



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y PRODUCCIÓN INDUSTRIAL

**TEMA: PROYECTO DE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACION DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCION Y
COMERCIALIZACION DE CAFÉ EN LA PROVINCIA DE IMBABURA,
CANTON IBARRA, PARROQUIA LA CAROLINA.**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PREVIO A LA OBTENCION POR EL
TITULO DE TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN
INDUSTRIAL**

AUTOR: LADY SOFIA CHAMORRO MONTALVO

TUTOR: ING. FERNANDO BUITRON

QUITO, OCTUBRE 2014



DECLARATORIA

**Declaro, que la investigación es absolutamente original, autentica ,personal,
que se ha citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se
respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor
vigentes, las ideal ,doctrinas resultados y conclusiones a las que he llegado son
de mi absoluta responsabilidad**

LADY SOFIA CHAMORRO MONTALVO

CCI.100311533-2



CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Lady Sofía Chamorro Montalvo alumna de la Escuela de Administración Producción Industrial, personal, libre y voluntariamente cedo mis derechos de autor de mi investigaciones favor del Instituto Tecnológico Superior “Cordillera”.

LADY SOFIA CHAMORRO MONTALVO

CC.I 100311533-2



CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **LADY SOFIA CHAMORRO MONTALVO**, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Administración Industrial y de la Producción que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Industrial y de la Producción, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado” ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ EN LA PROVINCIA DE IMBABURA

b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de una planta procesadora de café, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es



producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales de la planta procesadora de café descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el proyecto por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del proyecto de crear una planta procesadora de café en la provincia de Imbabura , por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del proyecto; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa proyecto; d) Cualquier transformación o modificación del proyecto; e) La protección y registro en el IEPI del proyecto a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del proyecto; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del proyecto que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad a favor del Cesionario.



CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.



SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 24 días del mes de Octubre del dos mil catorce.

f) _____

C.C. N°**100311533-2**

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO



AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme dado fuerza y valor, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado, Y permitirme llegar a este momento especial en vida.

A mi esposo, por su amor y su ayuda incondicional, por los logros realizados como hogar, de igual manera a mis hijos por su comprensión de no tener a su madre a tiempo completo.

A mis compañeros, por formar un gran equipo, logramos llegar hasta el final del camino.

A mis profesores, gracias por su tiempo, por su apoyo así como por la sabiduría que me Transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional.

Gracias a todos que me ayudaron directa e indirectamente en la

Realización de este proyecto.

Lady Chamorro



DEDICATORIA

El siguiente proyecto se la dedico con todo mi amor y cariño a Dios por mostrarme el día a día que con humildad, paciencia y sabiduría todo es posible.

Quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi esposo por su sacrificio y esfuerzo por ayudarme en mi carrera para nuestro futuro y por creer en mis capacidades, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre ha estado brindándome su cariño y comprensión.

A mis hijos por ser fuente de motivación e inspiración para superarme cada día más y así poder luchar y brindarles un futuro mejor.

Lady Chamorro



CONTENIDO

ÍNDICE	PÁGINA
CAPITULO I.....	1XVI
1.01 JUSTIFICACIÓN.....	1
1.02 ANTECEDENTES	3
1.03 Prácticas Culturales	7
1.03.01 Poda.....	7
CAPITULO II.....	11
2.01.01 Aspecto Económico	11
2.01.01.01 Inflación	11
2.01.01.02 producto interno bruto (PIB)	13
2.01.01.03. Balanza comercial.....	14
2.01.01.04 Tasa de interés.....	14
2.01.02 Factor Social	18
2.01.02.01 Población	21
2.01.02.02 Población Económicamente Activa (PEA)	21
2.01.02.03 Migración.....	22
2.01.03 Aspecto Político Legal	22
2.01.03.01 La Junta Nacional del Artesano	23
2.01.03.02 La Cámara Artesanal de Pichincha.....	23



2.01.03.03RUC (Registro Único de Contribuyentes).....	24
2.01.03.04 Patente Municipal	24
2.01.03.05 Uso del Suelo	24
2.01.03.06 Licencia Metropolitana de Funcionamiento.....	25
2.01.03.07Afilación al IESS como Empleador Artesano	25
2.01.03.08Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.....	25
2.01.04buenas prácticas de manufactura.....	26
2.01.03.09Registro Sanitario	26
2.01.04Aspecto Tecnológico	27
2.02 Entorno Local.....	28
2.02.01 Clientes	28
2.02.01.01 Poder de Negociación con los Clientes.....	28
2.02.02 Proveedores.....	28
2.02.02.01 Poder de Negociación con los Proveedores	29
2.02.03 Competencia	29
2.02.03.01. Competencia Directa	30
2.02.03.02. Competencia Indirecta	30
2.03 Análisis Interno.....	31
2.03.01 Propuesta Estratégica.....	31
2.03.01.01 Misión.....	31
2.03.01.02 Visión	32



2.03.01.03 Objetivos Corporativos	32
2.03.01.04 Objetivo general.....	32
2.03.01.06 Principios y Valores	33
2.03.01.07Políticas de la empresa	34
2.03.02 gestión administrativa.....	35
2.03.02.01 Planificación	35
2.03.02.02 Organización	36
2.03.02.03 Dirección.....	38
2.03.03 Gestión Operativa.....	39
02.03.04 políticas de producción.....	41
2.03.04 Gestión Comercial.....	41
2.03.04.02 Producto	41
2.03.04.02 precio	42
2.03.04.03 Plaza	42
2.03.04.04 Promoción.....	43
2.03.04.04.01 Publicidad.....	44
CAPÍTULO III.	49
3.01 Análisis del consumidor	49
3.01.01 Determinación de la población y muestra Población.....	49
3.01.02 Técnicas de obtención de Información	51
3.01.03 Encuesta.....	51



3.01.04 Análisis de la Información	56
3.01.05 Resultados de la encuesta para empresas	57
3.02 Demanda	74
3.02.01 Demanda Histórica.....	74
3.02.02 Demanda Actual	74
3.02.02 Demanda Proyectada	76
3.03 Oferta.....	76
3.03.01 Oferta Histórica	76
3.03.02 oferta actual.....	77
3.03.03 Oferta proyectada	77
3.04 Balance Oferta Demanda.....	77
3.04.01 Balance Actual.....	78
CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO	79
4.01 Tamaño del Proyecto.....	80
4.01.01 Capacidad Instalada	80
4.01.02 Capacidad Óptima.....	80
4.02 Localización	82
4.02.01 Macro localización.....	82
4.02.02 Micro localización	82
4.02.03 Localización Óptima.....	83
4.03 Ingeniería del Proyecto	83



4.03.01 Definición del Bien y / o Servicio.....	83
4.03.02 Distribución de Planta	84
Fuente: elaborado por Lady Chamorro.....	85
4.03.03 Proceso Productivo diagrama de flujo elaboración del café	87
4.03.04 Activos fijos	90
Capítulo V: Estudio Financiero	91
5.01 Ingresos Operacionales	91
5.01.02 Ingresos.....	93
5.01.01 Ingresos no operacionales	94
5.02 Costos.....	94
5.02.01 Costo Directo	94
5.02.02 Costo Indirecto	95
5.02.03 Gasto Administrativo.....	95
5.02.04 Gasto de venta	97
5.02.05 Costo fijo y variable.....	98
5.03 Inversiones	98
5.03.01 Inversión fija	98
5.03.02 Capital de trabajo	99
5.03.03 Fuentes de financiamiento y uso de fondos	99
5.03.04 Amortización de financiamiento	100
5.03.05 Depreciaciones.....	103



5.03.06 Estado de situación inicial.....	104
5.03.07 Estado de resultados proyectados	105
5.03.08 Flujo de caja.....	106
5.04 Evaluación financiera.....	107
5.04.01 TMAR (Tasa de descuento).....	107
5.04.02 VAN (Valor actual neto).....	107
5.04.03 TIR (Tasa interna de retorno).....	108
5.04.04 PRI (Período de recuperación de la inversión).....	108
5.04.05 RBC (Relación costo beneficio).....	109
5.04.06 Punto de equilibrio	110
5.05 Análisis de índices financieros.....	110
5.05.01 Razón de endeudamiento	111
5.05.02 ROE (Rentabilidad del patrimonio).....	112
5.05.03 ROA (Rentabilidad del activo).....	112
6.01 Impacto Ambiental.....	114
6.02 Impacto Económico	115
6.03 impacto productivo.....	116
6.04 Impacto Social	116
Capítulo VII. Conclusiones y recomendaciones	117
7.03 ANEXOS	120



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1.- Plantas de café	4
Figura N° 2 Evolución de la Inflación	11
Figura N° 3.....	12
Figura N° 4 crecimiento por sectores PIB	13
Figura N° 5 Balanza Comercial	14
Figura N° 6 Tasa activa.....	15
Figura N° 7 Tasa pasiva	15
Figura N° 8 .-Casa abierta de la producción del café.....	19
Figura N° 9 seminarios de aplicaciones del café en la cocina	19
Figura N° 10 Ferias de exposición de los diferentes productos de La zona	20
Figura N° 11 Fiestas patronales	20
Figura N° 12 Organigrama estructural de la empresa COFEE FRESH “LA CAROLINA”	37
Figura N° 13 Flujo grama de café soluble	40
Figura N° 14 Croquis parroquia La Carolina	43
Figura N° 15 publicidad.....	44
Figura N° 16 Hoja embretada	45
Figura N° 17 Carpeta	45
Figura N° 18 tríptico	46
Figura N° 19 Tarjetas de presentación	47
Figura N° 20 Llaveros.....	47
Figura N° 21 resultado de la encuesta.....	57
Figura N° 22 resultado de la encuesta.....	58
Figura N° 23 resultado de la encuesta.....	59
Figura N° 24 resultado de la encuesta.....	60
Figura N° 25 resultado de la encuesta.....	61
Figura N° 26 resultado de la encuesta.....	62
Figura N° 27 resultado de la encuesta.....	63
Figura N° 28 resultado de la encuesta.....	64
Figura N° 29 resultado de la encuesta.....	65
Figura N° 30 resultado de la encuesta.....	66
Figura N° 31 resultado de la encuesta.....	67
Figura N° 32 result ado de la encuesta.....	68
Figura N° 33 Resultado de la encuesta	69
Figura N° 34 resultado de la encuesta.....	70
Figura N° 35 resultado de la encuesta.....	71
Figura N° 36 resultado de la encuesta.....	72



Figura N° 37 resultado de la encuesta.....	73
Figura N° 38 demanda proyectada.....	76
Figura N° 39 croquis de la parroquia la Carolina	82
Figura N° 40 LAYOUT DE LA PLANTA.....	85
Figura N° 41.....	86
Figura N° 42 diagrama de flujo.....	87
Figura N° 43 LIOFILIZADOR	120
Figura N° 44 MOLINO INDUSTRIAL	121
Figura N° 45 Tostadora de café TKM-SX 1 Eléctrico.....	121



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	17
Tabla N° 2 Crecimiento de la población en los últimos 14 años	21
Tabla N° 3 PROVEEDORES	29
Tabla N° 4 competencia directa	30
Tabla N° 5 Productos sustitutos	31
Tabla N° 6 Actividades de la organización.....	36
Tabla N° 7 Costo unitario de fabricación.....	42
Tabla N° 8 ANÁLISIS FODA	48
Tabla N° 9 resultado de la encuesta	57
Tabla N° 10 resultado de la encuesta	58
Tabla N° 11 resultado de la encuesta	59
Tabla N° 12 resultado de la encuesta	60
Tabla N° 13 resultado de la encuesta	61
Tabla N° 14 resultado de la encuesta	62
Tabla N° 15 resultado de la encuesta	63
Tabla N° 16 resultado de la encuesta	64
Tabla N° 17 resultado de la encuesta	64
Tabla N° 18 resultado de la encuesta	66
Tabla N° 19 resultado de la encuesta	67
Tabla N° 20 resultado de la encuesta	68
Tabla N° 21 resultado de la encuesta	69
Tabla N° 22 resultado de la encuesta	70
Tabla N° 23 resultado de la encuesta	71
Tabla N° 24 resultado de la encuesta	72
Tabla N° 25 resultado de la encuesta	73
Tabla N° 26 demanda histórica del café	74
Tabla N° 27 datos de la demanda de los habitantes encuestados.....	75
Tabla N° 28 oferta histórica	76
Tabla N° 29 oferta proyectada	77
Tabla N° 30 Balance actual.....	78
Tabla N° 31 capacidad instalada	80
Tabla N° 32 capacidad instalada	81
Tabla N° 33 macro localización.....	82
Tabla N° 34 localización optima.....	83
Tabla N° 35 códigos de cercanía.....	84
Tabla N° 36 factores del proceso	85
Tabla N° 37 simbología	88
Tabla N° 38	89
Tabla N° 39 Activo fijo.....	90



Tabla N° 40 Materia Prima (M.P).....	91
Tabla N° 41 Mano de Obra Directa (M.OD)	92
Tabla N° 42 Costos Indirectos de Fabricación (C.I.F).....	92
Tabla N° 43 Ingresos Operacionales.....	93
Tabla N° 44 Ingresos proyectados	93
Tabla N° 45	94
Tabla N° 46 Costos directos.....	94
Tabla N° 47 Costos indirectos	95
Tabla N° 48 Gastos administrativos.....	95
Tabla N° 49	96
Tabla N° 50 Proyección gastos administrativos	96
Tabla N° 51 Gastos de venta.....	97
Tabla N° 52 Proyección de gasto de ventas	97
Tabla N° 53 Proyección costos anuales	98
Tabla N° 54 Cuadro de inversiones	99
Tabla N° 55 Amortización del préstamo.....	100
Tabla N° 56 Depreciaciones	103
Tabla N° 57 Estado de situación inicial	104
Tabla N° 58 Estado de resultados proyectado	105
Tabla N° 59 Flujo de caja proyectado.....	106
Tabla N° 60 Tasa de descuento	107
Tabla N° 61 Valor actual neto.....	107
Tabla N° 62 Tasa interna de retorno	108
Tabla N° 63 Período de recuperación de la inversión.....	109
Tabla N° 64 Relación costo beneficio.....	109
Tabla N° 65 Punto de equilibrio	110
Tabla N° 66	121



RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente proyecto se centra en la creación de una planta procesadora de café en la provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, parroquia La Carolina, concretando una alianza comercial con los productores de la zona, para lo cual se ha realizado un estudio de mercado estableció la demanda oferta ,precio y comercialización que permiten conocer al consumidor sus expectativas con respecto al producto , conocer los potenciales de mayor competencia en el mercado el mismo que nos indica que el proyecto va hacer factible, analizando todos los indicadores del ambiente externo e interno de la microempresa con la misión de comercializar café manteniendo altos estándares de producción y calidad y llegar hacer reconocida a nivel nacional e internacional.

La microempresa COFEE FRESH estará ubicada en la parroquia la Carolina en la parte rural da la misma la misma que tendrá una superficie de 200 metros cuadrados y está distribuida de la manera más óptima para su producción, con procesos estandarizados, personal capacitado y maquinaria con tecnología actualizada de la misma manera se implementara un mantenimiento productivo total (TPM) para lograr mayor productividad, eficiencia y por ende mayor rentabilidad.

Se elaborara café soluble en sache de cuatrocientos gr.a precios competitivos, en cuanto se pudo analizar con mayor comercialización, para lo cual la empresa cuenta con la maquinaria necesaria para dicho procesos

El análisis de indicadores financieros permitió determinar la viabilidad y conveniencia de implementar esta planta procesadora de café en la zona. La microempresa cuenta con un capital 77.323,50 la misma que será financiada por el Banco Nacional del Fomento (BNF) con un 68 .65%.



Por cuanto el valor actual neto, la tasa interna de retorno, la rentabilidad el flujo de caja y otros expresan valores positivos y el periodo de recuperación es de 5 años con precios competitivos en el mercado.



ABSTRACT

For more than two centuries ago and to this day, coffee remains one of the most popular beverages in the world. The seed of the coffee plant is considered as a commodity, which is of great importance for the economy of our country. To this end , the grain must go through a process involving coffee farmers in the area, producers , processors , marketers, To do this, the next project is to implement a coffee processing plant in the province of Imbabura, Ibarra Canton , the Parish Carolina through commercial partnerships with coffee growers by providing a fair and greatly improve their quality of life and taking advantage of the physical elements that are suitable for their growth as height, annual precipitation trade or geographical location .

The company Fresh Coffee prepares the best coffee in height with high standards and constant improvement of the quality of production processes, covering unmet market demand and competitive prices.



INTRODUCCIÓN

Desde hace más de dos siglos y hasta nuestros días, el café se mantiene como una de las bebidas más populares en el mundo. El grano del cafeto es considerado como un producto básico, que tiene una gran importancia para la economía de nuestro país. Para tal efecto, el grano debe pasar por un proceso que involucra a los cafeticultores de la zona, productores, beneficiadores, comercializadores, Para ello, el siguiente proyecto es implementar una planta procesadora de café en la Provincia de Imbabura , Cantón Ibarra ,Parroquia la Carolina mediante alianzas comerciales con los cafeticultores, brindándoles un comercio justo y digno de mejorar su calidad de vida y aprovechando los elementos físicos que son idóneos para su crecimiento como la altura, precipitación anual o su ubicación geográfica.

La empresa Cofee Fresh elaborara el mejor café de altura con altos estándares de calidad manteniendo una mejora continua a los procesos de producción, cubriendo la demanda insatisfecha del mercado y a precios competitivos.



CAPITULO 1

1.01 JUSTIFICACIÓN

En la actualidad los productores de café de la Parroquia La Carolina tienen dificultad para comercializar el producto cultivado, lo que ocasiona que quienes se dediquen a la compra del café en grano lo hagan a precios bajos y en situaciones de desventaja de negociación.

La problemática de los precios del café y a la reducción de la producción, ha significado una disminución de los ingresos de los productores. Por tales motivos es necesaria la aplicación de nuevos mecanismos para la comercialización del café que mejoren el nivel económico del pequeño cafecultor. Debido a las distorsiones que presenta la comercialización del grano por parte de los intermediarios, comercializadoras y exportadoras.

Este proyecto se centra en la creación de una planta procesadora de café en la Provincia de Imbabura. Cantón Ibarra, parroquia La Carolina brindando un sistema de comercio justo. El coordinador de caficultores de la misma, concreta en una



alianza comercial en la que participan por voluntad propia las organizaciones de pequeños productores, obteniendo así ingresos dignos y estables mejorando la situación económica, debido a que el precio que se les paga por su café garantiza cubrir los costos invertidos en la producción

Convirtiendo así en la manera más viable para el pequeño productor de obtener sus requisitos mínimos de sobrevivencia, a pesar de los bajos precios que obtiene y del acceso limitado al crédito, la tecnología y la comercialización. Con la creación de una planta procesadora de café se dará solución a los pequeños productores, y a la vez incentivar a los productores agrícolas de la parroquia La Carolina a que sigan cultivando este grano, que es de vital importancia para su reactivación socio-económica, incrementando en grande medida los ingresos de los productores. A la vez contribuye al país, no como productores de materia prima si no transformadores de productos elaborados, cambiando así la matriz productiva y cumpliendo uno de los 12 objetivos del PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR, ya que la economía ecuatoriana se ha caracterizado por la producción de bienes primarios para el mercado internacional, con poca o nula tecnificación. El Gobierno Nacional reconoce la importancia del café en la economía del país. Por ello, a través del Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP).

Impulsa el “**Proyecto de Reactivación de la Caficultura Ecuatoriana**”, que busca promover la productividad, rentabilidad, investigación, mejoramiento de la calidad.

Con este proyecto, Los productores de café de la provincia de Imbabura, Parroquia La Carolina serán beneficiados logrando mejorar su calidad de vida.

Las autoridades gubernamentales de la parroquia La Carolina brindan su apoyo incondicional a este tipo de proyectos como el presidente de la junta parroquial el Abg. Jorge Enríquez, el Ing. Carlos Aranci promotor del MAGAP de Imbabura y el Sr. Patricio Daza presidente de la asociación de cafetaleros de la parroquia proveen do la información necesaria colaborando en el desarrollo del proyecto

por otra parte aprovechar la ubicación geográfica de la provincia de Imbabura ya que se encuentra a 2225 metros de altura sobre el nivel del mar, con un clima cálido húmedo, el mismo que beneficia a la producción de los cultivos de café de altura,



mejorando el grano como también de su sabor , caracterizándose por tener grandes granos de coloración verde azulada que al ser tostado desarrolla grandemente su volumen y en la tasa es un café aromático de excelente sabor.

1.02 ANTECEDENTES

El café es uno de los productos más importante para el Ecuador, su aporte en el valor de las exportaciones llegó, en el período 20011-2012 a un 23%. Sin embargo en la actualidad la producción del café ha disminuido. A nivel nacional son los grandes productores de café los que tienen la posibilidad de producir más, teniendo costos de producción más bajos, con lo cual pueden permanecer y quedarse solos en el mercado, en cambio, los pequeños productores tienen costos de producción altos y no solo producen para vender, sino también para el consumo propio.

Existen algunas historias en relación con el origen del café, sobre el descubrimiento de esta bebida, aun cuando una de las más recurrentes, es que los responsables de esta bebida cuenta que los monjes capuchinos tomaron los frutos y las hojas de la misteriosa planta e hicieron con ellas una cocción. Para obtener esa infusión, el jefe de la comunidad secó en la llama los granos,

Otra leyenda dice que Kaldi se dio cuenta del extraño comportamiento de sus cabras después de que habían comido la fruta y las hojas de cierto arbusto. Las cabras estaban saltando alrededor muy excitadas y llenas de energía. El arbusto del que Kaldi pensó que sus cabras habían comido tenía como frutas parecidas a las cerezas. Entonces Kaldi decidió probar las hojas del arbusto y un rato después se sintió lleno de energía. Kaldi después llevó algunos frutos y ramas de ese arbusto a un monasterio. Y así nació el café como tal. La llamaron a esta bebida Kawa (significado de café en árabe).

