



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE PERA, UBICADA EN LA
COMUNIDAD DE CÚNQUER, CANTÓN BOLÍVAR,
PROVINCIA DEL CARCHI”**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA: DÍAZ TANICUCHI ANA MERCEDES

DIRECTOR DE TESIS: Dr. FAUSTO LIMA.

Ibarra, Marzo 2012

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto ha sido realizado para determinar la factibilidad de crear una microempresa productora y comercializadora de pera en la comunidad de Cúnquer, Cantón Bolívar Provincia del Carchi, el cual permitirá conocer las oportunidades y riesgos que pueden presentarse en su ejecución. Para ello se ha realizado un diagnóstico situacional que permita conocer la situación actual del sector, es decir en que condiciones se encuentra la producción, cuales son las estrategias de comercialización, si el sector cuenta con los servicios básicos, que tipo de clima posee el lugar. También se ha tomado como guía para el desarrollo del proyecto las bases teóricas que este relacionado con el tema. Con el estudio de mercado se logró conocer la necesidad que padece el mercado por la escasez que existe del producto llegando a cuantificar el nivel de oferta y demanda que existe, como también la necesidad por parte de los consumidores por adquirir el producto ya que la oferta del mismo a nivel local es muy reducida y de mala calidad. Para decidir la mejor opción del lugar en donde se desarrollará el proyecto, se realizó un estudio técnico que determinó la ubicación óptima del proyecto determinando a la comunidad de Cúnquer como lugar estratégico de creación de la microempresa, debido a que posee condiciones favorables a su implantación, de igual forma para una mejor garantía del trabajo es importante la constitución legal y administrativa de la microempresa. De acuerdo al estudio económico financiero se determina que la inversión inicial del proyecto es de 44.954 dólares, los cuales serán cubiertos de la siguiente manera el 30% es capital propio y el 70% financiado, luego de un análisis de los ingresos costos y gastos se estructuró los estados financieros para conocer y demostrar la factibilidad del proyecto. Con todo lo manifestado anteriormente, se determina la factibilidad para la puesta en marcha del proyecto. De igual manera los resultados de los impactos generan un nivel positivo lo que quiere decir que la creación de la microempresa es favorable para el sector porque brinda muchas ventajas positivas.

THE SUMMARIZE EXECUTIVO

The present project has been carried out to determine the feasibility of creating a microenterprise producer and pear commercialization in the community of Cúnquer Canton Bolívar County of the Carchi, which will allow to know the opportunities and risks that can be presented in its execution. For he/she has been carried out it that is to say a situational diagnosis that allows to know the current situation of the sector, in that condition he/she is the production which you/they are the commercialization strategies, if the sector has the basic service that climate type poseses the place. He/she has also taken as guide for the development of the project the theoretical bases that this related with the topic. With the market study you achievement to know the necessity that he/she suffers the market for the escases that exists of the product ending up quantifying the offer level and it demands that it exists, as well as the necessity on the part of the consumers to acquire the product since the offer from the same one to local level is reduced my and of bad quality. To decide the best option in the place where the project you was developed I carry out a technical study that I determine the good location of the project determining to the community of Cúnquer like strategic place of creation of the microenterprise since poseses favorable conditions to its installation, of equal it forms for a better guarantee of the work it is important the legal and administrative constitution of the microenterprise According to the financial economic study it is determined that the initial investment of the project is of 44.954 dollars, which will be covered with the following way 30% are capital own and 70 financed%, after an analysis of the revenues costs and expenses you structures the financial states to know and to demonstrate the feasibility of the project. With all that manifested previously, the feasibility is shown for the setting in march of the project. In a same way the results of the impacts generate a positive level what means that the creation of the microenterprise is favorable for the sector because it offers many positive advantages.

AUTORÍA

Yo, Díaz Tanicuchí Ana Mercedes, portadora de la cédula de ciudadanía 100210006, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.

ANA DÍAZ TANICUCHÍ

CI. No.1002100061

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Díaz Tanicuchí Ana Mercedes, con cédula de identidad Nro. 100210006, para optar por el Título de **INGENIERA COMERCIAL**. cuyo tema es: “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PERA, UBICADA EN LA COMUNIDAD DE CÚNQUER, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI**”, considero el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra al 1 día del mes de marzo del 2012.

