.....  
.....  
.....

**5. ¿Cuáles son los productos empacados de mayor demanda?**

.....  
.....  
.....

## ANEXO N° 4

### MERCADO MAYORISTA

<b>PRECIOS DEL FRÉJOL AÑO 2013 MESES</b>	<b>PRECIOS</b>
ENERO	54
FEBRERO	55
MARZO	58
ABRIL	55
MAYO	54
JUNIO	53
JULIO	55
AGOSTO	55
SEPTIEMBRE	58
OCTUBRE	54
NOVIEMBRE	55
DICIEMBRE	54
<b>PROMEDIO PRECIO FRÉJOL</b>	<b>\$ 55</b>

**ANEXO N° 5**  
**ACTIVIDADES DE POSCOSECHA**