El café como bebida ha evolucionado en forma trascendental. Al comienzo se usó como ración alimenticia, luego como una bebida, más tarde como medicina y finalmente llegó a ser la infusión que conocemos hoy. Esta infusión se usa en dulces, licores, bizcochos, refresco etc. Fuente: (OFI-AGRO, 2012)



1.02.01 ASPECTOS AGRONÓMICOS DEL CAFÉ

En la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, parroquia La Carolina se cultiva diferentes tipos de café aprovechando la ubicación geográfica, se encuentra a 2225m de altura sobre el nivel del mar donde la temperatura óptima está entre 18-20 °C, su clima es cálido húmedo.

El café es un arbusto que puede alcanzar 12 m de altura, podándole de 2 a 3 m para facilitar su recolecta, se caracteriza por la flexibilidad de las ramas y de las pocas plantas que florece y da fruto a la vez, sus hojas son de color verde y una flor blanca con agradable aroma a jazmín. Fuente: (COFENAC -2009)

Figura N° 1.- Plantas de café



Fuente: (MAGAP, 2013)

1.02.02 Genotipos

En Imbabura se cultiva diferentes variedades de café como: cafés arábica y robusta; la misma que es afectada por varios factores: por las caídas de precios en el mercado nacional, fenómenos naturales como “El Niño”, reducción del área cultivada y edad avanzada de los cafetales, deficiente manejo agronómico, presencia de cultivos en zonas marginales; falta de recursos financieros para la tecnificación de los procesos. Todo esto incide en las condiciones de vida de los productores cafetaleros,



obteniendo rendimientos muy bajos (5,18 quintales de café por hectárea). El otro 15% de la superficie cafetalera se maneja de manera semitecnificada, permitiendo rendimientos promedios estimados en 16 quintales de café por hectárea.

Muy pocas fincas cafetaleras se manejan de forma tecnificada; sin embargo, estas pueden llegar a niveles de productividad de hasta 50 quintales por hectárea en café arábica y 100 quintales por hectárea en café robusta, con un manejo acorde a las necesidades del cultivo.

1.02.03 Genotipo Café A rábica

La producción del café arábica tiene diferentes variedades como la : típica, bourbon, caturra siendo la más producida en la parroquia La Carolina que se da desde marzo hasta octubre ,este café es originario de Etiopía y comprende un gran número de variedades, las cuales se diferencian solamente porque crecen en diferentes suelos, a diferentes altitudes, en distintos climas ,altura o densidad, donde se considera que a mayor altura sobre el nivel del mar de las tierras de cultivo, es mejor la calidad del grano así como de su sabor, Se caracteriza por tener grandes granos de coloración verde azulada que al ser tostado desarrolla grandemente su volumen y en la tasa es un café aromático de excelente sabor.

1.02.04 Genotipo café robusto

El café robusto, se cosecha desde febrero hasta noviembre, no es más que una de las especies de las variedades de la especie *Canephora*. Esta especie resiste a la plaga de hongos. Son cafés con un mayor contenido de cafeína, del 2 al 4%. Presenta un grano amarillento y con olor a paja seca.

El tueste es normal y da lugar a un café fuerte, de gran cuerpo, de color oscuro y de fuerte sabor con un punto amargo que se pega al paladar.

1.02.05 Clima y suelo

El café es una planta de climas tropicales. Su temperatura está entre 18 a 24° No necesita gran humedad atmosférica, razón por la cual, se cultiva frecuentemente en zonas altas de clima tropical. Adaptándose así a todo tipo de suelos.



1.02.06 Propagación

La producción empieza sembrando la semilla que es el propio grano de café, que está cubierto por un fino pergamino, en una maceta al cabo de dos semanas germina la planta, se traslada a una maceta más grande donde al cabo de 1 a 3 semanas la planta se abre y permanece hasta que se forme el arbusto llamado cafeto, es entonces cuando se trasplanta en las laderas de las montañas, a partir de este momento pasaran 3 años para que produzca la primera cosecha, a partir del 4 o 5 año es cuando el cafeto alcanza su mayor producción.

La cereza o drupa que así se la llama el fruto del cafeto se recolecta cuando ya obtiene un color rojo intenso la misma que consta de las siguientes partes:

Pulpa, mucílago, pergamino y grano. Fuente: Concejo Cafetalero Nacional (COFENAC, 2010)

La producción de café en la provincia de Imbabura ha obtenido variaciones en los últimos 10 años, entre los años 2000 y 2004, el mercado del café conoció su peor crisis.

En el periodo comprendido entre el 2009 y 2010, el mercado del café se caracterizó por precios récord llegando a 300 dólares por quintal, con tendencias a precios relativamente altos para los próximos 10 años. En el año 2012, el precio promedio estimado es de 172,56 dólares, acorde a los reportes presentados por la Asociación Nacional de Exportadores de Café. Del 2012, Imbabura cuenta con la Ley Especial del Sector Cafetalero, la contribución cafetalera (impuesto parafiscal) del 2% a las exportaciones de café en grano. Esta institución desarrolló funciones como la rectoría del sector; proveer crédito productivos brindar asistencia técnica; y realizar investigaciones.

Debido a su ubicación geográfica, produce uno de los mejores cafés del Ecuador, siendo el de mayor demanda en Europa, los destinos de las exportaciones de café en los últimos 5 años han sido: Colombia, Alemania, Polonia y Rusia.

Fuente: (COFENAC, 2010)



1.02.07Trasplante

El trasplante se realiza en fundas de polietileno, de color negro al almacigo. La mezcla debe encontrarse desinfectada de suelo negro, rico en materia orgánica; Después del trasplantar las plantas deben permanecer a media sombra de dos a tres semanas, para su aclimatación, antes de ir a la plantación definitiva.

1.02.08Sistema de plantación

Se siembra la semilla, la germinación empieza después de 45-50 días ya cual se la denomina fosforo en 15 días después brotan las hojas se las llama chapolas seguidamente se las trasplanta en fundas plásticas al almacigo cubriéndolas así del sol y la lluvia seguidamente de 150 -180 días son trasplantadas al campo

1.03Prácticas Culturales

Entre las labores culturales más importantes podemos encontrar: podas, riegos, control de malezas y fertilización.

1.03.01Poda

La poda de la planta de café, se recomienda para reducir el tamaño de la planta y facilitar su cosecha, sobre todo en zonas de mayor nubosidad, donde las plantas tienen la tendencia a alargarse demasiado. Esta práctica consiste en despuntar o podar la yema terminal, cuando la planta ha alcanzado entre 1 a 3 m. de altura,. Este tipo de poda retasa la entrada en producción en por lo menos un mes.

En plantas adultas, muchas veces es necesario realizar poda de ramas y hojas enfermas, o acortar ramas sanas pero débiles que producen flores y frutos de mala calidad, podándolas a brotes más bajos y vigorosos para recuperar la calidad.

1.03.02Controles de malezas

el control de malezas se lo realiza dos veces al año se puede realizar de dos maneras: manual o utilizando químicos mata malezas , los productores de la



parroquia prefieren hacerlo manualmente y evitar así la contaminación al medio ambiente, evitando costos y la erosión de los suelos, este proceso consiste en eliminar las malas hierbas con machete que están alrededor de la planta, la mayoría de los cultivos de café están en terrenos laderos o los mismos que no son convenientes realizar esta actividad por que provocaría un deslizamiento de la capa vegetal.

1.03.03 Riego

El riego para el cultivo de café es realizado por melgas, las cuales no cubren toda la superficie del terreno así en épocas de invierno (Enero – Abril) el suelo es humedecido y es retenido por los árboles de guabo, guayabo, plátano, caña y otros que dan sombra a las plantaciones de café.

1.03.04 Fertilización

La fertilización se la realiza con el mismo restrojo de la chacra principalmente con la pulpa del café y la complementa con materia orgánica de animales como la del cuy se fertiliza unas veces por año aumentando así su rendimiento entre dos a tres quintales por hectárea.

1.04 Control de plagas y enfermedades

Para controlar las enfermedades y plagas en la producción del café lo realizan de manera manual en un enfoque agroecológico, deshojando las plantas en mal estado para poder controlar la principal plaga llamada ojo de gallo.

Las principales plagas que afectan a la producción son :

1.03.01 La roya

Es una enfermedad causada por el hongo *hemileia vastatrix*, no sobrevive en el suelo o en materia vegetal. Esta enfermedad afecta seriamente a las hojas decolorándolas afectando la fotosíntesis, respiración y transpiración de las plantaciones, incrementando el riesgo de pérdida de la cosecha del café, esta se ha expandido más a los climas de mayor altura.



Para controlar este tipo de enfermedad optan por la podación que a la vez estimula su crecimiento. La pérdida es inmediata por los frutos se caen o no maduran. Los agricultores tienen que podar o eliminar esa planta.

1.03.02 Pohma

Esta enfermedad es un hongo (phoma costarricenses) se desarrolla encima de 1200msnm ubicados en zonas más altas del nivel del mar en humedad ambiental y áreas nubladas afectando a las hojas quemándolas o derritiéndolas. Se la controla con químicos como difolatan en dosis de 500 gm sobre 100 litros de agua. (FONTAGRO, 2014)

1.03.04 Ojo de gallo

Un hongo llamado mycenacitricolorberk y court que afecta a las hojas ramas y frutos, prospera en alta humedad y baja temperatura, zonas nubladas exceso de sombra y clima templado, se la controla mediante nodación y control de sombra.

1.03.05 Llaga negra

Presenta problemas en las raíces de los cultivos, aparecen manchas o puntos negros, se la controla mediante la utilización de químicos pasta bordelesa sulfato de cobre y 6 partes de cal, la aplican con una brocha o también arrancando de raíz y quemando las plantas afectadas. Fuente: (CONIAF, 2010)

1.04 Cosecha y Post Cosecha

La producción de café es una actividad familiar que demanda mucha mano de obra y genera empleo rural y urbano, pues a las jornadas en el campo se suman aquellas necesarias para los procesos de comercialización, transporte, preparación del grano para la exportación y de industrialización. FNC (FONDO NACIONAL DEL CAFÉ, 2012)

La cosecha del café se lo realiza manualmente seleccionando las cerezas rojizas, el café de altura como se lo conoce se lo procesa mediante el sistema de “beneficio húmedo” solo utilizando los cafés arábigos más finos. Son despulpados y colocados



en tanques de fermentación por algunas horas hasta que se descomponga y se desprenda el mucílago

Que es la capa que cubre la semilla del café, luego se lo lava y seguidamente ha secado al sol.

1.04.01 Ventajas de Consumir Café

do propensos a la osteoporosis, la disminución de la densidad ósea. el café puede ser un producto natural que puede ayudar a prevenir algunas enfermedades y contribuir a mantener en forma la memoria y acrecentar el rendimiento físico y mental, según los expertos como protector frente a la diabetes tipo 2, retrasaría el desarrollo del mal de Parkinson y ayuda a reducir el riesgo de padecer Alzheimer.

Por otra parte, el café contiene cuatro veces más componentes beneficiosos para la salud que otras bebidas de origen natural, por la gran cantidad de antioxidantes que pueden influir en el retraso del proceso de envejecimiento. Además, un par de tazas de café al día ayudan a mantener la concentración y agilidad mental. (Tocagni, 2010)

1.04.02 Desventajas

El exceso de consumo de café después de un tiempo, produce, casi como las drogas. A medida que el consumo diario es mayor, por lo que es difícil dejar de tomar café. Los adictos a menudo sufren de migrañas, pérdida de concentración, disminución de la atención, fatiga prematura, aumento depresivo. Además la cafeína impide la absorción de hierro, empobrece el cuerpo de vitaminas B, C y calcio, zinc y potasio. Los más afectados son los huesos y las articulaciones, sien

CAPITULO II

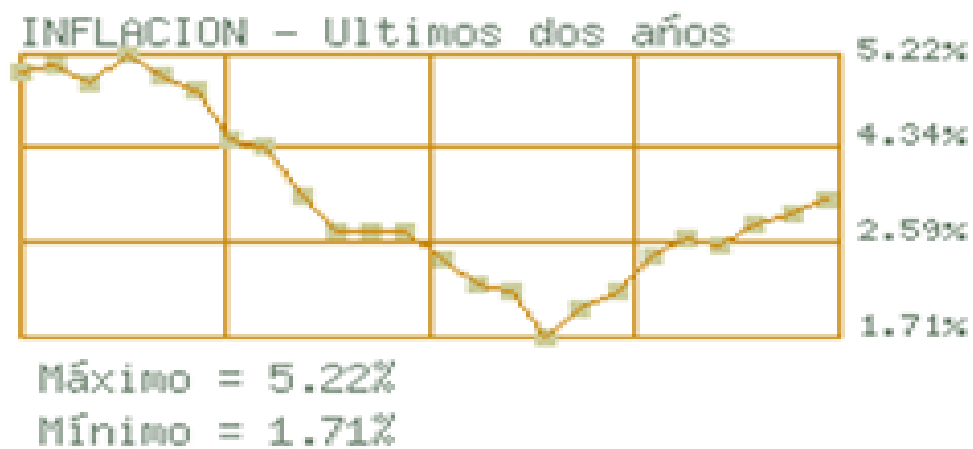
2.01 AMBIENTE EXTERNO

2.01.01 Aspecto Económico

2.01.01.01 Inflación

La inflación se define como un aumento persistente y sostenido del nivel general de precios a través del tiempo.

Figura N° 2 Evolución de la Inflación



FUENTE: Banco central del ecuador (BCE)



Figura N° 3

FECHA	VALOR
Mayo-31-2014	-0.04 %
Abril-30-2014	0.30 %
Marzo-31-2014	0.70 %
Febrero-28-2014	0.11 %
Enero-31-2014	0.72 %
Diciembre-31-2013	0.20 %
Noviembre-30-2013	0.39 %
Octubre-31-2013	0.41 %
Septiembre-30-2013	0.57 %
Agosto-31-2013	0.17 %
Julio-31-2013	-0.02 %
Junio-30-2013	-0.14 %
Mayo-31-2013	-0.22 %
Abril-30-2013	0.18 %
Marzo-31-2013	0.44 %
Febrero-28-2013	0.18 %
Enero-31-2013	0.50 %
Diciembre-31-2012	-0.19 %
Noviembre-30-2012	0.14 %
Octubre-31-2012	0.09 %
Septiembre-30-2012	1.12 %
Agosto-31-2012	0.29 %
Julio-31-2012	0.26 %
Junio-30-2012	0.18 %

Fuente:(BCE-2013)

ANÁLISIS:

El proceso económico provocado por el desequilibrio existente entre la Inflación. En enero de 2013, la inflación mensual se ubicación en 0.50%, porcentaje inferior al registrado en el mismo mes del año 2012; 6 divisiones de consumo registraron inflación por sobre el promedio general, en tanto, en 2 se registró deflación lo que atenuó el resultado general.(BCE, 2013)

2.01.01.02 producto interno bruto (PIB)

Es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas.

Figura N° 4 crecimiento por sectores PIB

PRODUCTO INTERNO BRUTO DEL ECUADOR 2010-2013				
AÑOS	2010 (p)	2011 (p)	2012 (p)	2013 (prev)
<i>Miles de dólares de 2007</i>				
PIB ramas petroleras	6.591.049	6.891.756	6.794.739	7.015.846
PIB ramas no petroleras	47.076.717	50.616.022	53.456.391	56.400.260
Otros elementos del PIB	2.444.619	2.771.508	3.042.268	3.183.065
PIB total	56.112.385	60.279.286	63.293.398	66.599.171
<i>Tasas de variación (a precios de 2007)</i>				
PIB ramas petroleras	-3,5	4,6	-1,4	1,7
PIB ramas no petroleras	3,4	7,5	5,6	3,6
Otros elementos del PIB	10,8	13,4	9,8	20,1
PIB total	2,8	7,4	5,0	4,0
<i>Miles de dólares corrientes</i>				
PIB ramas petroleras	7.391.210	9.417.671	9.564.714	10.907.356
PIB ramas no petroleras	57.114.375	65.082.254	71.531.568	78.569.264
Otros elementos del PIB	3.306.745	3.331.682	3.585.984	4.100.608
PIB total	67.812.330	77.831.607	84.682.266	93.577.228

Fuente:(BCE)

Análisis:

El Producto Interno Bruto para el año 2014 obtendrá un aproximado de 100.000 millones dado a los registros de crecimiento que el país suramericano sostiene desde 2011 y espera que lleguen al 2014 a un rango entre el 4,1% y 5,1%.

El crecimiento esperado del 2014, el PIB llegará a los 98.895 millones de dólares. según las estimaciones del Fondo Monetario Internacional, crecerá al menos 4% en 2013 como coeficiente de su Producto Interno Bruto y en el 2014 su crecimiento ascenderá nuevamente a 4%.

2.01.01.03. Balanza comercial

Es la Cuenta que registra sistemáticamente las transacciones comerciales de un país; saldo del valor de las exportaciones menos las importaciones de bienes en un periodo determinado. Si las exportaciones son mayores que las importaciones se habla de superávit de lo contrario, de un déficit comercial.

Figura N° 5 Balanza Comercial

AÑOS	EXPORTACIONES		IMPORTACIONES			BALANZA COMERCIAL
	TONELADAS	FOB (dólares)	TONELADAS	FOB(dólares)	CIF(dólares)	(E)FOB -(I)FOB
2008	28.099.368	18.818'325.450	11'579.586	17.551'929.710	18.851'930.540	1.266'395.740
2009	27'348.358	13.863'054.230	11'367.337	14.071'449.210	15.089'890.24'0	-208.394.980
2010	26'628.008	17.489'922.110	13'716.470	19.278'702.380	20.590'850.560	-1.788'780.270
2011	27'311.032	22.322'347.890	14'473.547	22.945'794.280	24.286'062.590	-623.446.390
2012	27'921.756	23.764.756.000	14.282.602	24.018.292.880	25.304.202.000	-253.536.700
2013	29.238.545	24.833.607.000	15'887.200	25.833.607.000	27.216.705.749	-1.000.000.000

Fuente: (BCE-2013)

ANÁLISIS:

La balanza comercial de Ecuador cerró en 2013 con un déficit de \$-1.000.000.000 millones, saldo que al ser comparado con el obtenido en 2012, que fue de \$-253.536.700 millones, este se incrementó en \$ -643,4 millones, según el Banco Central del Ecuador.

2.01.01.04 Tasa de interés

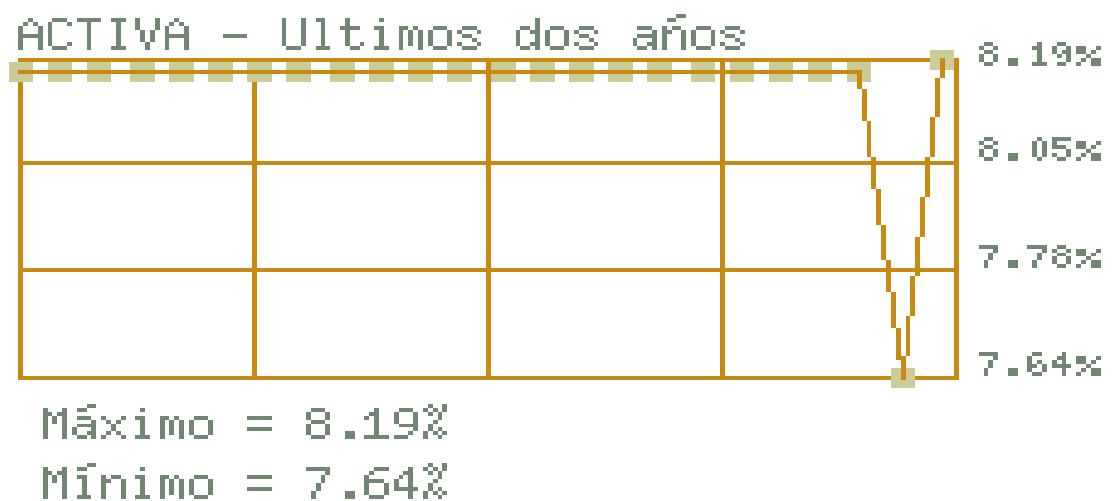
Es el informe de la Evolución del Volumen de Crédito y Tasas de Interés, una descripción del comportamiento de los préstamos de las, IFI's en los diferentes segmentos de crédito, de operaciones y monto promedio por operación.

- **Tasa activa**

La Tasa Activa es la que nos cobra el Banco cuando pedimos un préstamo.

Normalmente la tasa activa es más alta que la tasa pasiva. Es la tasa de interés que cobran los bancos.