Firma

DR. FAUSTO LIMA

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, DÍAZ TANICUCHÍ ANA MERCEDES, con cédula de identidad Nro. 1002100061, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PERA, UBICADA EN LA COMUNIDAD DE CÚNQUER, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA COMERCIAL**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

.....

Ana Mercedes Díaz Tanicuchí

CI.No.1002100061

Ibarra, al 1 día del mes de marzo del 2012



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1002100061		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Díaz Tanicuchí Ana Mercedes		
DIRECCIÓN:	Barrio Las Palmas Calle Otto Torres 1-40		
EMAIL:	anydiazt@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062 602 608	TELÉFONO MÓVIL:	086498807

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PERA, UBICADA EN LA COMUNIDAD DE CÚNQUER, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI”
AUTORA :	Díaz Tanicuchí Ana Mercedes
FECHA: AAAAMMDD	2012-03-01
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	

PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA COMERCIAL
ASESOR /DIRECTOR:	DR. FAUSTO LIMA

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, DÍAZ TANICUCHÍ ANA MERCEDES, con cédula de identidad Nro. 1002100061, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, al 1 día del mes de Marzo del 2012.

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

(Firma).....

Nombre:

Nombre: Lic. XimenaVallejos

C.C.:

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Con infinito amor.

A mi madre y mi hija por el apoyo y estímulo que me supieron brindar, para que hoy se vea plasmado con este trabajo la culminación de mis estudios superiores, en un feliz término de una etapa más de mi vida.

ANITA

AGRADECIMIENTO

Deseo reconocer y expresar mi gratitud a los catedráticos de la Universidad Técnica del Norte, Facultad Ciencias Administrativas y Económicas de la Carrera de Ingeniería Comercial, quienes supieron guiarme y transmitirme su conocimiento desde las aulas de tan prestigiosa Institución.

Un agradecimiento muy especial al Dr. Fausto Lima, por haberme guiado de manera acertada en la elaboración del presente trabajo de grado.

ANITA

PRESENTACIÓN

En el trabajo realizado se pudo determinar la factibilidad del proyecto de la creación de una microempresa de producción y comercialización de pera en la Comunidad de Cúnquer de la Parroquia los Andes Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, tomando en cuenta que la pera es una fruta muy acogida en el mercado, contiene un gran nivel nutricional. La pera es una fruta que en la provincia del Carchi no se cultiva lo que radica que exista una escases del producto.

Por lo anteriormente mencionado nace la idea de la creación de la microempresa de producción y comercialización de pera con la finalidad de tener éxito en el proyecto se ha realizado un estudio de factibilidad analizando los siguientes capítulos.

Capítulo I Diagnóstico: Dentro del diagnóstico se analiza la situación actual del sector en donde se va a crear la microempresa, permitiendo conocer los beneficios que tiene el sector.

Capítulo II Marco Teórico: En este capítulo se contextualizó los términos técnicos de la investigación para fundamentar el desarrollo del trabajo.

Capítulo III Estudio de Mercado: Aquí se analizó los resultados que se obtiene de encuestas, entrevistas que se realizaron para tener información que servirán como sustento para conocer la oferta y la demanda del producto y los precios que actualmente tiene el mercado, con estos resultados se establece el pronóstico del mercado.

Capítulo IV Estudio Técnico: A través del estudio técnico se determina la localización óptima del proyecto, la distribución y diseño de la planta, que utilizará la microempresa para ser eficientes en la producción y comercialización de la pera.

Capítulo V Estudio Financiero: En el estudio económico financiero se analiza las inversiones del proyecto para posteriormente aplicar evaluadores financieros y determinar la factibilidad.

Capítulo VI Organización de la Microempresa: En este capítulo se plantea el modelo administrativo con el que se trabajará, tomando como base la visión, misión, el orgánico estructural y funcional de la nueva unidad económica.