Figura N° 6Tasa activa



Fuente: (BCE)

- **Tasa pasiva**

Tasa Pasiva es el premio que recibe por sus depósitos en una institución financiera

Figura N° 7Tasa pasiva

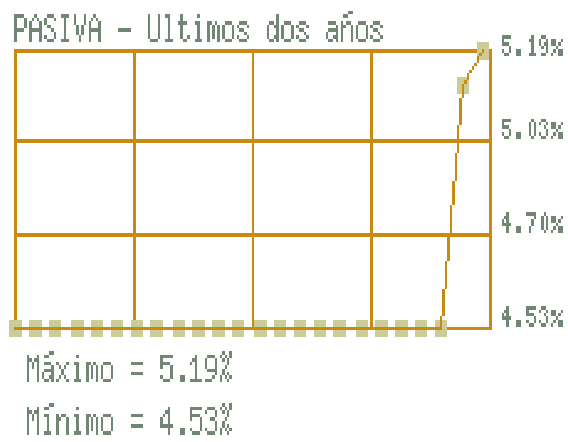




Tabla N° 1

Junio-30-2014	5.19 %
Mayo-31-2014	5.11 %
Abril-30-2014	4.53 %
Marzo-31-2014	4.53 %
Febrero-28-2014	4.53 %
Enero-31-2014	4.53 %
Diciembre-31-2013	4.53 %
Noviembre-30-2013	4.53 %
Octubre-31-2013	4.53 %
Septiembre-30-2013	4.53 %
Agosto-30-2013	4.53 %
Julio-31-2013	4.53 %
Junio-30-2013	4.53 %
Mayo-31-2013	4.53 %
Abril-30-2013	4.53 %
Marzo-31-2013	4.53 %
Febrero-28-2013	4.53 %
Enero-31-2013	4.53 %
Diciembre-31-2012	4.53 %
Noviembre-30-2012	4.53 %
Octubre-31-2012	4.53 %
Septiembre-30-2012	4.53 %
Agosto-31-2012	4.53 %
Julio-31-2012	4.53 %

FUENTE: (BCE)



2.01.02 Factor Social

Con la creación de una planta procesadora de café en la Parroquia LA CAROLINA, beneficia a gran parte de la sociedad del CUENCA DEL RIO MIRA ya que genera muchas fuentes de empleo ingresos como: obreros profesionales ,transportistas, vendedores etc. obteniendo mayor ingreso económico de muchas familias y mejorando así su calidad de vida.

Este proyecto ayudara directamente a los cafecultores quienes proveerán de la materia prima obteniendo mayor rentabilidad y podrán mejorar sus cultivos.

La parroquia La Carolina en los últimos años ha incrementado el turismo comunitario, haciendo de sus fincas eco turístico y agro turístico un escenario natural y paradisiaco con el objetivo de atraer a turistas nacionales como extranjeros, que visiten estos lugares alejados del ruido y la contaminación. Buscando nuevas alternativas de progreso y desarrollo , aprovechando los atractivos naturales que ofrece la zona En la misma parroquia se encuentra la Fundación Golondrinas la misma que trabaja hace 20 años en temas relacionados a la conservación del medio ambiente,

Las autoridades gubernamentales organizan e incentivan las diferentes actividades culturales en la zona, cómo sus fiestas patronales, casas abiertas, ferias agras pecuarias etc.

Figura N° 8.-Casa abierta de la producción del café



Una deliciosa tradición

Café Artesanal La Carolina

Disfruta de un lugar donde tu mente viajara a la antigua hacienda serrana, degustando la gran variedad de los mejores cafés ecuatorianos en una atmósfera de naturaleza y relajación.

El café de la Carolina es sembrado, cultivado, seleccionado, tostado y molido por manos de los pequeños productores de la parroquia de La Carolina del Cantón Ibarra, aplicando conocimientos ancestrales y modernos sobre el proceso, aspectos técnicos y prácticos para ofrecer un excelente sabor y aroma.

La Leyenda

Por el año seiscientos vivió en Etiopía un pastor llamado Kaldi. Cierta día que cuidaba su rebaño de cabras notó que los animales desarrollaban una conducta extraña. Nerviosamente iban y venían, subían y bajaban, en un estado de agitación que se prolongó todo el camino de regreso y persistió durante una noche, que se volvió interminable. Sólo a la mañana siguiente el rebaño pareció calmarse y fue así como siguió con mansedumbre al amodorrado pastor hasta las zonas de pastura.

Hasta que unas cerezas tentadoras detuvieron su paso, y luego de mordisquearlas, las cabras retomaron su conducta nerviosa del día anterior. Kaldi observó las plantas que aparentemente habían causado el cambio en su rebaño y probó con cautela una hojita y un fruto.

Lo primero que percibió fue que no se trataba de un arbusto de cerezas, y que el sabor no era tan agradable como el que esperaba. Pero también sintió que el cansancio producido por la larga noche de insomnio se había desvanecido y era remplazado por una energía que lo impulsaba a la acción.

CONTENIDOS

19 de Noviembre

- 08h30 Inauguración
- 09h00 Introducción y Antecedentes
- 10h00 El café y sus cualidades gastronómicas
- 11h00 Técnicas de preparación del café
- 12h00 Tipos de café (preparación)
- 13h00 Almuerzo
- 14h00 El café como ingrediente (taller)
- 15h00 Preparación de otras bebidas
- 16h00 Cierre del taller

20 de Noviembre

- 09h00 Pastelería (taller)
- 11h00 Platos fuertes (taller)
- 13h00 Almuerzo
- 14h00 Postres (taller)
- 15h00 Conclusiones
- 16h00 Clausura

06 de Diciembre
Feria gastronómica de la provincia de Imbabura



Figura N° 9seminarios de aplicaciones del café en la cocina

OBJETIVO

Promover activamente la promoción y difusión de la Cultura del Café, mediante eventos dirigidos a nuestros clientes potenciales y sociedad en general.

Nuestras intención, especializar a los profesionales que elaboran productos en base de café, reposteros, chefs, baristas, etc. certificando sus competencias en el perfil de la taza; elaboración de bebidas, platos fuertes y dulces en base de café.



Seminario Taller

"Aplicaciones del café en la cocina gourmet"



CONTACTOS:

ely.liss66@gmail.com 0997641549
clihulo@gmail.com 062907415



Plan Nacional para el Desarrollo de Cocinas Patrimoniales del Ecuador

19 y 20 de noviembre del 2013



Fuente : Parroquia La Carolina

Figura N° 10 Ferias de exposición de los diferentes productos de La zona



Fuente: Parroquia La Carolina

Sus fiestas patronales festejadas en el mes de septiembre también son una forma de llamar a los turistas extranjeros y propios de la zona, conocer su gente, su cultura, tradiciones, la gastronomía, a disfrutar de los hermosos paisajes naturales que ofrece la zona.

Figura N° 11 Fiestas patronales





2.01.02.01 Población

Población es el grupo de personas que viven en un área o espacio geográfico.

Tabla N° 2 Crecimiento de la población en los últimos 14 años

AÑOS	POBLACION
2000	12920090
2001	13183980
2002	13447490
2003	13710230
2004	13212740
2005	13363590
2006	13547510
2007	13755680
2008	13927650
2009	14573100
2010	14790610
2011	15007340
2013	15223680
2014	15900000

Fuente: (INEC)

Análisis:

La población del Ecuador va en crecimiento cada año por lo que esto representa una oportunidad para el proyecto, ya que las futuras generaciones serán nuestros posibles clientes.

2.01.02.02 Población Económicamente Activa (PEA)

En la ciudad de Ibarra el comercio da empleo a 46 855 ibarreños, según el último censo del INEC., la tasa de desempleo provincial es de 5,1 de la Población Económicamente Activa, De los 181 175 habitantes de Ibarra, los jóvenes son el 62%. Las entidades públicas son la tercera fuente de empleo. Hay 11 355 funcionarios. La PEA en Ibarra es de 80 669 personas.



El comercio al por mayor y menor es la actividad más importante en el cantón Ibarra, según el Censo Económico del 2010. Por su situación estratégica. Dé un total de 10 330 actividades productivas registradas en el Municipio de Ibarra, la mitad está vinculada a la venta de productos y de servicios.(INEC,2010)

2.01.02.03 Migración

La migración es el desplazamiento de personas desde un lugar de residencia habitual hacia otra .La migración hacia el exterior fue una de las crisis financiera que vivió el país en el año de 1999. Cuando nos llevó a tomar como moneda oficial al dólar, decidir emigrar. Aun cuando las condiciones eran adversas para una familia, las expectativas de un buen

Desempeño de la economía ecuatoriana debería incidir a la hora de decidir si emigrar o no., si la situación es adversa para una familia, aun cuando la economía ecuatoriana presente indicios en de un buen desempeño, Por otro lado, las remesas de los emigrantes son un factor importante para la economía ecuatoriana ya que en un sistema dolarizado, los dólares que ingresan permiten dar una mayor liquidez a la economía. De acuerdo a las encuestas realizadas por la consultora Bendixen, las remesas son destinadas en gran parte al gasto en consumo y posiblemente estén financiando los últimos déficits comerciales en el que ha incurrido el país. Por otro lado, las remesas han logrado en parte mitigar la pobreza y sacar inclusive de la pobreza algunas familias. Ello ha incidido en una reducción del descontento social de las familias, especialmente de la sierra. (CONAPO, 2014)

2.01.03 Aspecto Político Legal

El presente proyecto será legalizado como microempresa artesanal para ende será Sustentada por los siguientes artículos mencionados en la normativa legal.



2.01.03.01 La Junta Nacional del Artesano

Es la institución rectora de la información, titulación y calificación artesanal a nivel nacional, garantiza los derechos profesionales y socioeconómicos de los artesanos. Los Maestros de Taller deben solicitar periódicamente a la Junta Nacional de Defensa del Artesano la recalificación artesanal, ya que la no renovación de ésta tiene como consecuencia que los Artesanos se desamparen de la Ley de Defensa del Artesano y por tanto de los beneficios que ésta les concede.

ART.56 Numeral 19 de la Ley de Régimen Tributario

Señala que: Se encuentran grabados con tarifa cero los servicios prestados por los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano. También tendrán tarifa cero de IVA los servicios que presten los talleres, operarios, bienes producidos y comercializados por ellos.

El Reglamento de la Ley de Régimen Tributario

El ART. 1 inciso 171 manifiesta: los artesanos calificados por la JNDA, en la venta de bienes producidos por ellos y en la prestación de su servicio, emitirán sus comprobantes de ventas considerando tarifa 0% del IVA,

2.01.03.02 La Cámara Artesanal de Pichincha

Es una entidad autónoma, de derecho privado con finalidad social, con personería jurídica que tiene la capacidad para ejercer derechos y contraer obligaciones.

Requisitos para la afiliación a la Cámara (artesano)

- ◆ En caso de no tener título de artesano se debe entregar:

Requisitos para la calificación en Micro (Taller)



- ◆ Calificación de artesano y del taller
- ◆ Beneficios de los afiliados

2.01.03.03 RUC (Registro Único de Contribuyentes)

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

- Requisitos para personas naturales

2.01.03.04 Patente Municipal

Obtener el permiso de patente, todos los comerciantes e industriales que operen en cada cantón así también como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Plazo:

Hasta el 31 de Enero de cada año y tiene validez de un año.

2.01.03.05 Uso del Suelo

Obligación:

Obtener el permiso de Uso del Suelo para desarrollar una actividad comercial.

Plazo:

Validez de un año.



2.01.03.06 Licencia Metropolitana de Funcionamiento

La Licencia Metropolitana de Funcionamiento es el documento que habilita a las personas naturales y jurídicas para el ejercicio de las actividades económicas en el Distrito Metropolitano de Quito, autorizando el funcionamiento de sus establecimientos, en razón de que se ha cumplido con los requisitos exigidos de acuerdo a su categoría, inspecciones y controles realizados por el Cuerpo de Bomberos, Dirección Metropolitana de Salud.

2.01.03.07 Afiliación al IESS como Empleador Artesano

Para realizar la afiliación se debe acudir a las oficinas del IESS con los siguientes documentos:

- ◆ RUC
- ◆ Cedula original y copia
- ◆ Papeleta de votación y copia
- ◆ Comprobante de pago de agua, luz o teléfono de la planta
- ◆ Nombre de la empresa o del representante legal del mismo
- ◆ Calificación artesanal

2.01.03.08 Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Para obtener el permiso son necesarios los siguientes documentos:

- Informe de la inspección
- Copia de la cedula de identidad del representante
- Copia del RUC



- Copia de la Patente Municipal

2.01.04 buenas prácticas de manufactura

- Los colaboradores de la empresa mantendrán buenas prácticas de manipulación de los Productos como: limpieza personal, lavado de manos, uñas, guantes protectores de cabello, boca y calzado.
- para no afectar al medio ambiente los residuos ocasionados por la producción serán dados un tratamiento y reutilizado como abono orgánico.
- En las áreas de empaque y almacenamiento está prohibido consumir alimentos y fumar.

2.01.03.09 Registro Sanitario

El registro sanitario es un proceso al cual debe someterse toda empresa o micro empresa que produce alimentos procesados, aditivo, cosmético, productos higiénicos, medicamento e insumo médico producido y comercializado para consumo humano, garantizando su eficacia e higiene ante las autoridades sanitarias.

Plazo

Validez de cinco años

Para la obtención del registro sanitario es necesario por certificación de buenas prácticas de manufactura.

Según el Art. 15.- Para la obtención del Registro Sanitario con aplicación de las buenas prácticas de manufactura, debe presentar la solicitud de Registro Sanitario que contendrá la siguiente información:

- Nombre o razón social de la persona natural o jurídica a cuyo nombre se solicita el Registro Sanitario y su domicilio;



- Nombre o razón social y dirección del fabricante;
- Nombre y marca (s) del producto;
- Descripción del tipo de producto

Se anexarán los siguientes documentos:

1. Certificado de existencia de la persona jurídica y nombramiento de su representante legal y, cuando se trate de persona natural, cédula de ciudadanía o de identidad.
2. Certificado de existencia de la persona jurídica y nombramiento de su representante legal o matrícula mercantil del fabricante, cuando el producto sea fabricado por persona diferente al interesado.
3. Recibo de pago, por derechos de Registro Sanitario, establecidos en la ley.
4. Certificado de operación de la planta procesadora sobre la utilización de buenas prácticas de manufactura

2.01.04 Aspecto Tecnológico

En la provincia de Imbabura no cuenta con suficiente tecnología de punta, pero gracias a la innovación tecnológica los cafecultores podrán mejorar sus ingresos ,para ello el Ministerio de agricultura y ganadería está apoyando al sector caficultor e Incentivando a los agricultores al acceso a la tecnología brindando financiamientos, para mejorar sus cultivos (MAGAP, 2014)

el uso de tecnología y la innovación hacen que el producto final pueda alcanzar estándares de calidad adecuadas para cumplir con los requerimientos técnicos y las necesidades de los consumidores. De tal manera aumentar la producción para satisfacer la demanda nacional e internacional .El factor tecnológico para el presente proyecto representa una oportunidad de carácter alto, ya que la empresa contará con una maquinaria de alta tecnología que nos permitirá optimizar recursos y tiempo en la elaboración del café.



2.02 Entorno Local

2.02.01 Clientes

La empresa COFEE FRESH “LA CAROLINA” está enfocada en distribuir y buscar clientes potenciales como es: Supermaxis, Centros comerciales, distribución logística en las diferentes tiendas de la ciudad, también serán las familias del sector y de los pueblos aledaños.

2.02.01.01 Poder de Negociación con los Clientes

La empresa COFFE FRESH buscará técnicas y estrategias para lograr obtener la mayor cantidad de clientes fieles y satisfechos, por la cual se les ofrecerá descuentos, promociones y créditos dependiendo de su nivel y frecuencia de compra de los productos, garantizándoles también la calidad del producto ofertado. Los clientes representan una Oportunidad de carácter alto para la micro empresa, ya que son la razón de la misma, tomando en cuenta que el producto es innovador y se encontrará en supermercados y micro mercados donde acuden constantemente los consumidores.

2.02.02 Proveedores

Los proveedores serán los cuales pondrán a disposición los recursos humanos financieros tecnológicos materiales, servicios, asesoría que permitan a la organización alcanzar sus metas.

Los principales proveedores serán los caficultores de la parroquia quienes proveerán de la materia prima para la producción del café.

Tabla # 8 proveedores



Proveedores:

Tabla N° 3PROVEEDORES

Material	Empresa	ubicación	Teléfonos
Materia prima	Asociación de cafetaleros de la zona	Parroquia la carolina Cantón Ibarra	099443126
Envases en sache	Disproquim sociedad comercial	sangolqui	023216008
Envases de vidrio	ICC internacional	Quito, Los aceitunos N68-56 y Calle E7 (Quito)	022805080
Etiquetados	Arte en Imprenta	Japón y naciones u	00-2996800
Etiquetados	Graficas Ibarra	Baratzond y gipuzkoa	O943672250

2.02.02.01 Poder de Negociación con los Proveedores

La micro empresa COFEE FRESH “LACAROLINA “cuenta con una alianza comercial con los cafeticultores de la parroquia, facilitando la transportación de la materia prima a la planta para la elaboración del café, seleccionara a los proveedores más competentes y de mayor cercanía a la planta los mismos que ofrezcan, precios cómodos, facilidad de pago y que nos puedan dar descuentos, de igual manera que se mantenga una estrecha relación empresa-proveedor.

2.02.03 Competencia

La competencia es la situación en la que los agentes económicos (empresas y consumidores) tienen una efectiva libertad, tanto de ofrecer bienes y servicios como de elegir a quién y en qué condiciones los adquieren. En la provincia de Imbabura la competencia más fuerte para este proyecto es la empresa:

LA ASOCIACIÓN DE AGRO ARTESANAL DE CAFICULTORES DEL CATÓN COTACACHI quienes se dedican a la misma actividad de producir y comercializar café. Competencia directa.

2.02.03.01. Competencia Directa

Tabla N° 4 competencia directa

EMPRESA	DIRECCIÓN
INTAG	COTACACHI

Empresa: ASOCIACIÓN Agro artesanal Café .RIO INTAG	
Estrella 	Vaca Lechera 
Café de pasar	Café soluble
Hueso 	Incógnita 
Café de altura	Café verde

Fuente: estudio de mercado elaborado por Lady Chamorro

2.02.03.02. Competencia Indirecta

La competencia indirecta son aquellas empresas o negocios que intervienen en el mismo mercado y clientes buscando satisfacer sus necesidades con productos sustitutos



Tabla N° 5 Productos sustitutos

Empresa	Dirección
asociación nuevos horizontes	Cota cachi-comunidad peña herrera

Empresa: ASOCIACIÓN nuevos horizontes	
Estrella	Vaca Lechera
Esencias de hierva luisa	Esencia de toronjil
Hueso	Incógnita
Te de estevia	Elaboración de jabón

FUENTE: estudio de mercado elaborado por Lady Chamorro

Análisis

Para la empresa COFEE FRESH” LA CAROLINA” la competencia representa una

Oportunidad para mejorar y superar a la competencia, en la provincia de Imbabura existe una sola empresa que produce y ofrece al mercado el mismo producto.

2.03 Análisis Interno

2.03.01 Propuesta Estratégica

2.03.01.01 Misión

La empresa COFEE FRESH “LA CAROLINA “está dedicada a Fabricar y

comercializar café, manteniendo altos estándares de calidad y brindando satisfacción a los clientes; establecerá un el sistema de Comercio Justo, con un



Programa de Desarrollo de Proveedores, que involucre a la cadena de comercialización, considerando la cultura organizacional y las necesidades particulares que los pequeños productores de café de la Parroquia tienen respecto a la compra-venta del grano, con el propósito inicial de que mejoren su nivel de ingresos.

2.03.01.02 Visión

Dentro de 3 años la empresa COFEE FRESH “LA CAROLINA” será reconocida a nivel nacional, en donde se caracterizará el café de altura por su sabor, aroma especial y óptima calidad, equilibrado en cuerpo y textura. Tratando también de dar a conocer nuestros productos a nivel internacional, para vincular exportaciones futuras.

2.03.01.03 Objetivos Corporativos

2.03.01.04 Objetivo general

Procesar y comercializar café de primera, basados en procedimientos técnicos y de Calidad implantando políticas que sean encaminadas a satisfacer las necesidades del consumidor que cuyo sabor, textura y aroma sean la base principal para obtener la confianza y fidelidad de los clientes.

2.03.01.05objetivos específicos

- Contactar a los productores de Café de la Provincia de Imbabura especialmente de la Parroquia La Carolina del Cantón Ibarra a fin de entender la problemática de comercialización de sus cultivos.



- Suscribir convenios de Cooperación Interinstitucional entre entidades gubernamentales y ONG con la finalidad de crear un Planta Procesadora de Café.
- Determinar los equipos necesarios y su adquisición en el corto plazo, para el emprendimiento, con la búsqueda de ofertas más convenientes, plazos y de ser necesario financiamiento.

2.03.01.06 Principios y Valores

Disciplina

La disciplina en la organización es muy importante para poder lograr nuestros objetivos

siendo puntuales, seguir un plan trazado a conciencia, ponerse objetivos y luchar hasta

Alcanzarlos, separando las cosas personales de los de la empresa, tener la convicción de terminar y no dejar a medias las cosas que sean importantes para la propia formación

de la empresa.

➤ Perseverancia

La perseverancia significa logros, por lo cual mantenerse en pie de lucha constante,

Levantarse y luchar todos los días en contra de las adversidades y de los problemas que se puedan presentar, brindando motivación a los colaboradores de la empresa, no darse por vencido o tener pensamientos negativos que puedan afectar a la misma.

➤ Responsabilidad



Mantener un nivel de responsabilidad muy alto, tanto de índole personal como social con la comunidad incluso ambiental mediante el tratado de desechos.

➤ **Competitivo:**

Manteniendo un alto estándar de calidad, brindando un buen servicio y superando a la

Competencia.

➤ **Respeto al Medio Ambiente:**

La conservación al medio ambiente y el cuidado de los recursos son principios esenciales para nuestra empresa por ello se utiliza tecnología orgánica, dándole un tratado a los desechos, y así reutilizar como abono orgánico a las plantaciones de café,

2.03.01.07 Políticas de la empresa

- ◆ Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, para lo cual deberán conocer los procedimientos a fin de orientarlos.
- ◆ Los puestos de trabajo en la empresa son de carácter poli funcional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.
- ◆ satisfacción del cliente.
- ◆ Reconocimiento al personal por ideas de mejora y/o ahorro de la empresa.
- ◆ Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- ◆ Mantener una reunión mensual, a fin de mantenernos actualizados en nuestros productos



- ◆ Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos

Considerando que el fin de la empresa es el servicio a la comunidad.

- ◆ La calidad de nuestro trabajo debe ser nuestro punto más importante y está enfocada en la satisfacción del cliente) y considerar planes y programas, definir prioridades, plantear soluciones.
- ◆ Mantener las alianzas de compra del grano de café con los productores de la parroquia La Carolina.