Capítulo VII Impactos: Este capítulo es de gran importancia porque analiza los impactos que ocasiona la creación de la microempresa como son: socioeconómico, ambiental y empresarial, que influirá en el desarrollo del presente proyecto.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
THE SUMMARIZE EXECUTIVE	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACION	v
CESIÓN DE DERECHOS	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE GENERAL	xiii
ÍNDICE DE CUADROS	xx
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiii
ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS	xxiii
INTRODUCCIÓN	24
JUSTIFICACIÓN	25
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	26
METODOLOGÍA	27

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes	28
Objetivos	30
Variables diagnósticas	
Indicadores de las variables	31
Matriz de relación diagnóstica	32
Desarrollo operativo del diagnóstico	34
Identificación de la Población	
Identificación de la Muestra	
Instrumentos de Recolección de Información	35
Información Primaria.	
Información Secundaria	
Tabulación y presentación de resultados	35
Resultado de Encuestas realizadas a la Comunidad de Cúnquer	36
Determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.	44

Aliados	
Oponentes.	
Oportunidades	45
Riesgos.	
Identificación del problema	46

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

La pera	47
Características Generales de la Pera	
Composición Química	48
Condiciones Ambientales para el Cultivo de la Pera	
Variedades de la pera	49
Sistemas de Cultivo	
La Poda de la planta	
Sistema de Abonamiento de la Planta	50
Plagas y Enfermedades que Atacan al Producto	51
Temporada de Cosecha	
Microempresa	
Importancia	52
Características Generales	
Visión	53
Misión	
Estructura Organizativa	54
Aspectos del mercado	
Estudio de Mercado	
Demanda	55
Oferta.	
Producto.	

Mercado.	
Precio	56
Promoción	57
Publicidad	
Comercialización.	58
Aspectos técnicos	59
Localización Óptima del Proyecto.	
Macro localización del Proyecto	
Micro localización del Proyecto	60
Aspectos financieros	
Balance General	
Balance de Resultados	61
Estado de Flujo de Efectivo o de Fondos.	
Valor Presente Neto.	
Tasa Interna de Rendimiento.	62
Punto Equilibrio.	63

CAPÍTULO III ESTUDIO DE MERCADO

Presentación.	65
Identificación del producto	
Propiedades generales	
Composición Nutricional	67
Mercado meta	68
Análisis de la demanda	
Comportamiento actual de la demanda	79
Proyección de la demanda	
Análisis de la oferta	81
Oferta actual	

Proyección de la oferta	85
Balance demanda oferta	
Demanda insatisfecha	86
Análisis de precios.	87
Plan comercialización	87
Estrategias de producto	
Estrategias de promoción	88
Estrategias de precio	89
Estrategias de plaza o distribución	90
Conclusiones del estudio	91

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Presentación	92
Localización Óptima del Proyecto	
Macro localización	93
Micro localización	94
Tamaño del proyecto	95
Capacidad del proyecto.	96
Distribución de la Planta	98
Proceso de producción.	101
Diagrama de Bloque	106
Flujograma de Producción	107
Presupuesto de Inversiones	109
Inversión Fija	
Inversión Diferida	113
Inversión Variable	

CAPÍTULO V
ESTUDIO FINANCIERO

Estructura de la Inversión	115
Ingresos.	
Egresos	118
Costos de Producción.	
Gastos Administrativos.	125
Gastos de Ventas	128
Gastos Financieros	131
Resumen de Costos y Gastos	
Financiamiento	132
Depreciación y Amortización	134
Estados Financieros	135
Balance de Arranque	136
Estado de Resultados	137
Flujo de Caja con Protección	138
Evaluación financiera	139
Coste de Oportunidad y tasa de rendimiento medio	
Valor Actual Neto	140
Tasa Interna de Retorno	141
Recuperación de la Inversión con Valores Corrientes	143
Recuperación de la Inversión con Valores Constantes	
Beneficio Costo	145
Punto de Equilibrio del Proyecto	146
Sensibilidad del proyecto	147
Resumen de la evaluación financiera	149

CAPÍTULO VI
ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

Aspecto estratégico de la Microempresa	150
Nombre de la Microempresa	
Misión	
Visión	
Objetivos de la microempresa	151
Políticas de la microempresa	
Principios y Valores	152
Aspecto organizativo	153
Organización Estructural	154
Niveles Administrativos	155
Nivel directivo	
Nivel Auxiliar	
Nivel Operativo	
Aspecto legal de funcionamiento	159
El registro único de contribuyente (RUC)	
Permiso de funcionamiento	160

CAPÍTULO VII
IMPACTOS

Impacto socioeconómico	162
Impacto ambiental	163
Impacto empresarial	164
Impacto general	165
CONCLUSIONES	166
RECOMENDACIONES	167
BIBLIOGRAFÍA	168
ANEXOS	171