2.03.02 gestión administrativa

Es las acciones mediante las cuales el director desarrolla sus actividades a través del Cumplimiento de las fases del proceso administrativo: planear, dirigir, coordinar y controlar.

2.03.02.01 Planificación

Distribución de las actividades de la organización para alcanzar sus objetivos y metas propuestas:



Años 2014-2015

Tabla N° 6 Actividades de la organización

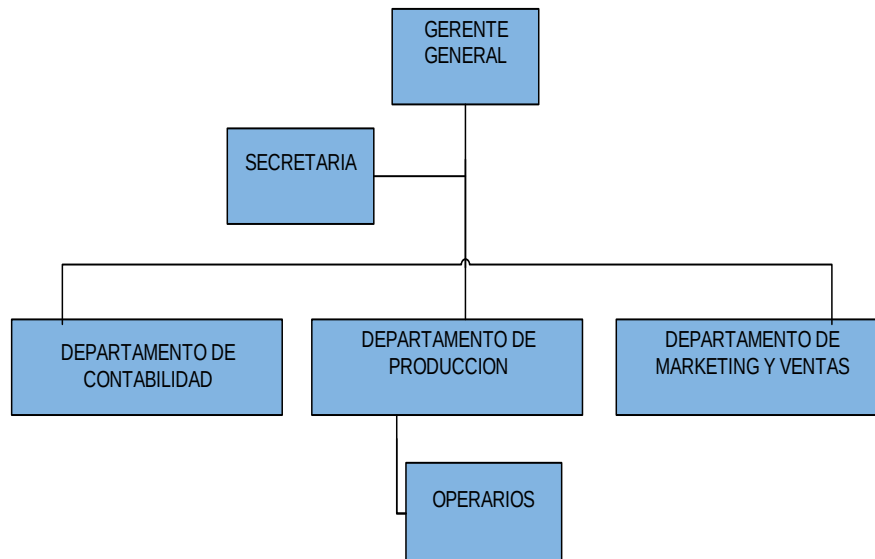
ACTIVIDADES	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO
estudio de factibilidad	X	X	X									
Financiamiento				X	X	X						
adquisición de los equipos							X					
Tramites legales RUC					X	X	X					
inspección de permisos							X					
instalación de máquinas y E.								X				
reclutamiento del personal								X				
contacto con los proveedores							X	X				
registro de inventario								X	X			
capacitación de personal										X	X	
apertura												X

Elaborada por: Lady Chamorro 2014

2.03.02.02 Organización

La organización es el proceso que nos permite ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de la microempresa de tal manera que podamos alcanzar los objetivos y metas propuestas.

Figura N° 12 Organigrama estructural de la empresa COFEE FRESH “LA CAROLINA”



Fuente: elaborado por Lady Chamorro

Organigrama Funcional

Gerente General

El Gerente General se encargara de dirigir, controlar todas las funciones y actividades que desempeñan los departamentos, con el objetivo de tener mejor desarrollo organizacional y cumplimiento de metas.

Secretaria

Se encarga de recibir, registrar, canalizar la correspondencia y la documentación recibida

Elaborar oficios, tarjetas, memorándums y demás documentación relativas a los asuntos de competencia del Director; Atender, realizar, registrar llamadas telefónicas para mantener informado a los jefes sobre sus compromisos.



Contador.- Se encargara de todo lo respecto a dinero, deberá presentar los registros del diario, mayor, inventario, cuentas de bancos, estados financieros a presentar o indicadores financieros.

Departamento de Producción

Se encarga de toda la operación de la productora en la realización del producto, de planear, organizar y dirigir la elaboración del producto y de ofrecer un excelente producto, también se encarga de la innovación y desarrollo de nuevas tecnologías para la eficiencia de la producción.

Operarios.- El operario es quien tiene la función de realizar el producto, con el conocimiento requerido y la materia prima necesaria

Departamento de Comercialización

Se encarga de mantener el producto y aumentar las ventas mediante la administración eficiente del recurso humano disponible y del potencial de clientes en un determinado plazo, con el fin de lograr excelentes resultados.

Se encargara de establecer un vínculo cliente-empresa e integrarse a las actividades de mercadotecnia de la empresa, cumpliendo con los requerimientos del cliente, atención de calidad.

2.03.02.03 Dirección

La dirección para el presente COFEE FRESH LA CAROLINA estará a cargo de Gerencia General, la cual implica dirigir, influir y motivar a todos los colaboradores para que realicen las tareas encomendadas, manteniendo un buen clima laboral.



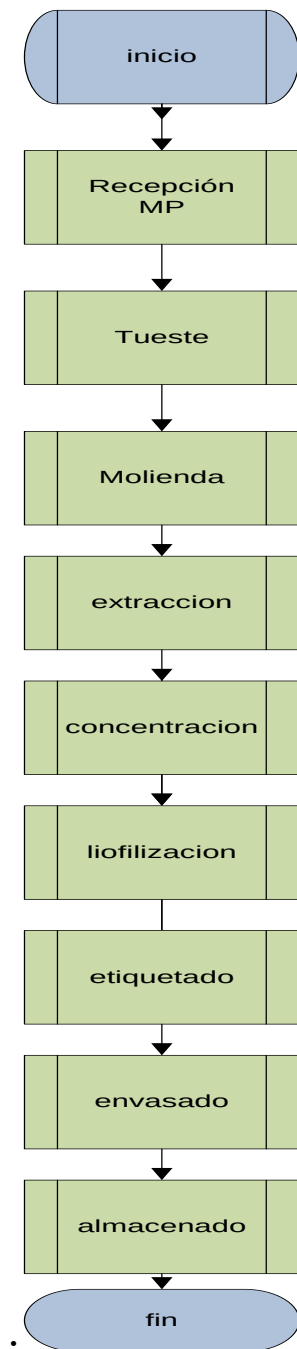
Evaluación 360°

La evaluación 360 es una herramienta para darle al empleado la retroalimentación necesaria para mejorar su desempeño, comportamiento, y dar a la gerencia la información necesaria para tomar decisiones en el futuro. Las personas que recibirán la retroalimentación de 360° seleccionaran a los evaluadores que les darán dicha retroalimentación. Estos evaluadores deberán incluir al superior inmediato, los compañeros del mismo grupo de trabajo y colegas de otros departamentos o grupos de trabajo. Los evaluadores deberán seleccionarse teniendo en mente que lo que se requiere es información profunda y objetiva.

2.03.03 Gestión Operativa

La Gestión Operativa de la microempresa es el proceso de producción del café que está reflejado en el siguiente proceso.

Figura N° 13 Flujo grama de café soluble





02.03.04 políticas de producción

- El personal será capacitado constantemente para el buen manejo de las máquinas y equipos.
- Los colaboradores contarán con un uniforme adecuado a las B operaciones a realizar.
- Mantener un alto estándar de verificación y clasificación de la materia prima como insumos que estén en buen estado para el debido procesamiento.
- Los trabajadores mantendrán un horario de 8:00 h am- 5:00h pm con un resaca de una hora en el almuerzo.
- Para lograr mayor efectividad en los diferentes puestos de trabajo los colaboradores trabajarán con la regla de las 5S mayor organización, orden, limpieza, control visual, y estandarización y hábito.

2.03.04 Gestión Comercial

Para la Gestión Comercial se utilizará la herramienta de Marketing o las cuatro P, producto, precio, plaza y promoción.

2.03.04.02 Producto

La microempresa COFEE FRESH LA CAROLINA se caracterizará por producir un producto de calidad, elaborando el café de altura caracterizado por su aroma y sabor, brindando una variedad y satisfaciendo las necesidades de nuestro cliente,



2.03.04.02 precio

Para el cálculo del precio del café se realizó según los costos de producción.

Tabla N° 7 Costo unitario de fabricación

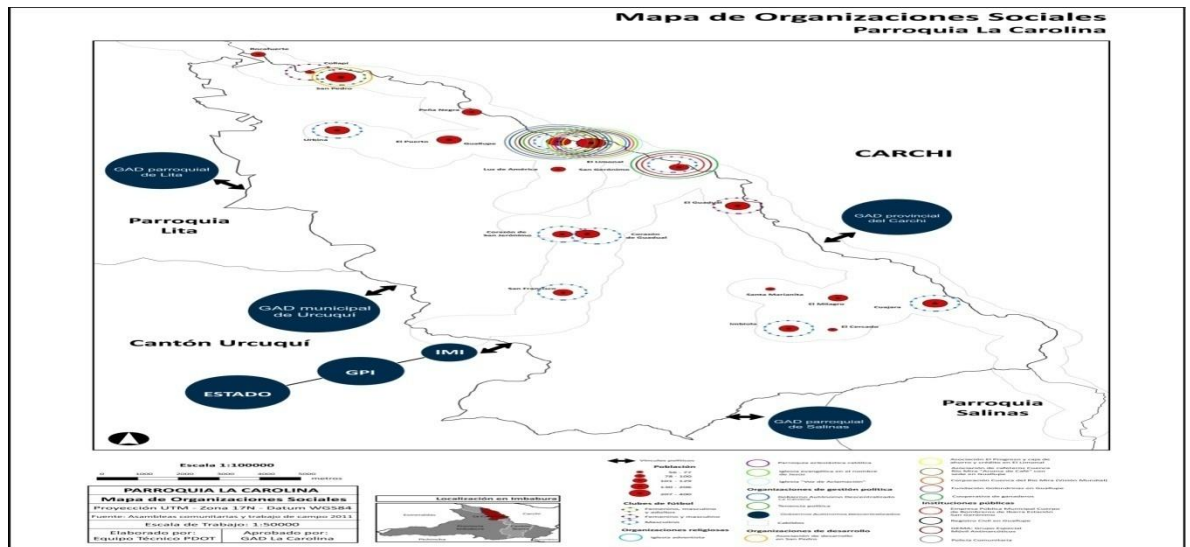
COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO	
MPD	0,73
MOD	0,47
CIF	1,45
C.U.F	2,65

Fuente: estudio de mercado

2.03.04.03 Plaza

La decisión de ubicar a la micro empresa COFEE FRESH “ LA CAROLINA “en la Parroquia LA CAROLINA del cantón Ibarra es principalmente por la cercanía a los productores directos de la materia prima como es el café en grano , lo que hace que el producto lo obtengamos de una manera rápida, de calidad y en menor costo de producción.

Figura N° 14 Croquis parroquia La Carolina



FUENTE: Junta Parroquial

2.03.04.04 Promoción

Es el conjunto de actividades dirigidas a impulsar los productos de la microempresa en el mercado.

Estrategias de promoción

Son acciones que pueden proporcionar incremento de ventas a corto plazo

Estrategias dirigidas a los consumidores

La empresa COFEE FRESH LA CAROLINA ofrecerá las siguientes promociones:

- Por la compra de un frasco de 1000 gr lleva un café en saché de 25gm. gratis.

- Por la inauguración de la microempresa y fechas especiales se regalaran obsequios como llaveros, esferos, gorras y camisetas.
- Al realizar compras al por mayor se otorgara el 5% de descuento.

2.03.04.04.01 Publicidad

La publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance de llegar hacia el público, por lo tanto la empresa COFEE FRESH buscara la manera de ser reconocida y buscar nuevos cliente realizando marketing.

Figura N° 15 publicidad

Logotipo

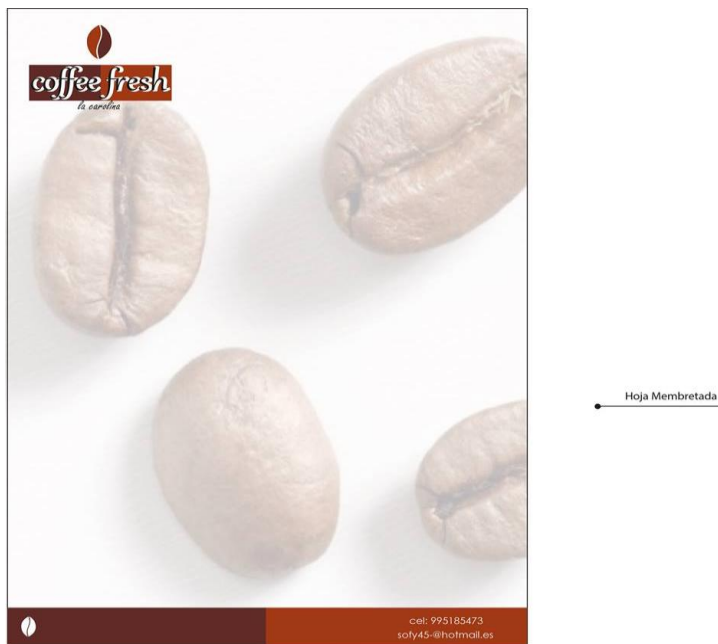


Fuente: elaborado por Lady Chamorro

Slogan

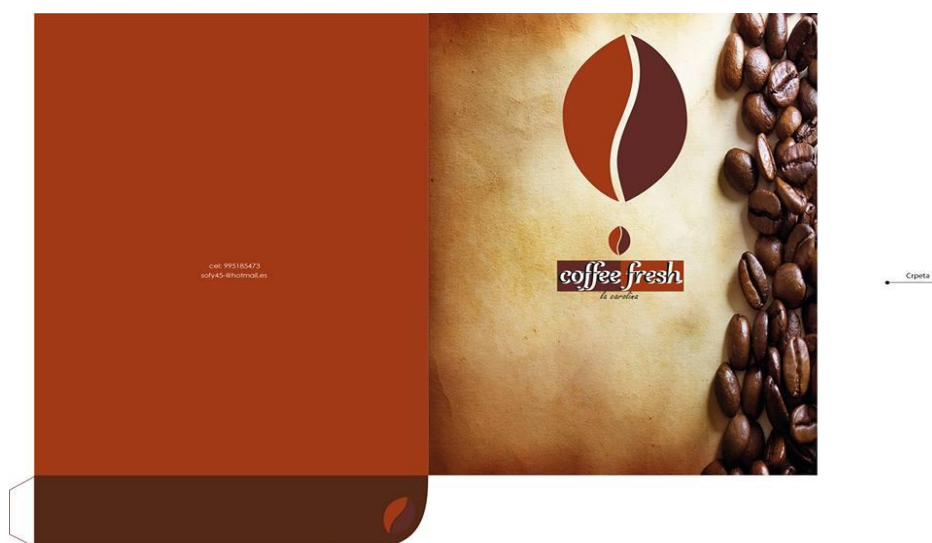
El delicioso café de altura en tu paladar

Figura N° 16 Hoja embretada



Fuente: elaborado por Lady Chamorro

Figura N° 17 Carpeta



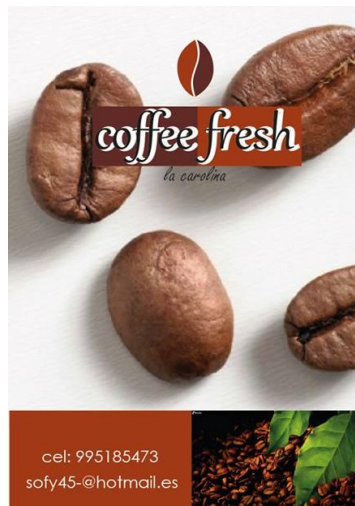
➤ trípticos

Figura N° 18 triptico



FUENTE: elaborado por Lady Chamorro

Figura N° 19 Tarjetas de presentación



tarjeta de presentación

- Merchaidaysing

Figura N° 20 Llaveros



llavero

Fuente: elaborado por Lady Chamorro

Análisis FODA

Este análisis no ayuda a identificar las fortalezas y las debilidades que puede tener la empresa COFEE FRESH.

Tabla N° 8ANÁLISIS FODA

FUENTE: estudio de mercado

AMBIENTE EXTERNO			
AMENAZAS			
DESCRIPCIÓN	NIVEL		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Inflación	X		
Tasa de Interés	X		
Balanza Comercial		X	
Migración		X	

AMBIENTE EXTERNO			
OPORTUNIDADES			
DESCRIPCIÓN	NIVEL		
	ALTO	MEDIO	BAJO
PIB	X		
Población		X	
PEA	X		
Aspecto Tecnológico	X		
Político Legal		X	
Clientes	X		
Proveedores	X		
Competencia	X		

FUENTE: Estudio de Mercado



CAPÍTULO III

3.01 Análisis del consumidor

La importancia del análisis del consumidor consiste que, al conocer sus características se puede tomar decisiones o diseñar estrategias que nos permitan atenderlo de la mejor manera diseñando el producto que mejor satisfaga su necesidad o elegir el canal de venta que le sea más accesible. El análisis consiste en definir el consumidor que conforma nuestro mercado describir las características del consumidor al que nos vamos a enfocar de igual manera recopilar datos

Necesarios al objetivo planteado.(Elías, 2013)

3.01.01 Determinación de la población y muestra Población

La población es aquella que será beneficiada con el proyecto, se identifica a partir la población de referencia total del área de influencia perteneciente al grupo en estudio l según el Censo realizado por el INEC en el año 2010confirmando una totalidad de 10330 de la población (PEA) en la ciudad de Ibarra,(INEC, 2010)

Muestra

La muestra es un subconjunto de la población que se obtiene para averiguar las propiedades o características, la misma que tiene que ser representativa.



Fórmula para calcular la muestra

$$n = \frac{N * p * q * z^2}{(N - 1) E^2 + p * q * z^2}$$

Dónde:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

E² = Error máximo admisible 0,1

p = Probabilidad de éxito (50%)

q = Probabilidad del sache (50%)

z = Distribución normal en estadística cuando el NC = 95%

Fórmula para las personas

POBLACIÓN	10330	
N-1	10329	
ERROR	0,06	0,0036
	37,1844	
	38,1844	
MUESTRA	=270,529326	PERSONAS

EMPRESAS	133
N-1	132
ERROR	0,06
	0,4752
	1,4752
MUESTRA	90,1572668



Luego de aplicar la fórmula para calcular la muestra se obtuvo como resultado 90 encuestas para establecimientos comerciales en la ciudad de Ibarra y 270 para las personas residentes en la parroquia La Carolina.

3.01.02 Técnicas de obtención de Información

Son todas las formas posibles de que se vale el investigador para obtener la información necesaria en el proceso investigativo. Hace relación al procedimiento, condiciones y lugar de recolección de datos, dependiendo de las distintas fuentes de información. (Gómez, J. 2011)

Para el presente proyecto se utilizara la técnica de la ENCUESTA.

3.01.03 Encuesta

La encuesta es la búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que se desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados.



Formato de la Encuesta

ENCUESTA PARA LAS EMPRESAS

OBJETIVO.-Obtener información estadística respecto a la producción y comercialización de café, con fines académicos.

I.- DATOS GENERALES

Nombre de la Empresa:.....

Sector:.....

II.- PREGUNTAS

1.- ¿Compra usted café frecuentemente?

SI ()

NO ()

2.- ¿Estaría usted de acuerdo que en el cantón Ibarra, parroquia LA CAROLINA se implemente una microempresa artesanal para producir y comercializar café?

Sí ()

NO ()

3.-¿Qué cantidad de café compra usted cada mes?

a) Entre 10 y 30 sobres en sache de café ()

b) Entre 31 y 50 sobres en sache de café ()

c) Entre 50 sobres en sache de café en adelante ()



4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un sobre de saché de café de 400 gr?

- a) De 4,50 a 6,40 () b) de 6,75 a 7,50 ()
c) De 6,45 a 6,50 ()

5.- ¿En qué plazos le gustaría pagar su factura?

- a) Al contado () b) Final de quincena ()
c) Fin de mes ()

6.- Esta Ud. satisfecho con la empresa que produce este tipo de producto?

SI () NO ()

7.- ¿Cuáles son los aspectos más relevantes que toma a consideración al momento de comprar café?

- a) Calidad () b) Sabor ()
c) Precio () d) Cantidad ()

8.- ¿En qué presentación (envase) prefiere usted comprar café?

- a) En frasco de vidrio () b) En vaso () c) En saché ()

9.- Según las ventas obtenidas. ¿Cuál es el nivel de aceptación?

- Excelente () Muy bueno ()
Bueno () No sale a la venta ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



ENCUESTA PARA LA POBLACIÓN DE LA PARROQUIA “LA CAROLINA”

OBJETIVO.-Obtener información estadística respecto a la producción y comercialización de café en la parroquia La Carolina con fines académicos.

I. DATOS GENERALES

Nombre----- edad-----

Ocupación-----

Sector que reside-----

II. PREGUNTAS

1) Ud. consume café?

Si () NO ()

2) con que frecuencia consume café?

Diario () semanal ()
mensual ()

3) qué tipo de café consume?

Café filtrado () instantáneo () café descafeinado ()

4) ¿Estaría Ud. De acuerdo que en el cantón Ibarra, parroquia LA CAROLINA se implemente una microempresa artesanal para producir y comercializar café?

Sí () NO ()

5) Esta Ud. satisfecho con la empresa que produce este tipo de producto?

SI () NO ()



6) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un sobre en saché de café de 400gr?

a) De 4.50a 6,40 () b) de 6,75 a7, 50 () c) De 6,45a 6,50 ()

7) Donde le gustaría adquirir su producto en?

Tienda () supermercado () supermaxi ()

8.) En qué presentación (envase) prefiere usted comprar café?

Envase de vidrio () envase de vaso () envase de saché ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



3.01.04 Análisis de la Información

El análisis de la información es la decodificación de datos obtenidos en un documento, para ello se debe seguir los siguientes pasos:

- ✓ Determinación de la población y muestra.
- ✓ Selección del instrumento que se utiliza para la recolección de la información, en este caso la encuesta.
- ✓ Diseño del cuestionario en base a la información requerida de la investigación.
- ✓ Ejecutar la encuesta.
- ✓ Tabular los resultados.
- ✓ Interpretación de datos.
- ✓ Análisis y conclusiones

3.01.05 Resultados de la encuesta para empresas

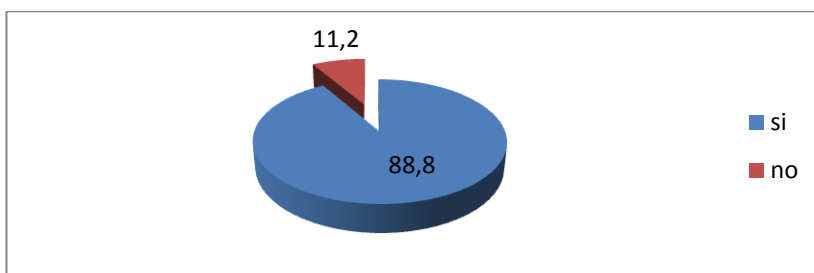
1.- ¿Compra usted café frecuentemente?

Tabla N° 9 resultado de la encuesta

concepto	frecuencia	porcentaje
si	80	88,80
no	10	11,2
total	90	100,00

Fuente: estudio de mercado

Figura N° 21 resultado de la encuesta



Fuente : estudio de mercado

Analisis

Como muestra el grafico que el 88,8% de las empresas compran café para la comercialización, mientras que un 11,2 % no lo hacen.

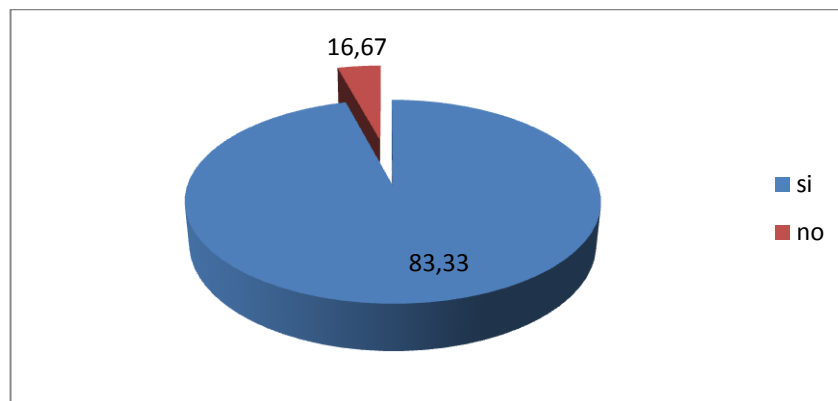
2.- ¿Estaría usted de acuerdo que en el cantón Ibarra, parroquia LA CAROLINA se implemente una microempresa artesanal para producir y comercializar café?

Tabla N° 10 resultado de la encuesta

concepto	aceptacion	porcentaje
si	75	83,33
no	15	16,67
total	90	100

Fuente: estudio de mercado

Figura N° 22 resultado de la encuesta



Fuente : estudio de mercado

Analisis

Observando el grafico se puede constatar que el 83,33% de los locales esta de acuerdo con la implementacion de la planta procesadora de café ,mientras que el 16,67% no esta de acuerdo.

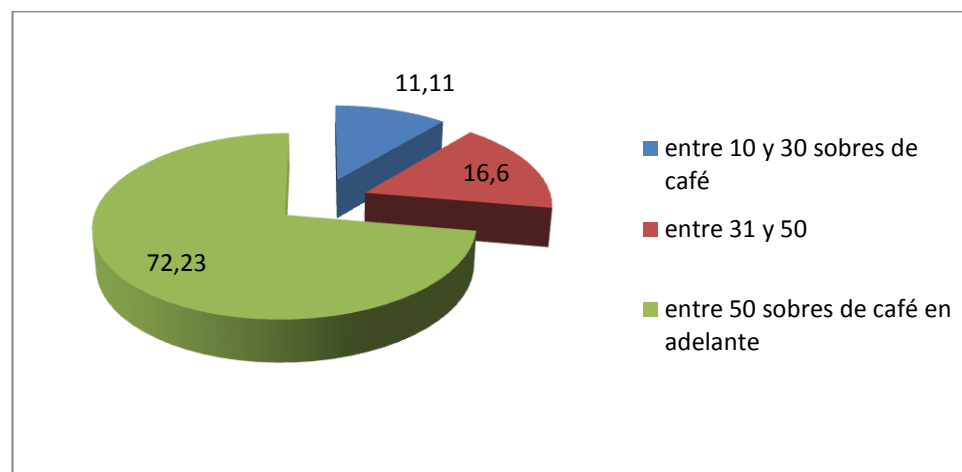
3.- ¿Qué cantidad de café compra usted cada mes?

Tabla N° 11 resultado de la encuesta

concepto	cantidad	porcentaje
) Entre 10 y 30 sobres de café	10	11,11
Entre 31 y 50 sobres de café	15	16,66
Entre 50 sobres de café en adelante	65	72,23
total	90	100

Fuente: estudio de mercado

Figura N° 23 resultado de la encuesta



Fuente : estudio de mercado

Analisis

Analizando el grafico el 72,23% de los locales comerciales compran café mas de 50 sobres de sache de café para la venta ,el 16 ,6% de 30-50 sobres de sache de café y un 11,11% de 10 a 30 sobres de sache

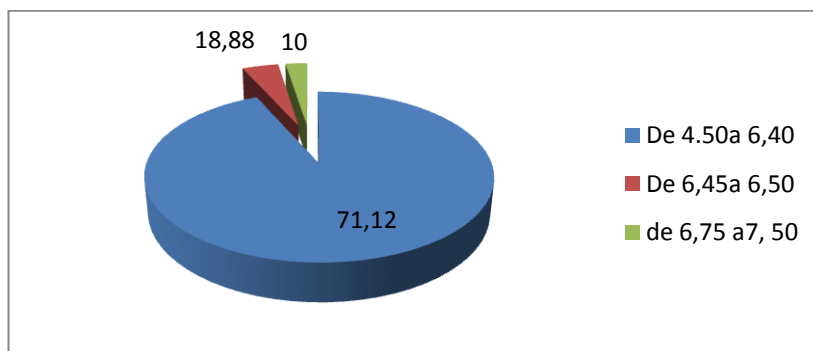
4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un sobre de saché de café de 400 gr?

Tabla N° 12 resultado de la encuesta

precio	cantidad	porcentaje
De 4,50a 6,40	64	71,12
De 6,45a 6,50	17	18,88
de 6,75 a7, 50	9	10
total	90	100

Fuente: estudio de mercado

Figura N° 24 resultado de la encuesta



Fuente: estudio de mercado

Analisis

El grafico describe que el 71,12% esta dispuesto a pagar \$ 4,50-6,40 por el precio mas economico ,un 18,88% pagarian \$ 6,45-6,50y solo un 10% de \$ 6,75-7,50por ser el mas alto costo.

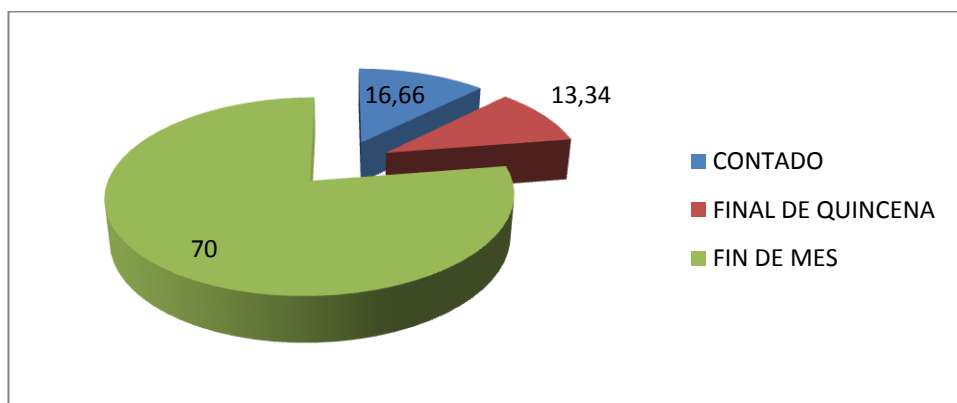
5.- ¿En qué plazos le gustaría pagar su factura?

Tabla N° 13 resultado de la encuesta

precio	cantidad	porcentaje
CONTADO	15	16,66
FINAL DE QUINCENA	12	13,34
FIN DE MES	63	70
total	90	100

Fuente: estudio de mercado

Figura N° 25 resultado de la encuesta



Fuente : estudio de mercado

Análisis

El grafico nos demuestra que el 70% de los centros comerciales pagan sus facturas a fin de mes, el 16,66% al contado y un 13,34% en la quincena.

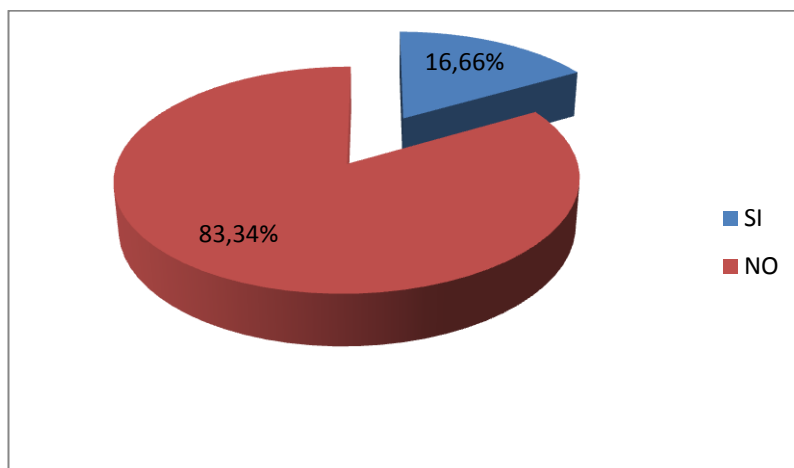
6- Esta Ud. satisfecho con la empresa que produce este tipo de producto?

Tabla N° 14 resultado de la encuesta

COMPETENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	15	16,66
NO	75	83,34
TOTAL	90	100

Fuente: estudio de mercado

Figura N° 26 resultado de la encuesta



Fuente: estudio de mercado

Analisis

El grafico nos indica que el 83,34% de los locales comerciales estan satisfechos con con el café que comercializan ,y un 16,66% no lo estan.

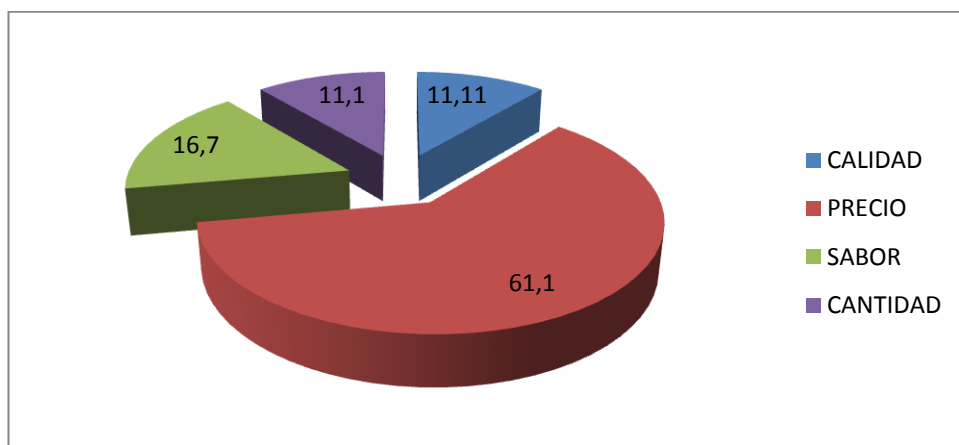
7.- ¿Cuáles son los aspectos más relevantes que toma a consideración al momento de comprar café?

Tabla N° 15 resultado de la encuesta

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
calidad	10	11,1%
precio	55	61,1%
sabor	15	16,7%
cantidad	10	11,1%
total	90	100%

Fuente: estudio de mercado

Figura N° 27 resultado de la encuesta



Fuente: estudio de mercado

Análisis

De acuerdo al gráfico el 61,11% prefiere por el precio, un 16,7% por la cantidad y el 11,11% por la calidad y sabor del café.

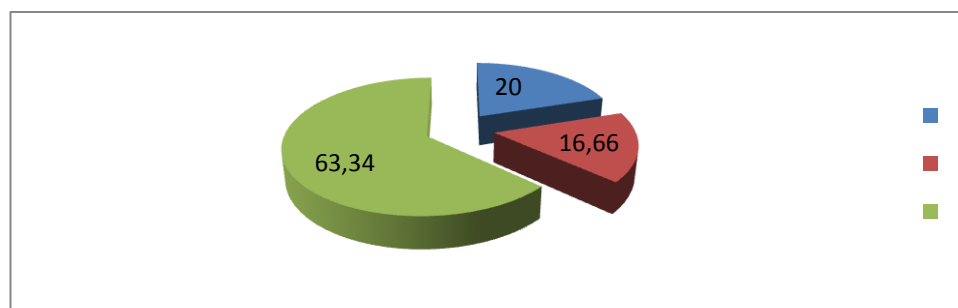
8.- ¿En qué presentación (envase) prefiere usted comprar café?

Tabla N° 16 resultado de la encuesta

preferencia	cantidad	porcentaje
envase de vidrio	18	20
envase de vaso	15	16,66
envase en saché	57	63,34
Total	90	100

Fuente: estudio de mercado

Figura N° 28 resultado de la encuesta



Fuente: estudio de mercado

Analisis

El grafico representa que un 63,34% prefiere en envase de sachet , el 20% en envase de vidrio y el 16,66% en vasito.

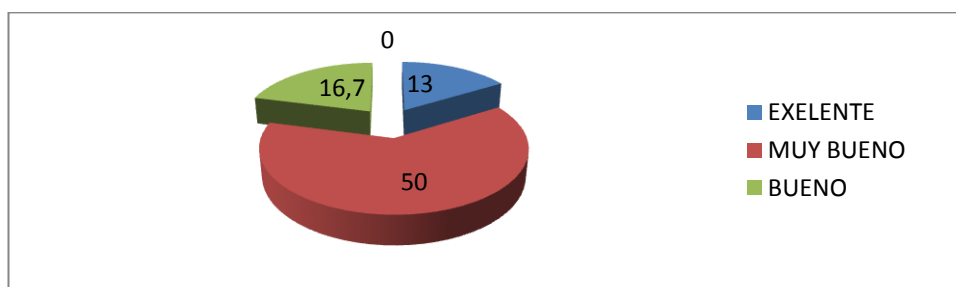
9.- Según las ventas obtenidas. ¿Cuál es el nivel de aceptación?

Tabla N° 17 resultado de la encuesta

exelente	16	13,0%
muy bueno	59	50,0%
bueno	15	16,7%
no vende	0	0
total	90	100

Fuente: estudio de mercado

Figura N° 29 resultado de la encuesta



Fuente: estudio de mercado

Analisis

En el grafico se puede constatar que el nivel de aceptacion de ventas es de un 50% como muy bueno, el 16,7% como bueno , un 13% como exelente y un 0 no se vende.

Resultados de la encuesta a la sociedad que habitan en la parroquia La Carolina

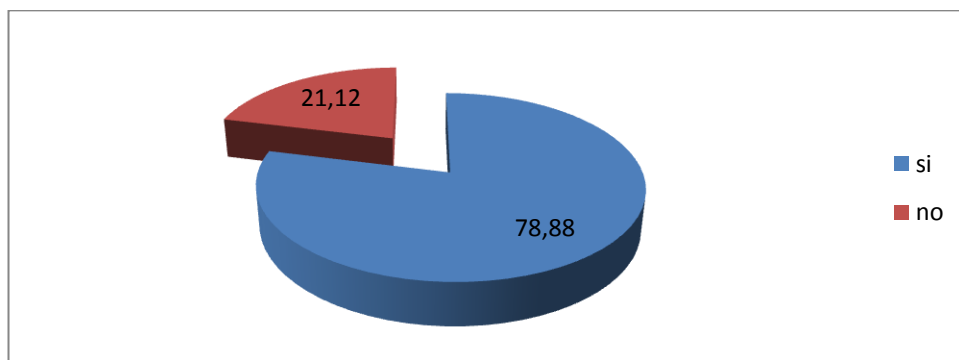
1) Ud. consume café?

Tabla N° 18 resultado de la encuesta

concepto	cantidad	porcentaje
si	213	78,88
no	57	21,12
total	270	100,00

Fuente: estudio de mercado

Figura N° 30 resultado de la encuesta



Fuente : estudio d e mercado

Analisis

La poblacion de la paroquia consume café en un 78,88% ,apenas un21,12% no lo consume .

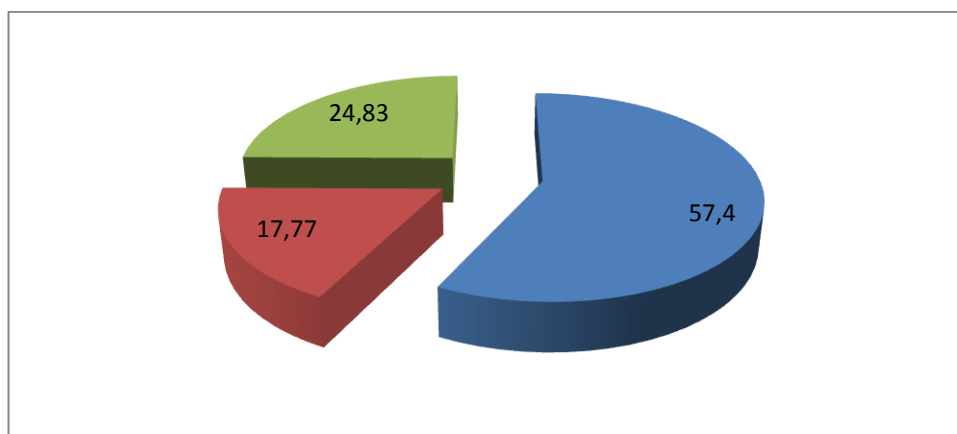
2.) Con qué frecuencia consume café?

Tabla N° 19 resultado de la encuesta

concepto	cantidad	porcentaje
semanal	155	57,4
trimestral	48	17,77
semestral	67	24,83
total	270	100

Fuente: estudio de mercado

Figura N° 31 resultado de la encuesta



Fuente : estudio de mercado

Analisis

De acuerdo al grafico el 57,4% lo consume a semanal ,el 17,77% trimestral y un 24,83% semestral.

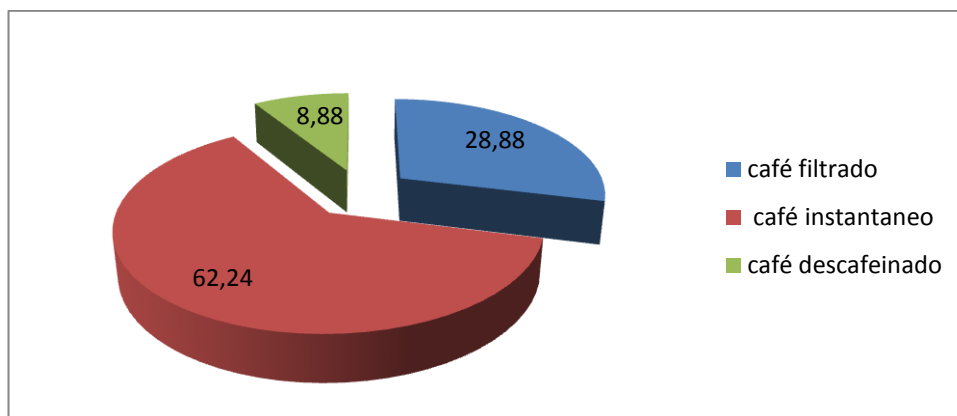
Qué tipo de café consume?

Tabla N° 20 resultado de la encuesta

café filtrado	78	28,88
café instantaneo	168	62,24
café descafeinado	24	8,88
total	270	100

Fuente estudio de mercado

Figura N° 32 resultado de la encuesta



Fuente: estudio de mercado

Analisis

Por medio del grafico se observa que la poblacion prefiere café instantaneo con un 62,24% ,seguido por café filtrado con un 28,88% y café descafeinado un 8,88% dela poblacion.

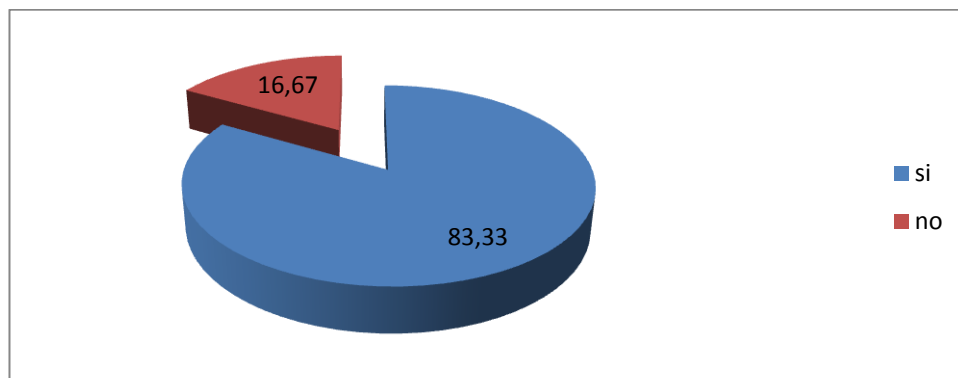
4) ¿Estaría Ud. De acuerdo que en el cantón Ibarra, parroquia LA CAROLINA se implemente una microempresa artesanal para producir y comercializar café?

Tabla N° 21 resultado de la encuesta

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
si	75	83,33
no	15	16,67
TOTAL	90	100

Fuente: estudio de mercado

Figura N° 33 Resultado de la encuesta



Fuente: estudio de mercado

Analisis

La poblacion de la parroquia La Carolina en su mayoria esta de acuerdo en la implementacion de la planta procesadora de café con un 83,33% mientras que solo el 16,67% se opone a dicha propuesta .

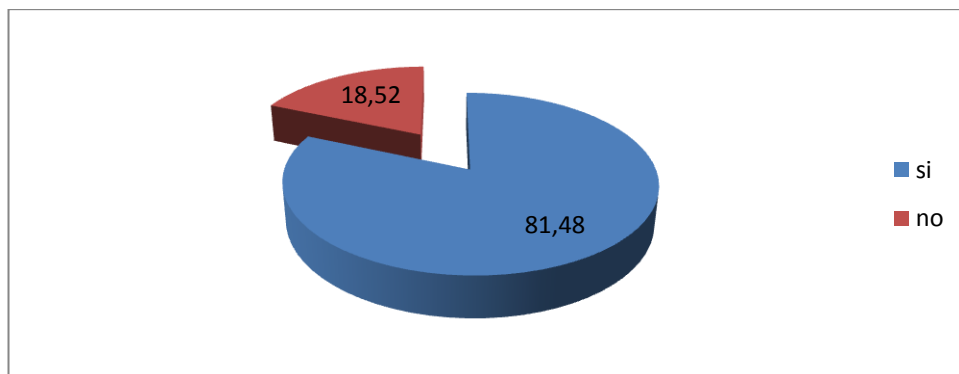
5) Esta Ud. satisfecho con la empresa que produce este tipo de producto?

Tabla N° 22 resultado de la encuesta

concepto	cantidad	porcentaje
si	220	81,48
no	50	18,52
total	270	100

Fuente: estudio de mercado

Figura N° 34 resultado de la encuesta



Fuente : estudio de mercado

Analisis.

Analizando en grafico el 81,48% de la poblacion asegura estar satisfecho con este tipo de producto ,mientras tanto que un 18,52% no lo esta .

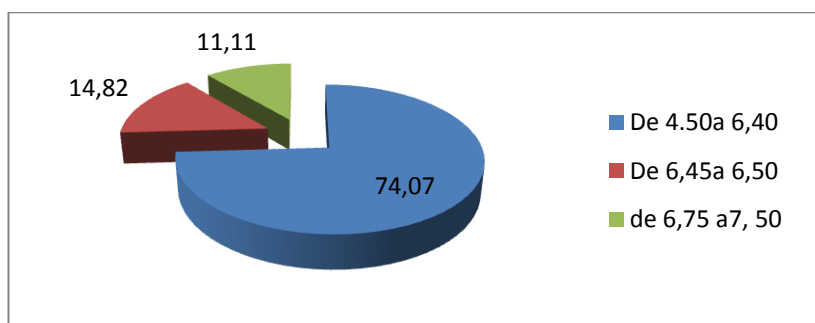
6¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un sobre de saché de café de 400 gr?

Tabla N° 23 resultado de la encuesta

concepto	cantidad	porcentaje
De 4.50a 6,40	200	74,07
De 6,45a 6,50	40	14,82
de 6,75 a7, 50	30	11,11
total	270	100

Fuente: estudio de mercado

Figura N° 35 resultado de la encuesta



Fuente: estudio de mercado

Analisis

El grafico describe que el 74,07% esta dispuesto a pagar \$ 4,50-6,40 por el precio mas economico ,un 14,82% pagarian \$ 6,45-6,50 y solo un 11,11% de \$ 6,75-7,50por ser el mas alto costo.

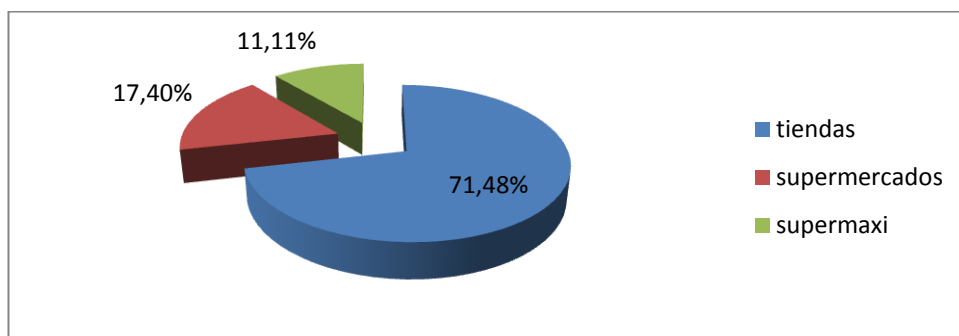
7) Donde le gustaría adquirir su producto en?

Tabla N° 24 resultado de la encuesta

concepto	cantidad	porcentaje
tiendas	193	71,48%
supermercados	47	17,40%
supermaxi	30	11,11%
total	270	100%

Fuente: estudio de mercado

Figura N° 36 resultado de la encuesta



Fuente : estudio de mercado

Analisis

La poblacion prefiere adquirirlo en las tiendas por mas facilidad con un 71,48% ,supermercados 17,40% y en supermaxix 11,11% .

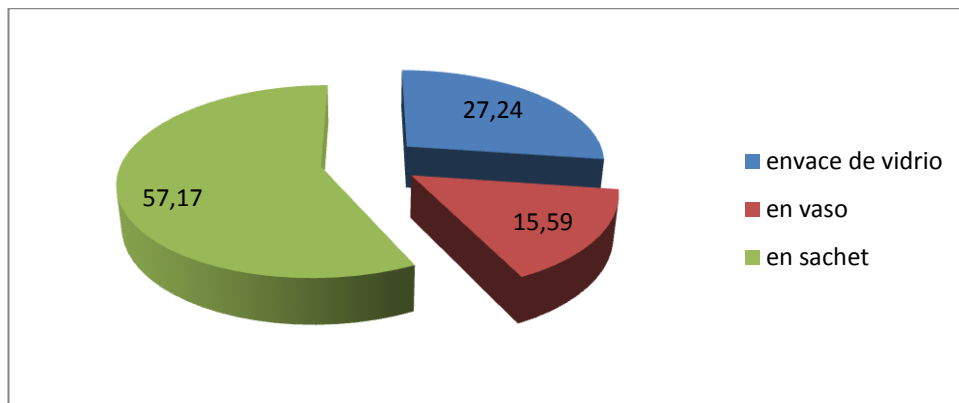
8.) En qué presentación (envase) prefiere usted comprar café?

Tabla N° 25 resultado de la encuesta

envase de vidrio	74	27,24
en vaso	42	15,59
en sachet	154	57,17
total	270	100

Fuente : estudio de mercado

Figura N° 37 resultado de la encuesta



Fuente : estudio de mercado

Analisis

De acuerdo al grafico el café mas vendido es en presentacion de sachet con un 57,17% ,seguido por el de vidrio con un 27,24% y 15 59% en vaso ,el cual es recomendable fabricar en envases de sachet por su mayor comercializacion.



3.02 Demanda

La demanda es la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores

Para la microempresa su demanda está dada por todos los establecimientos comerciales de la ciudad de Ibarra y la población de la parroquia La Carolina.

3.02.01 Demanda Histórica

Tabla N° 26 demanda histórica del café

Año	Periodo	Demanda
	X	Y
2009	1	29980
2010	2	32099
2011	3	29101
2012	4	20191
2013	5	32350

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

(INEC),

3.02.02 Demanda Actual

Para el cálculo de la demanda actual se ha considerado el porcentaje del resultado de la encuesta de mayor compra del producto que son relacionadas con establecimientos como: locales comerciales tiendas y supe maxi permitiéndonos obtener la demanda actual correspondiente de la siguiente manera.

$\text{Demanda} = \text{población} * \text{porcentaje de aceptación}$

$\text{Demanda} = 10330 * 0,7888$



Demanda = 8148 personas

Frecuencia de compra = demanda * % de frecuencia * % diario frecuencia

Frecuencia de compra = $8148 * 0,574 * 52$ semanas

Frecuencia de compra = 243.201,50 compra semanal

Demanda en dólares = frecuencia de compra semanal * precio promedio

Demanda en dólares $243.201,50 * 5,50$

Demanda en dólares = 1337.608,25 demanda actual

Tabla N° 27 datos de la demanda de los habitantes encuestados

concepto	cantidad	porcentaje
si	213	78,88
no	57	21,12
total	270	100,00

Fuente: estudio de mercado

3.02.02 Demanda Proyectada

Figura N° 38 demanda proyectada

AÑOS	DEMANDA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA PROYECTADA
2014	\$ 1.337.608	1,0967	1.466.955
2015	1.337.608	1,0967	1.425.890
2016	1.425.890	1,0967	1.519.999
2017	1.519.999	1,0967	1.620.319
2018	1.620.319	1,0967	1.727.260
2019	1.727.260	1,0967	1.841.259

Fuente: estudio de mercado

3.03 Oferta

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a entregar al mercado, a un precio determinado.

3.03.01 Oferta Histórica

Tabla N° 28 oferta histórica

Producción de café en el Ecuador

años	producción QUINTALES
2006	92.250,38
2007	99.424,28
2008	123.301,54
2009	128.823,81
2010	94.956,08
2011	94.956,08
2012	112.413,61
2013	114.524,75

Fuente: COFENAC (2011)



3.03.02 oferta actual

La proyección de la oferta ha sido calculada tomando en cuenta la tasa de crecimiento de café (9,67% de crecimiento), el cual nos ha permitido determinar la proyección de la oferta, partiendo de la oferta actual.

3.03.03 Oferta proyectada

Tabla N° 29 oferta proyectada

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	TASA DE ACEPTACION	OFERTA PROYECTADA
2015	1.425.890	0,111	1161815,493
2016	1.519.999	0,111	1238495,316
2017	1.620.319	0,111	1320236,007
2018	1.727.260	0,111	1407371,583
2019	1.841.259	0,111	1500258,108

Fuente: estudio de mercado

3.04 Balance Oferta Demanda

Tabla # 34 oferta de mandada

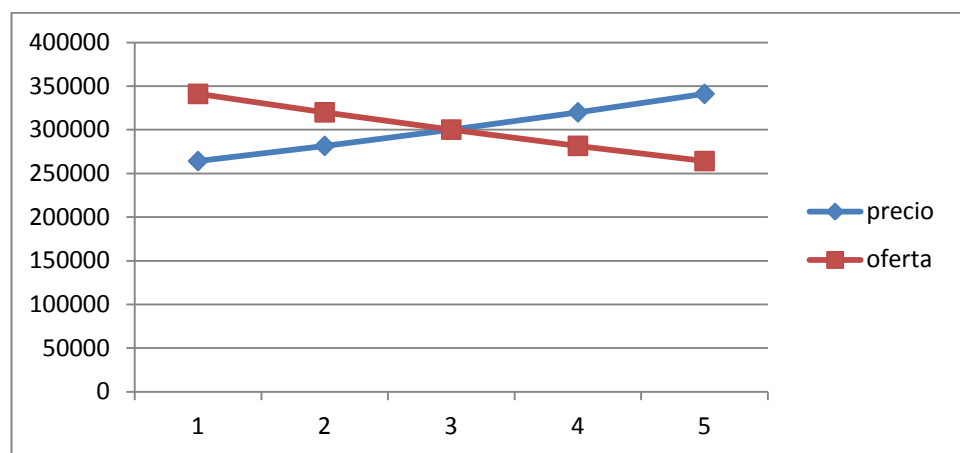
AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	1.425.890	1161815,493	264074,9011
2016	1.519.999	1238495,316	281503,8445
2017	1.620.319	1320236,007	300083,0983
2018	1.727.260	1407371,583	319888,5828
2019	1.841.259	1500258,108	341001,2292

Fuente: estudio de mercado

3.04.01 Balance Actual

Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta.

Tabla N° 30 Balance actual



Fuente: estudio de mercado



CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Estudio Técnico

El estudio técnico comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

Objetivos del estudio técnico.

- ✓ Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto de acuerdo a su
- ✓ capacidad.
- ✓ Analizar y determinar el tamaño óptimo de la microempresa, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar el proceso de producción.



4.01 Tamaño del Proyecto

4.01.01 Capacidad Instalada

Tabla N° 31 capacidad instalada

Áreas	Longitud
Recepción de materia prima	3m x 4m = 12m ²
Área administrativa	5m x 4m = 20m ²
Área de despacho	4m x 4m = 12m ²
Área de almacenamiento	5,5m x 5m = 27,5m ²
Área de producción	7m x 7m = 49m ²
Laboratorio	3m x 3m = 9m ²
Estacionamiento	4m x 8m = 32m ²
Vestidores	4m x 4m = 16m ²
Baños (2)	1,5m x 2,5m=7,74

Fuente: elaborado por Lady Chamorro

4.01.02 Capacidad Óptima

La capacidad óptima de la empresa está dada por todos los departamentos que la conforma, la misma que cuenta con un área total 185,24m².



Análisis de la capacidad instalada

Tabla N° 32 capacidad instalada

Fuente: elaborado por Lady Chamorro

EVALUACIÓN DE CAPACIDAD DE INSTALADA

Unidad	Proceso: Financiero				Actualizado por:		
Macro proceso: Administración	Fecha:						
					EJECUTORES		
ACTIVIDAD	Frecuencia		# Veces	Tiempunit	TiempTot	Respo	Resp
	mes			(min)	mes (min)	operario	JEFE DE PRO.
Recepción del grano	s	4	5	30	600	x	
pesado	s	4	5	20	400	x	
clasificación	s	4	5	25	500	x	
Tostado	s	4	5	65	1300	x	x
control de calidad		4	5	10	200	x	x
transporte	s	4	5	15	300	x	
Molienda	s	4	5	55	1100	x	x
Transporte	s	4	5	15	300	x	
Extracción	s	3	4	45	540	x	
concentración	s	3	4	55	660	x	x
lío-filización	s	3	4	720	8640	x	x
Empacado	s	4	5	45	900	x	x
Etiquetado		4	5	40	800	x	x
Almacenado	s	4	5	15	300		
			Tiemp real deman		16540		12440
			Tiemp real disponi		13729	13728,96	13728,96
			ICI(TR/TD)*100		120,48		90,61
			# personas		2 P al 100%	2P al 100%	1 P al 42%

Días H mi Efi
24 8 60 79,45%

4.02 Localización

La localización del proyecto está dada por la macro-localización y micro-localización.

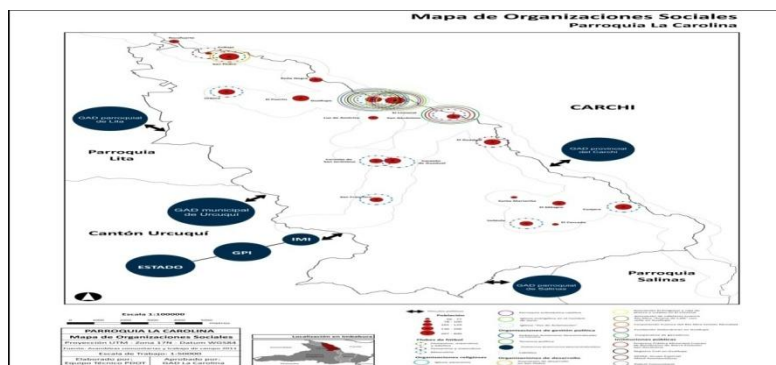
4.02.01 Macro localización

Tabla N° 33 macro localización

País	Ecuador
Provincia	Imbabura
Cantón	Ibarra
Parroquia	La Carolina
Sector	Vía a San Lorenzo

Fuente: elaborado por Lady Chamorro

Figura N° 39 croquis de la parroquia la Carolina



Fuente: presidente de la junta parroquial

4.02.02 Micro localización

La Microempresa estará ubicada en la ciudad de Ibarra parroquia La Carolina vía a San Lorenzo en la calle Juan León Mera

4.02.03 Localización Óptima

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo.

Tabla N° 34 localización optima

Factores	Ponderación	Lugar Calificación	Total
Puntos estratégicos de venta	0,15	8	1,20
Vías de acceso	0,10	8	0,80
Seguridad	0,15	9	1,35
Transporte	0,10	8	0,80
Servicios básicos	0,8	7	0,90
Materia prima	0,20	10	2,00
Mano de obra	0,15	8	1,35
Estacionamiento	0,05	9	0,30
Total	1,00		8,70

Fuente: estudio de mercado

Por tal motivo la empresa COFEE FRESH estará ubicada parroquia La Carolina vía a San Lorenzo en la calle Juan León Mera.

4.03 Ingeniería del Proyecto

La ingeniería del proyecto se refiere a todos los aspectos técnicos y de operatividad necesaria para comenzar a elaborar el producto, para lo cual se necesita disponer de cierta información proveniente del estudio de mercado, del marco legal, de la localización, financiamiento y disponibilidad del personal capacitado

4.03.01 Definición del Bien y / o Servicio

La Microempresa COFEE FRESH ofrecerá a todos sus consumidores potenciales café de altura de excelente calidad, la característica principal del producto es la materia prima y lo que no contiene químicos, es decir, natural



Además la Microempresa contará con la tecnología necesaria como molinos industriales tostadoras, balanza entre otros, lo cual ayudaran agilizar el proceso y disminuir tiempo de producción; lo que permite garantizar la calidad del producto primordialmente con la higiene ya que es un producto de consumo humano. De la igual manera contara con equipos de cómputo para el sistema operativo, agilizando de esta manera el trabajo administrativo.

4.03.02 Distribución de Planta

La distribución de la planta se realizara de acuerdo a códigos y factores de cercanía, los cuales permitirán ubicar cada área en relación a la importancia que tenga una de la otra.

Códigos de Cercanía

Los códigos de cercanía establecen el grado de cercanía y relación que tienen las diferentes áreas de la microempresa, con el fin de facilitar la distribución y designación de la infraestructura de la misma.

Tabla N° 35 códigos de cercanía

A	Muy importante cerca
B	Importante cerca
O	No importante
X	Excluyente

Fuente: estudio técnico

Factores del proceso

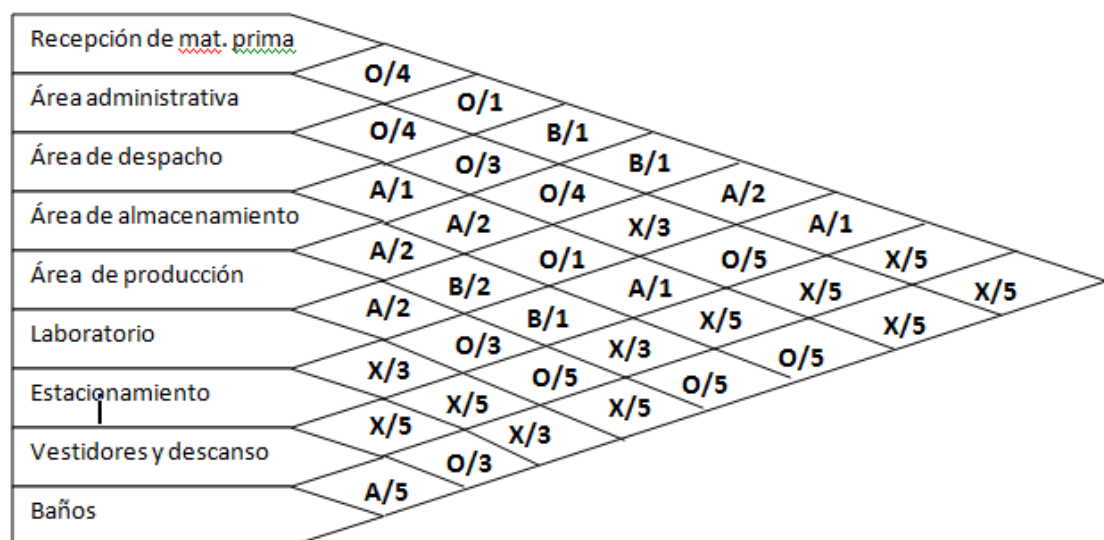
Define las razones del porqué del grado de cercanía de un área con otra.

Tabla N° 36 factores del proceso

1	Proceso
2	Control
3	Conveniencia
4	Ruido
5	Higiene

Fuente: elaborado por Lady Chamorro

Figura N° 40 LAYOUT DE LA PLANTA

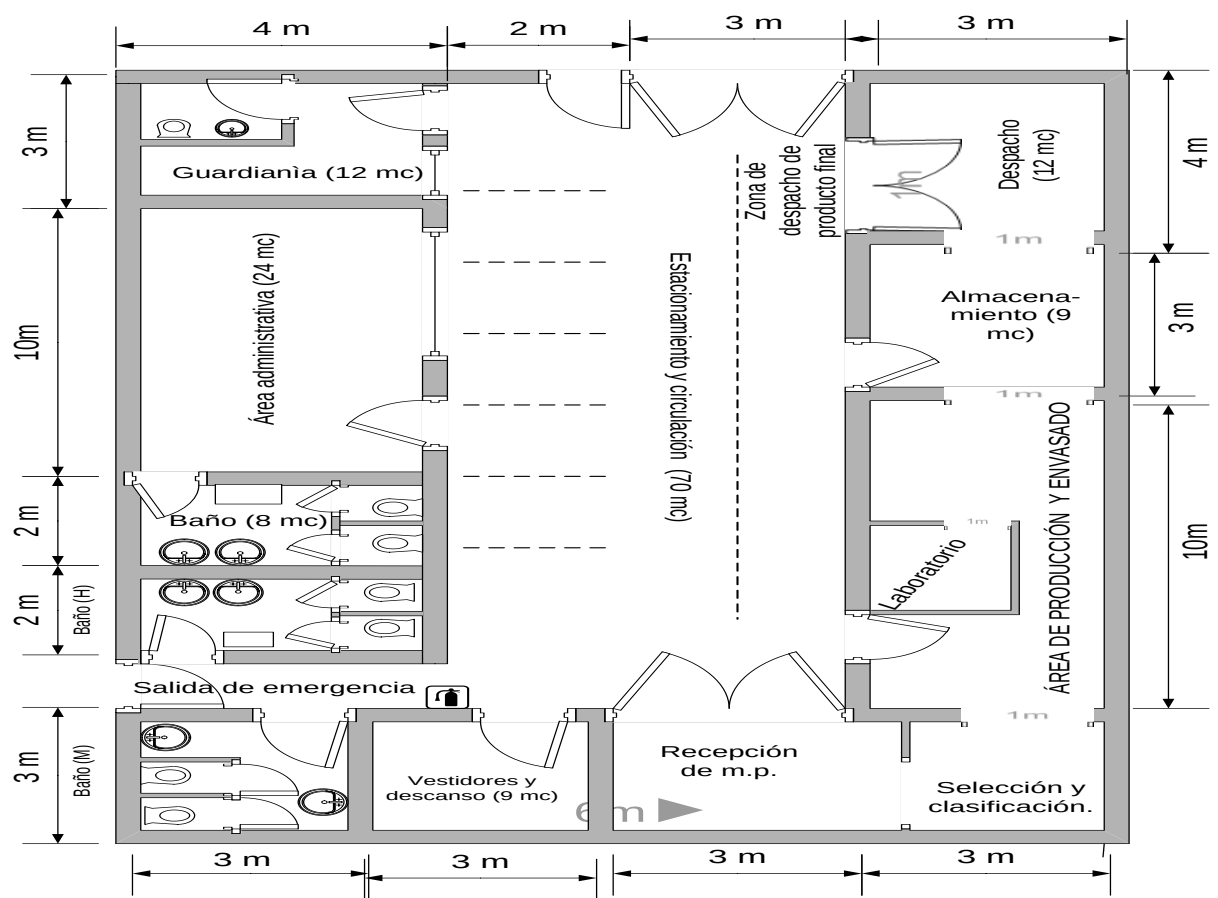


FUENTE: Elaborado por LADY CHAMORRO

PLANTA DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ

Figura N° 41

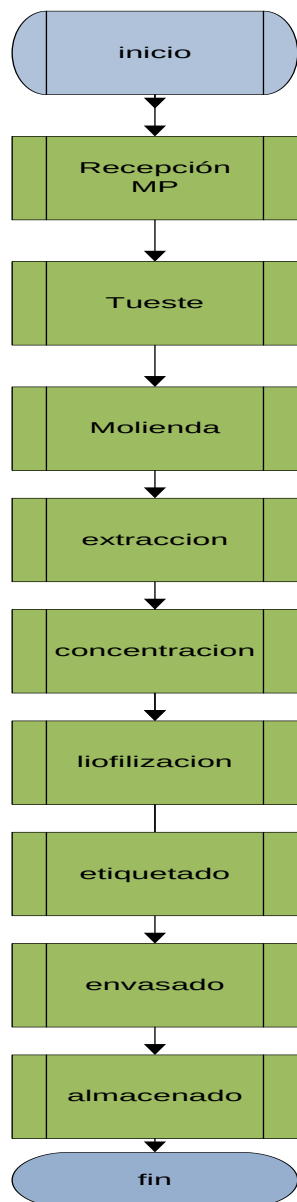
FUENTE: elaborada por Lady chamorro



FUENTE: Elaborado por Lady chamorro

4.03.03 Proceso Productivo diagrama de flujo elaboración del café

Figura N° 42 diagrama de flujo



SIMBOLOGÍA

Tabla N° 37 simbología

	Operación	Significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos.
	Transporte	Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora
	Demora	Se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente.
	Almacenamiento	Tanto la materia prima, productos en proceso o producto terminado
	Inspección	Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto terminado
	proceso	Es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos .

Tabla N° 38

Flujo grama de producción de café

Actividad	Tiempo (min)	Símbolos	Observación
Recepción M.P	30		Recibir la semilla del café
Pesado	20		Escoger las semillas que este en buen estado
clasificación	25		Pesar las semillas que ingresa
Tueste del café	65		Hasta obtener el color adecuado
Control de calidad	10		Controlar el color ,aroma ,sabor
Molienda	45		Obtención de polvo
demora	65		Esperar a que se enfríe el café
transporte	15		Para el empacado
extracción	45		Agua máxima temperatura 175 °C
concentración	55		Eliminar toda el agua
lío filización	720		Congelar el café a -30°C
empacado	45		Colocar endiversos envases
etiquetado	40		Colocar las respectivas etiquetas
Almacenamiento	15		Ubicar en bodega



4.03.04 Activos fijos

Tabla N° 39 Activo fijo

Descripción	N° unidades	Costos	
		Costo unitario	Costo total
Activos fijos			
Terreno	1	8.000,00	8.000,00
Infraestructura	1	12.000,00	12.000,00
Vehículo	1	10.000,00	10.000,00
Total activos fijos			30.000,00
activo fijo	n° unidades	valor unitario	valor total
Maquinaria y equipos			
molinos industrial	2	250	500,00
tostador	1	380	380,00
Envasadora	1	1500	1.500,00
Liofilizador LP 510	1	18,5	18,50
Balanza 100 kg.	2	140	280,00
cucharas de palo	3	10	30,00
Tinas plásticas (150 lt.)	4	15	60,00
Jarras plásticas (2lt.)	3	2	6,00
cedazos	2	5	10,00
mesas	3	20	60,00
baldes plásticos	3	8	24,00
cafeteras	2	25	50,00
Total maquinaria y equipos			2.918,50
Muebles y enseres			
Mesa de trabajo	2	75	150,00
Escritorio	3	100	300,00
Sillas	5	18	90,00
Mesa	1	45	45,00
Estantería	1	240	240,00
Archivador	2	90	180,00
Total muebles y enseres			1.005,00
Equipo de computación			
Computadoras	3	250	750,00
Impresora	1	75	75,00
Teléfono	3	20	60,00
Total equipo de computación			885,00
Equipos de oficina			
Calculadora	2	15,00	30,00
Perforadora	2	2,50	5,00
Grapadora	2	1,50	3,00
Resmas de papel bond	4	4,00	16,00
Esferos gráficos	20	0,15	3,00
Total equipo de oficina			57,00
Total activos			4.865,50

Fuente: elaborado por Lady Chamorro

CAPÍTULO V

Estudio Financiero

(Baca Urbina, 2006, p. 168) define que el estudio financiero pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.

5.01 Ingresos Operacionales

(Buenaventura V, 2011) define que los ingresos son las entradas financieras que percibe la empresa por la actividad realizada. (pág. 134)

Los ingresos operacionales que tendrá el proyecto se muestran en los siguientes cuadros:

5.01.01.01 Materia Prima Directa

Tabla N° 40 Materia Prima (M.P)

Materia prima requerida anualmente					
Producción mensual	Cantidad	Materia prima	Valor unitario	Costo mensual	Costo anual
3.000	1.250	Café	\$ 1,75	\$ 2.187,50	\$ 26.250,00
Total de materia prima				\$ 2.187,50	\$ 26.250,00

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Lady Sofía Chamorro Montalvo, 2014



Para la producción de 3.000 sache mensuales de café se necesitarán 1.250 libras de café en grano, cuyo costo es de \$ 2.187,50.

5.01.01.02 Mano de Obra Directa (M.O.D)

Tabla N° 41 Mano de Obra Directa (M.OD)

Concepto	Sueldo	Décimo	Décimo	Fondos de	Total	Total
	mensual	tercero	cuarto	reserva	mensual	anual
Jefe de producción	450,00	37,50	37,50	36,00	561,00	6.732,00
Obrero	345,00	28,75	28,75	27,60	430,10	5.161,20
Obrero	345,00	28,75	28,75	27,60	430,10	5.161,20
Total mano de obra directa					1.421,20	17.054,40

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Lady Sofía Chamorro Montalvo, 2014

5.01.01.03 Costos Indirectos de Fabricación

Tabla N° 42 Costos Indirectos de Fabricación (C.I.F)

Costos indirectos de fabricación				
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Sache	3.000	\$ 1,45	\$ 4.350,00	\$ 52.200,00
Total costos indirectos			\$ 4.350,00	\$ 52.200,00

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Lady Sofía Chamorro Montalvo, 2014



5.01.02 Ingresos

Tabla N° 43 Ingresos Operacionales

Café	
Costo de producción unitario	\$ 2,65
Utilidad del 85%	\$ 2,25
P.V.P	\$ 4,91
Producción mensual	3.000
Ingreso mensual	\$ 14.723,60
Ingreso anual	\$ 176.683,14

Tabla N° 44 Ingresos proyectados

Ingresos Proyectados			
Años	Ingreso actual (\$)	Tasa del sector manufacturero	Ingreso anual (\$)
(año base) 2014	\$ 176.683,14	-	\$ 176.683,14
2015	\$ 183.220,42	1,037	\$ 183.220,42
2016	\$ 189.999,57	1,037	\$ 189.999,57
2017	\$ 197.029,56	1,037	\$ 197.029,56
2018	\$ 204.319,65	1,037	\$ 204.319,65
2019	\$ 211.879,48	1,037	\$ 211.879,48

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Lady Sofía Chamorro Montalvo, 2014

Tabla N° 45

COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO	
MPD	0,73
MOD	0,47
CIF	1,45
C.U.F	2,65

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Lady Sofía Chamorro Montalvo, 2014

5.01.01 Ingresos no operacionales

El presente proyecto no cuenta con ingresos no operacionales debido a que es una nueva unidad de producción de tal manera que solo tiene ingresos relacionados con el giro de negocio.

5.02 Costos

(Baca Urbina, 2006) define que los costos son un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente o en el futuro o en forma virtual. (pág. 169)

5.02.01 Costo Directo

Tabla N° 46 Costos directos

Costos directos	
Materia prima	\$ 26.250,00
Mano de obra directa	\$ 17.054,40
Total costos directos	\$ 43.304,40

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Lady Sofía Chamorro Montalvo, 2014



5.02.02 Costo Indirecto

Tabla N° 47 Costos indirectos

Concepto	Cantidad	Costo	Costo	Costo
		unitario	mensual	anual
Sache de 400 g	3.000	\$ 0,25	\$ 750,00	\$ 9.000,00
Total costos indirectos			\$ 750,00	\$ 9.000,00

Investigación de campo; Lady Sofía Chamorro Montalvo

5.02.03 Gasto Administrativo

Son los valores a pagar por las actividades de gestión de la microempresa e incluye el costo que está asociado por las funciones del personal.

Tabla N° 48 Gastos administrativos

Gastos administrativos							
Concepto	Cantidad	Sueldo mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Total mensual	Valor anual
Gerente general	1	500	41,67	41,67	40	623,33	7.480,00
Gerente de Marketing	1	400	33,33	33,33	32	498,67	5.984,00
Contador	1	350	29,17	29,17	28	436,33	5.236,00
Secretaria	1	340	28,33	28,33	27,2	423,87	5.086,40
Total	4	1.590,00	132,50	132,50	127,20	1.982,20	23.786,40



Tabla N° 49

Material de aseo				
Concepto	Costo	Cantidad	Trimestral	Anual
Escoba	3,00	2	6,00	24,00
Recogedor	2,00	1	2,00	8,00
Trapeador	4,00	2	8,00	32,00
Desinfectantes	10,00	3	30,00	120,00
Total			46,00	184,00

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Lady Sofía Chamorro Montalvo, 2014

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Suministros de oficina	25,00	300,00
Servicios básicos	40,00	480,00
Total	65,00	780,00

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Lady Sofía Chamorro Montalvo, 2014

Tabla N° 50 Proyección gastos administrativos

Descripción	Inflación	Año base 2014	2015	2016	2017	2018	2019
Gastos del personal							
Gerente general	1,028	7.480,00	7.556,89	7.634,58	7.713,06	7.792,35	7.872,46
Gerente de Marketing		5.984,00	6.045,52	6.107,66	6.170,45	6.233,88	6.297,97
Contador		5.236,00	5.289,83	5.344,21	5.399,14	5.454,65	5.510,72
Secretaria	1,028	5.086,40	5.138,69	5.191,51	5.244,88	5.298,80	5.353,27
Subtotal		23.786,40	24.030,92	24.277,96	24.527,54	24.779,68	25.034,42
Otros gastos							
Suministros de oficina	1,028	300,00	303,08	306,20	309,35	312,53	315,74
Material de aseo	1,028	184,00	185,89	187,80	189,73	191,68	193,65
Servicios básicos	1,028	180,00	181,85	183,72	185,61	187,52	189,44
Subtotal		664,00	670,83	677,72	684,69	691,73	698,84
Total gastos administrativos		24.450,40	24.701,75	24.955,68	25.212,23	25.471,41	25.733,26

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Lady Sofía Chamorro Montalvo, 2014



5.02.04 Gasto de venta

Representa los recursos utilizados para las ventas, es el valor que ha incurrido para comercializar un bien o servicio.

Tabla N° 51 Gastos de venta

Gastos de venta		
Concepto	Valor mensual	Valor anual
Publicidad	15	180
Gigantografía	4	48
Total	19	228

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Lady Sofía Chamorro Montalvo, 2014

Tabla N° 52 Proyección de gasto de ventas

Proyección gasto de ventas							
Descripción	Inflación	Año base	2015	2016	2017	2018	2019
		2014					
Publicidad	1,028	180,00	181,85	183,72	185,61	187,52	189,44
Gigantografía	1,028	48,00	246,72	253,63	260,73	268,03	275,54
Total		228,00	230,34	232,71	235,10	237,52	239,96

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Lady Sofía Chamorro Montalvo, 2014

5.02.05 Costo fijo y variable

Tabla N° 53 Proyección costos anuales

		Años				
N°	Detalle	1	2	3	4	5
	Costos totales (1 + 2)	98.343,54	99.354,51	100.375,88	101.407,74	102.450,21
1	Costos fijos	39.811,14	41.216,94	41.465,85	41.422,31	41.665,64
	Depreciación	3.091,10	3.091,10	3.091,10	2.796,10	2.796,10
	Amortización de inversión	12.753,64	13.913,06	13.913,06	13.913,06	13.902,34
	Sueldos administrativos	23.786,40	24.030,92	24.277,96	24.527,54	24.779,68
	Servicios básicos	180,00	181,85	183,72	185,61	187,52
2	Costos variables	58.532,40	59.134,11	59.742,01	60.356,16	60.976,62
	Materia prima	26.250,00	26.519,85	26.792,47	27.067,90	27.346,16
	Mano de Obra	17.054,40	17.229,72	17.406,84	17.585,78	17.766,56
	Costos indirectos de fabricación	15.000,00	15.154,20	15.309,99	15.467,37	15.626,38
	Ventas	228,00	230,34	232,71	235,10	237,52

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Lady Sofía Chamorro Montalvo, 2014

5.03 Inversiones

Toda empresa al iniciar sus actividades económicas, requiere de activos y de capital de trabajo. A continuación se describe los diferentes tipos de inversiones para el presente proyecto.

5.03.01 Inversión fija

Las inversiones de activos fijos se refiere a la compra de bienes tangibles como por ejemplo: terrenos, edificios, construcciones, vehículos, maquinaria, muebles y equipos de oficina.

5.03.01.02 Inversión de activos nominales

Los activos nominales o diferidos hacen referencia a la inversión de los intangibles (generalmente aspectos legales del cumplimiento obligatorio), como los gastos de constitución, rubro de los permisos, patentes, entre otros.



5.03.02 Capital de trabajo

Toda compañía para un normal funcionamiento, requiere de capital de trabajo que permita cubrir en el corto plazo, los diferentes gastos que siguieran. Dentro de este tipo de inversiones, se puede mencionar: costos de producción y ventas, costos operativos y los gastos administrativos y gastos de venta.

Tabla N° 54 Cuadro de inversiones

Inversión			
Concepto	Uso de fondos	Recursos propios	Recursos financiados
Activos fijos			
Terreno	8.000,00	8.000,00	0,00
Infraestructura	12.000,00	0,00	12.000,00
Vehículo	10.000,00	0,00	10.000,00
Maquinaria y equipos	2.918,50	1.000,00	1.918,50
Muebles y enseres	1.005,00	592,00	413,00
Equipo de computo	885,00	1.000,00	-115,00
Equipo de oficina	57,00	50,00	7,00
Total de activos fijos	34.865,50	10.642,00	24.223,50
Activos diferidos			
Gasto de constitución	1.100,00	1.100,00	0,00
Total activos diferidos	1.100,00	1.100,00	0,00
Capital de trabajo			
Costos de producción	16.680,00	10.000,00	6.680,00
Gasto administrativos	21.908,00	1.000,00	20.908,00
Gasto de venta	2.770,00	1.500,00	1.270,00
Total de capital de trabajo	41.358,00	12.500,00	28.858,00
Total de la inversión	77.323,50	24.242,00	53.081,50
Participación	100,00	31,35	68,65

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Lady Sofía Chamorro Montalvo, 2014

5.03.03 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Como se muestra en la tabla anterior, podemos constatar que la inversión total será de \$ 77.323,50, de la cual el 31,35% será de recursos propios mientras que el 68,65% será financiado a través de un préstamo.



5.03.04 Amortización de financiamiento

Tabla N° 55 Amortización del préstamo

Valores		Resumen del préstamo		
Importe del préstamo	53.081,50		Pago programado	1.159,42
Interés anual	11,20%		Número de pagos programados	60,00
Período del préstamo en años	5,00		Número real de pagos	60,00
Número de pagos anuales	12,00		Total de adelantos	0,00
Fecha inicial del préstamo	15/10/2014		Interés total	16.483,82
Pagos extra opcionales	0,00			
Entidad financiera		Banco de Fomento		

Pago N°	Fecha del pago	Saldo inicial	Pago programado	Pago total	Capital	Intereses	Saldo final
1	15/11/2014	53.081,50	1.159,42	1.159,42	663,99	495,43	52.417,51
2	15/12/2014	52.417,51	1.159,42	1.159,42	670,19	489,23	51.747,31
3	15/01/2015	51.747,31	1.159,42	1.159,42	676,45	482,97	51.070,87
4	15/02/2015	51.070,87	1.159,42	1.159,42	682,76	476,66	50.388,11
5	15/03/2015	50.388,11	1.159,42	1.159,42	689,13	470,29	49.698,97
6	15/04/2015	49.698,97	1.159,42	1.159,42	695,56	463,86	49.003,41
7	15/05/2015	49.003,41	1.159,42	1.159,42	702,06	457,37	48.301,35
8	15/06/2015	48.301,35	1.159,42	1.159,42	708,61	450,81	47.592,74
9	15/07/2015	47.592,74	1.159,42	1.159,42	715,22	444,20	46.877,52



Pago N°	Fecha del pago	Saldo inicial	Pago programado	Pago total	Capital	Intereses	Saldo final
10	15/08/2015	46.877,52	1.159,42	1.159,42	721,90	437,52	46.155,62
11	15/09/2015	46.155,62	1.159,42	1.159,42	728,64	430,79	45.426,98
12	15/10/2015	45.426,98	1.159,42	1.159,42	735,44	423,99	44.691,55
13	15/11/2015	44.691,55	1.159,42	1.159,42	742,30	417,12	43.949,25
14	15/12/2015	43.949,25	1.159,42	1.159,42	749,23	410,19	43.200,02
15	15/01/2016	43.200,02	1.159,42	1.159,42	756,22	403,20	42.443,80
16	15/02/2016	42.443,80	1.159,42	1.159,42	763,28	396,14	41.680,52
17	15/03/2016	41.680,52	1.159,42	1.159,42	770,40	389,02	40.910,11
18	15/04/2016	40.910,11	1.159,42	1.159,42	777,59	381,83	40.132,52
19	15/05/2016	40.132,52	1.159,42	1.159,42	784,85	374,57	39.347,67
20	15/06/2016	39.347,67	1.159,42	1.159,42	792,18	367,24	38.555,49
21	15/07/2016	38.555,49	1.159,42	1.159,42	799,57	359,85	37.755,92
22	15/08/2016	37.755,92	1.159,42	1.159,42	807,03	352,39	36.948,89
23	15/09/2016	36.948,89	1.159,42	1.159,42	814,57	344,86	36.134,32
24	15/10/2016	36.134,32	1.159,42	1.159,42	822,17	337,25	35.312,15
25	15/11/2016	35.312,15	1.159,42	1.159,42	829,84	329,58	34.482,31
26	15/12/2016	34.482,31	1.159,42	1.159,42	837,59	321,83	33.644,72
27	15/01/2017	33.644,72	1.159,42	1.159,42	845,40	314,02	32.799,32
28	15/02/2017	32.799,32	1.159,42	1.159,42	853,29	306,13	31.946,02
29	15/03/2017	31.946,02	1.159,42	1.159,42	861,26	298,16	31.084,76
30	15/04/2017	31.084,76	1.159,42	1.159,42	869,30	290,12	30.215,47
31	15/05/2017	30.215,47	1.159,42	1.159,42	877,41	282,01	29.338,06
32	15/06/2017	29.338,06	1.159,42	1.159,42	885,60	273,82	28.452,46
33	15/07/2017	28.452,46	1.159,42	1.159,42	893,87	265,56	27.558,59
34	15/08/2017	27.558,59	1.159,42	1.159,42	902,21	257,21	26.656,38
35	15/09/2017	26.656,38	1.159,42	1.159,42	910,63	248,79	25.745,75
36	15/10/2017	25.745,75	1.159,42	1.159,42	919,13	240,29	24.826,62



Pago N°	Fecha del pago	Saldo inicial	Pago programado	Pago total	Capital	Intereses	Saldo final
37	15/11/2017	24.826,62	1.159,42	1.159,42	927,71	231,72	23.898,92
38	15/12/2017	23.898,92	1.159,42	1.159,42	936,37	223,06	22.962,55
39	15/01/2018	22.962,55	1.159,42	1.159,42	945,10	214,32	22.017,45
40	15/02/2018	22.017,45	1.159,42	1.159,42	953,93	205,50	21.063,52
41	15/03/2018	21.063,52	1.159,42	1.159,42	962,83	196,59	20.100,69
42	15/04/2018	20.100,69	1.159,42	1.159,42	971,82	187,61	19.128,88
43	15/05/2018	19.128,88	1.159,42	1.159,42	980,89	178,54	18.147,99
44	15/06/2018	18.147,99	1.159,42	1.159,42	990,04	169,38	17.157,95
45	15/07/2018	17.157,95	1.159,42	1.159,42	999,28	160,14	16.158,67
46	15/08/2018	16.158,67	1.159,42	1.159,42	1.008,61	150,81	15.150,06
47	15/09/2018	15.150,06	1.159,42	1.159,42	1.018,02	141,40	14.132,04
48	15/10/2018	14.132,04	1.159,42	1.159,42	1.027,52	131,90	13.104,52
49	15/11/2018	13.104,52	1.159,42	1.159,42	1.037,11	122,31	12.067,41
50	15/12/2018	12.067,41	1.159,42	1.159,42	1.046,79	112,63	11.020,61
51	15/01/2019	11.020,61	1.159,42	1.159,42	1.056,56	102,86	9.964,05
52	15/02/2019	9.964,05	1.159,42	1.159,42	1.066,42	93,00	8.897,63
53	15/03/2019	8.897,63	1.159,42	1.159,42	1.076,38	83,04	7.821,25
54	15/04/2019	7.821,25	1.159,42	1.159,42	1.086,42	73,00	6.734,82
55	15/05/2019	6.734,82	1.159,42	1.159,42	1.096,56	62,86	5.638,26
56	15/06/2019	5.638,26	1.159,42	1.159,42	1.106,80	52,62	4.531,46
57	15/07/2019	4.531,46	1.159,42	1.159,42	1.117,13	42,29	3.414,33
58	15/08/2019	3.414,33	1.159,42	1.159,42	1.127,55	31,87	2.286,78
59	15/09/2019	2.286,78	1.159,42	1.159,42	1.138,08	21,34	1.148,70
60	15/10/2019	1.148,70	1.159,42	1.148,70	1.137,98	10,72	0,00

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Lady Sofía Chamorro Montalvo, 201



5.03.05 Depreciaciones

Tabla N° 56 Depreciaciones

Depreciaciones							
Activo	Valor de compra	Vida del proyecto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vehículo	\$ 10.000,00	5	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Maquinaria y equipos	\$ 2.918,50	5	\$ 583,70	\$ 583,70	\$ 583,70	\$ 583,70	\$ 583,70
Muebles y enseres	\$ 1.005,00	5	\$ 201,00	\$ 201,00	\$ 201,00	\$ 201,00	\$ 201,00
Equipo de computo	\$ 885,00	3	\$ 295,00	\$ 295,00	\$ 295,00		
Equipo de oficina	\$ 57,00	5	\$ 11,40	\$ 11,40	\$ 11,40	\$ 11,40	\$ 11,40
Valor total			\$ 3.091,10	\$ 3.091,10	\$ 3.091,10	\$ 2.796,10	\$ 2.796,10

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Lady Sofía Chamorro Montalvo, 2014.



5.03.06 Estado de situación inicial

Tabla N° 57 Estado de situación inicial

Café		
Estado de Situación Inicial		
Activos		\$ 35.965,50
Activo corriente	\$ 0,00	
Bancos		
Activo fijo	\$ 34.865,50	
Maquinarias	\$ 2.918,50	
Muebles y enseres	\$ 1.005,00	
Equipo de computación	\$ 885,00	
Equipo de oficina	\$ 57,00	
Vehículo	\$ 10.000,00	
Terreno	\$ 8.000,00	
Infraestructura	\$ 12.000,00	
Activo diferido	\$ 1.100,00	
Gastos de constitución	\$ 1.100,00	
Pasivos		\$ 53.081,50
Pasivo corriente	\$ 53.081,50	
Prestamo bancario por pagar	\$ 53.081,50	
Patrimonio		\$ 24.242,00
Capital	\$ 24.242,00	
Total pasivo + patrimonio		\$ 77.323,50

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Lady Sofía Chamorro Montalvo, 2014



5.03.07 Estado de resultados proyectados

Baca Urbina (2006) La finalidad del análisis del estado de resultados o también llamado de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos del efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta (pág. 181).

Tabla N° 58 Estado de resultados proyectado

Estado de resultado proyectado						
Descripción	2014 año base	2015	2016	2017	2018	2019
VENTAS		183.220,42	189.999,57	197.029,56	204.319,65	211.879,48
- Costos de producción		69.576,30	69.576,30	70.291,54	71.014,14	71.744,17
= Utilidad bruta en ventas		180.406,18	113.644,12	119.708,03	126.015,41	132.575,48
- Gastos administrativos		21.908,00	21.908,00	17.108,28	17.587,31	18.079,75
- Gastos de venta		756,00	756,00	1.331,55	1.368,83	1.407,16
- Depreciaciones		3.091,10	3.091,10	3.232,30	3.232,30	2.997,30
- Amortizaciones		12.753,64	12.753,64	13.913,06	13.913,06	13.913,06
= Utilidad operacional		38.508,74	38.508,74	35.585,19	36.101,50	36.397,27
± Otros gastos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- Gasto financiero		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
= Utilidad antes de part. e imp.		141.897,43	75.135,37	84.122,83	89.913,91	96.178,21
- 15 % participación trabajadores		21.284,62	11.270,31	12.618,43	13.487,09	14.426,73
= Utilidad antes de impuestos		120.612,82	63.865,07	71.504,41	76.426,82	81.751,48
- 22 % Impuesto a la renta		26.534,82	14.050,32	15.730,97	16.813,90	17.985,33
= Utilidad neta del ejercicio		94.078,00	49.814,75	55.773,44	59.612,92	63.766,15

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Lady Sofía Chamorro Montalvo, 2014



5.03.08 Flujo de caja

Tabla N° 59 Flujo de caja proyectado

Descripción	2014 año base	2015	2016	2017	2018	2019
VENTAS		\$ 183.220,42	\$ 189.999,57	\$ 197.029,56	\$ 204.319,65	\$ 211.879,48
- Costos de producción		\$ 98.343,54	\$ 92.343,54	\$ 70.291,54	\$ 71.014,14	\$ 71.744,17
= Utilidad bruta en ventas		\$ 151.638,93	\$ 90.876,87	\$ 119.708,03	\$ 126.015,41	\$ 132.575,48
- Gastos administrativos		\$ 16.642,29	\$ 16.642,29	\$ 17.108,28	\$ 17.587,31	\$ 18.079,75
- Gastos de venta		\$ 1.295,28	\$ 1.295,28	\$ 1.331,55	\$ 1.368,83	\$ 1.407,16
- Depreciaciones		\$ 3.232,30	\$ 3.232,30	\$ 3.232,30	\$ 3.232,30	\$ 2.997,30
- Amortizaciones		\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00
= Utilidad operacional		\$ 21.389,87	\$ 21.389,87	\$ 21.892,13	\$ 22.408,44	\$ 22.704,21
± Otros gastos		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
- Gasto financiero		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
= Utilidad antes de part. e imp.		\$ 130.249,06	\$ 69.487,00	\$ 97.815,90	\$ 103.606,97	\$ 109.871,27
- 15 % participación trabajadores		\$ 19.537,36	\$ 10.423,05	\$ 14.672,38	\$ 15.541,05	\$ 16.480,69
= Utilidad antes de impuestos		\$ 110.711,71	\$ 59.063,95	\$ 83.143,51	\$ 88.065,93	\$ 93.390,58
- 22 % Impuesto a la renta		\$ 24.356,58	\$ 12.994,07	\$ 18.291,57	\$ 19.374,50	\$ 20.545,93
= Utilidad neta del ejercicio		\$ 86.355,13	\$ 46.069,88	\$ 64.851,94	\$ 68.691,42	\$ 72.844,65
- Depreciaciones		\$ 3.091,10	\$ 3.091,10	\$ 3.091,10	\$ 3.091,10	\$ 2.796,10
- Amortizaciones		\$ 12.753,64	\$ 12.753,64	\$ 13.913,06	\$ 13.913,06	\$ 13.913,06
Inversión inicial	(\$ 77.323,50)					
- Capital de trabajo	(\$ 41.358,00)					
= Flujo de caja del periodo	(\$ 118.681,50)	\$ 30.225,14	\$ 47.847,78	\$ 51.687,26	\$ 56.135,49	\$ 60.307,64

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Lady Sofía Chamorro Montalvo, 2014

5.04 Evaluación financiera

Después del estudio financiero se procederá a la evaluación financiera que permite conocer si el proyecto es viable y rentable en base a determinados indicadores financieros.

5.04.01 TMAR (Tasa de descuento)

La tasa de descuento es la suma de la tasa activa más la tasa pasiva.

Tabla N° 60 Tasa de descuento

TMAR	
Concepto	Porcentaje
Tasa activa	11,20%
Tasa pasiva	4,53%
TMAR	15,73%

Investigación de campo; Lady Sofía Chamorro Montalvo, 2014

5.04.02 VAN (Valor actual neto)

Baca Urbina (2006) señala que el VAN es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. (pág. 221)

Tabla N° 61 Valor actual neto

Cálculo del VAN	
Concepto	Valor
Tasa	15,73%
Inversión	(\$ 77.323,50)
2015	\$ 30.225,14
2016	\$ 47.847,78
2017	\$ 51.687,26
2018	\$ 56.135,49
2019	\$ 60.307,64
VAN	\$ 67.577,66

Investigación de campo; Lady Sofía Chamorro Montalvo, 2014

Análisis: como se puede observar, el proyecto en su vida útil tiene un valor actual neto de \$ 67.577,66 de una inversión de \$ 77.323,50, por lo tanto el indicador es aceptable.

5.04.03 TIR (Tasa interna de retorno)

Baca Urbina (2006) afirma que la TIR es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Es la tasa de descuento por la cual en VAN es igual a cero (pág. 224).

Tabla N° 62 Tasa interna de retorno

Cálculo de la TIR	
Concepto	Valor
Inversión	(\$ 77.323,50)
2015	\$ 30.225,14
2016	\$ 47.847,78
2017	\$ 51.687,26
2018	\$ 56.135,49
2019	\$ 60.307,64
TIR	49%

Investigación de campo; Lady Sofía Chamorro Montalvo, 2014

Análisis.- Como se observa la TIR tiene un valor del 49% lo cual indica que el proyecto es viable, ya que está dentro de los parámetros establecidos.

5.04.04 PRI (Período de recuperación de la inversión)

Como su nombre lo indica, determina el tiempo (años, meses y días) en el cual el inversionista recupera el valor invertido.

Tabla N° 63 Período de recuperación de la inversión

Cálculo del período de recuperación de la inversión				
Años	Flujos de efectivo	Factor de actualización	Flujos actualizados	Flujos acumulados
2015	\$ 30.225,14	0,86	\$ 30.226,00	\$ 30.226,00
2016	\$ 47.847,78	0,74	\$ 47.848,52	\$ 78.074,52
2017	\$ 51.687,26	0,63	\$ 51.687,89	
2018	\$ 56.135,49	0,55	\$ 56.136,04	
2019	\$ 60.307,64	0,47	\$ 60.308,11	
La inversión se recupera el segundo año				

Investigación de campo; Lady Sofía Chamorro Montalvo, 2014

5.04.05 RBC (Relación costo beneficio)

Permite determinar la ganancia que el gestor del proyecto obtiene por cada dólar de inversión, es el resultado de la sumatoria de los flujos actualizados para el total invertido.

Tabla N° 64 Relación costo beneficio

Años	Flujos
2015	\$ 30.225,14
2016	\$ 47.847,78
2017	\$ 51.687,26
2018	\$ 56.135,49
2019	\$ 60.307,64
Suma total	\$ 246.203,31
Ganancias por cada dólar	\$ 3,18

Investigación de campo; Lady Sofía Chamorro Montalvo, 2014

Análisis.- Como se observa que por cada dólar invertido en el proyecto se obtiene de ganancia \$ 3,18.

5.04.06 Punto de equilibrio

Es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.

Tabla N° 65 Punto de equilibrio

Ventas (Ingresos totales)	176.683
Precio por unidad	4,02
Costos fijos	39.811
Costos variables	52.532
Costo variable por unidad	2,65

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Lady Chamorro.

Una fórmula práctica para este cálculo es:

$$\frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio por unidad} - \text{Costo variable por unidad}}$$

Reemplazando valores en la fórmula tenemos:

$$\frac{39.811}{4,02 - 2,65}$$

El resultado obtenido se interpreta como las ventas necesarias para que la empresa opere sin pérdidas ni ganancias, si las ventas del negocio están por debajo de esta cantidad, la empresa pierde, y por encima de la cifra mencionada, son utilidades para la empresa.

5.05 Análisis de índices financieros

Baca Urbina (2006) afirma que, este tipo de análisis no toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y no están relacionados en forma directa con el

análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa (pág. 232).

5.05.01 Razón de endeudamiento

Señala el grado de endeudamiento del activo total con recursos de terceros.

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{53.081,50}{35.965,50}$$

$$\text{Endeudamiento} = 1,48$$

Análisis.- El grado de endeudamiento del activo total con recursos de terceros está dentro de los parámetros normales.



5.05.02 ROE (Rentabilidad del patrimonio)

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{69.487,00}{24.242,00}$$

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = 2,87$$

Análisis.- La rentabilidad sobre el patrimonio es positiva, lo que significa que el patrimonio en los próximos años crecerá.

5.05.03 ROA (Rentabilidad del activo)

$$\text{Rentabilidad del activo} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Total de activos}}$$

$$\text{Rentabilidad del activo} = \frac{69.487,00}{35.965,50}$$

$$\text{Rentabilidad del activo} = 1,93$$

Análisis.- El activo genera una buena rentabilidad para la empresa.

5.05.04 ROI (Rentabilidad de la inversión)

Señala la rentabilidad sobre la inversión realizada por los accionistas o dueños de la empresa.

$$\text{Rentabilidad de la inversión} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{Rentabilidad de la inversión} = \frac{69.487,00}{77.323,50}$$

$$\text{Rentabilidad de la inversión} = 0,90$$

Análisis.- La rentabilidad se encuentra dentro de los parámetros establecidos.

CAPITULO VI

Análisis de Impacto

6.01 Impacto Ambiental

COFFE FRESH podría ocasionar problemas ambiental .El cultivo de café es el sustento de muchos de trabajadores y familias, que recogen más de cientos de toneladas del grano anualmente. Por lo que se vuelve un monocultivo afectando a las tierras por la deforestación y contaminación del ambiente por los pesticidas utilizados afectando la biodiversidad, ya que dichos bosques juegan un importante papel ecológico al proteger la dinámica atmosférica, afectando la calidad del agua y las especies silvestres, aspectos relacionados con la calidad de vida fundamentalmente de los pobladores de la parroquia La Carolina.

Para la obtención del grano se estima el uso de entre 40 y 60 litros de agua para la obtención de 1 Kg. seco en las volúmenes importantes de agua. Con los métodos de actividades de transporte, despulpe, fermentación, clasificación y lavado, otros de los factores que afectara es el ruido de las maquinarias a los colaboradores de la empresa.

Soluciones:

La evitar un mayor fuerte impacto ambiental la empresa COFFE FRESH tomara medidas de prevención tales como:

- ✓ Uso eficiente del agua

Instala dispositivos ahorradores res de agua limitadores de presión en grifos.

Arreglar los goteos de los grifos, para así evitar pérdidas de agua.

✓ Gestión de residuos

Los residuos que salen de la producción (cascara) serán reutilizados como abono orgánico para los cafeticultores, y de esta forma evitar una erosión fuerte hacia los suelos.

✓ Ruido

En vista que la maquinaria a utilizar generara gran cantidad de ruido la empresa COFEE FRESH implementara un Reglamento Interno de Seguridad y Salud Ocupacional para adoptar las medidas de prevención de los riesgos que pueden afectar a la salud y al bienestar de los trabajadores en los lugares de trabajo de su responsabilidad ,de igual manera no afectara a la población por lo que estará ubicada en zona rural de la parroquia La Carolina, de esta manera no ocasionara mayor impacto de ruido hacia la población.

6.02 Impacto Económico

La implementación de esta empresa genera un crecimiento económico tanto para el inversionista como para sus colaboradores, ya que se convierte en una fuente de empleo y por ende es generadora de ingresos.

El impacto que ocasiona la organización es que contribuye con el desarrollo

De la comunidad, a las familias de los cafeticultores y de esta manera mejorar su calidad de vida, a su vez cambiando la matriz productiva del país.

En cuanto a lo comercial el propósito es lograr una expansión a nivel nacional como internacional, con estrategias de ingreso al mercado ofreciendo un producto de calidad.

6.03 impacto productivo

En la actualidad se ha enfatizado sobre el plan nacional del buen vivir con el fin de cambiar la matriz productiva, donde la economía local se convierta en una economía de producción con valor agregado a fin de lograr una sustitución de importaciones con la ampliación de las exportaciones.

El cambio de la matriz productiva favorece a la producción nacional ya que se les otorga mayor valor a los productos nacionales, brindando mayor beneficio a las pequeñas y medianas empresas (PYMES), con lo cual da mayor oportunidad de crecimiento, ingreso a los mercados y siendo generadores de empleo.

6.04 Impacto Social

Con la implementación de este nuevo proyecto representa nuevas oportunidades de progreso, para el inversionista, asociación de cafetaleros colaboradores, proveedores la parroquia La Carolina ya que para ellos se genera un mayor ingreso, es decir, busca crecer como empresa y generar fuentes de empleo que contribuyan a mejorar la calidad de vida a las familias y lograr la satisfacción de la sociedad.

Como parte de la responsabilidad social: implementar un mantenimiento productivo total (TPM), cumpliendo con los estándares de calidad, de que los procesos no dañen el ambiente y garantizando el bienestar de todos los consumidores.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 CONCLUSIONES

- En conclusión, que el café es un producto de consumo masivo que constituye uno de los productos de mayor aceptación en todos los estratos sociales y económicos, y que se puede implementar una microempresa en la parroquia La Carolina, tomando en cuenta directrices y requerimientos de los potenciales consumidores.
- El estudio de mercado estableció cuatro ejes principales, demanda, oferta, precio y comercialización que permitieron conocer al consumidor y sus expectativas con respecto al producto, también permitió conocer los competidores potenciales e investigar un mercado mayor dentro de supermaxis, tiendas, bodegas y distribuidores con esto la venta del producto puede alcanzar mayor rentabilidad.
- De acuerdo a las encuestas realizadas el café mayor comercializado es: en presentación de café soluble en saché, por tal motivo la empresa COFEE FRESH elaborará este tipo de producto, implementando el proceso de liofilización o deshidrocongelación que es un proceso donde se congela el producto y posteriormente se introduce en una cámara de vacío para realizar la separación del agua.
- El análisis de los indicadores financieros permitió determinar la viabilidad y conveniencia de aplicar este estudio, por cuanto el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, la rentabilidad, el flujo de caja y otros expresan valores

positivos, y el período de recuperación calculado es de dos años, con precios competitivos.

7.02 RECOMENDACIONES

- La microempresa COFFE FRESH debe estar concebida bajo normativas legales y ambientales donde las personas que integren la producción deben conocer la misión y visión e identificarse para cumplir con responsabilidad buscando el bien común dentro de un entorno sustentable.
- Mantener alianzas estratégicas con los cafecultores de la zona y proveedores para conseguir beneficios crediticios para tener la posibilidad de no verse en riesgos al depender de un solo proveedor, la diversificación podría dar una ventaja competitiva con los otros productores.
- Vigilar constantemente los procesos de producción, ya que puede ser necesaria la implementación de maquinaria nueva y personal, para cubrir con las necesidades de la empresa.
- La organización debe realizar evaluaciones financieras periódicamente de su desempeño una vez que haya arrancado sus operaciones. Es importante considerar que los cálculos elaborados con fines de este estudio, son estimaciones en base a información correspondiente al periodo.
-

7.02 BIBLIOGRAFÍA

- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR . (2013).
<http://www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica>. Recuperado el 2014, de *<http://www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica>*:
- BANCO NACIONAL DE FOMENTO. (23 de SEPTIEMBRE de 2014).
<http://www.bnc.com.ve/personas/creditos/microcredito.html>. Recuperado el 15 de SEPTIEMBRE de 2014, de *<http://www.bnc.com.ve/personas/creditos/microcredito.html>*:
- COFENAC. (25 de ENERO de 2013). *<http://www.cofenac.org/>*. Recuperado el 10 de SEPTIEMBRE de 2014, de *<http://www.cofenac.org/>*
- DEHIDALGO, U. A. (2007).
http://www.uaeh.edu.mx/nuestro_alumnado/icap/licenciatura/documentos/Buenas%20practicas%20de%20manufactura.pdf.
- MAGAP. (25 de SEPTIEMBRE de 2014). *<http://www.agricultura.gob.ec/>*. (MAGAP, Editor, & M. D. AGRICULTURA, Productor) Recuperado el 2014, de

7.03 ANEXOS

LA MAQUINARIA A UTILIZAR LIOFILIZADOR

Figura N° 43 LIOFILIZADOR



Panel completo vacío con indicaciones de control, sensores de temperatura y monitoreo de productos.

Software propio y la monitorización remota través de Internet
Cámara de secado y condensador

Opcional hasta -85°C y el aumento de número de bandejas.

Congelamiento de sistema de cierre el sistema de botellas.

Figura N° 44 MOLINO INDUSTRIAL



Figura N° 45 Tostadora de café TKM-SX 1 Eléctrico



Tabla N° 66

Capacidad:	De 500 gr a 1.000 gr
Tiempo de tostado:	10 Min. Normal 12 Min. Oscuro
Kg./hora:	6 Normal 5 Oscuro
Medidas:	73x81x100 Cm.
Peso:	82 Kg.