ÍNDICE DE CUADROS

Nro.	PÁG.
1. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	33
2. COMPOSICIÓN FAMILIAR	36
3. GENERACIÓN DE INGRESOS	37
4. TIPO DE ACTIVIDAD	38
5. SERVICIOS BÁSICOS	39
6. PRODUCTOS CULTIVADOS	40
7. DESTINO DE LA PRODUCCIÓN	41
8. CONDICIONES AMBIENTALES	42
9. ACEPTACIÓN DE LA MICROEMPRESA	43
10. INFORMACIÓN NUTRICIONAL	67
11. COMERCIALIZACIÓN DE PERA	70
12. CANTIDAD DE COMPRA	71
13. PRECIO DE COMPRA	72
14. CALIDAD DEL PRODUCTO	73
15. FACTOR DE COMPRA	74
16. ABASTECIMIENTO DE LA PRODUCCIÓN	75
17. ORIGEN DEL PRODUCTO	76
18. PROVEEDOR DE PERA	77
19. INCREMENTO DE PROVEEDORES	78
20. COMPOSICIÓN QUÍMICA	78
21. CONSUMO ACTUAL DE PERA	79
22. CÁLCULO DEL ÍNDICE DE CRECIMIENTO	80
23. CONSUMO FUTURO	81
24. OFERTA ACTUAL	84

25. PROYECCIÓN DE LA OFERTA	85
26. DEMANDA VS OFERTA	86
27. DAMANDA POTENCIAL A SATISFACER	86
28. ANÁLISIS DE PRODUCTIVIDAD	97
29. PRODUCCIÓN DE LA MICROEMPRESA	97
30. PRODUCCIÓN DEL FRÉJOL	98
31. DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES	99
32. FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN DE LA PERA	108
33. INFRAESTRUCTURA	109
34. VEHÍCULO	110
35. MAQUINARIA Y EQUIPO	110
36. HERRAMIENTAS PARA LA PRODUCCIÓN	111
37. MUEBLES Y ENSERES	111
38. EQUIPO DE COMPUTACIÓN	112
39. EQUIPO DE OFICINA	112
40. RESUMEN DE LA INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	113
41. GASTOS DE CONSTITUCIÓN	113
42. CAPITAL DE TRABAJO	114
43. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	115
44. INGRESOS POR LA VENTA DE FRÉJOL	116
45. INGRESOS POR LA VENTA DE PERA CALIDAD A	117
46. INGRESOS POR LA VENTA DE PERA CALIDAD B	117
47. INGRESOS TOTALES	117
48. COSTOS PRODUCCIÓN PRIMER AÑO PERA	119
49. COSTOS PRODUCCIÓN SEGUNDO AÑO PERA	120
50. COSTOS PRODUCCIÓN TERCER AÑO PERA	121
51. COSTOS PRODUCCIÓN PRIMER AÑO FRÉJOL	122
52. COSTOS PRODUCCIÓN SEGUNDO AÑO FRÉJOL	123

53. RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN TOTALES	124
54. SUELDOS ADMINISTRATIVOS	125
55. SUMINISTROS DE OFICINA	126
56. SERVICIOS BÁSICOS	127
57. MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN	127
58. RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	128
59. PUBLICIDAD	129
60. CÁLCULO DE EMPAQUES	129
61. GASTO ANUAL POR EMPAQUES	130
62. COMBUSTIBLE MANTENIMIENTO VEHICULO	130
63. RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS	131
64. GASTOS FINANCIEROS	131
65. RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS	132
66. TABLA DE AMORTIZACIÓN	133
67. DEPRECIACIÓN	134
68. AMORTIZACIÓN DIFERIDOS	135
69. BALANCE DE ARRANQUE	136
70. ESTADO DE RESULTADOS	137
71. FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN	138
72. COSTE DE OPORTUNIDAD	139
73. VALOR ACTUAL NETO	140
74. TASA INTERNA DE RETORNO	141
75. PRI CON VALORES CORRIENTES	143
76. FLUJOS DEFLACTADOS	144
77. PRI CON VALORES CONSTANTES	144
78. BENEFICIO COSTO	145
79. SENSIBILIDAD ESCENARIO UNO	147
80. SENSIBILIDAD ESCENARIO DOS	148

81. RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA	149
82. MATRIZ DE MEDICIÓN DE IMPACTOS	161
83. ANÁLISIS IMPACTO SOCIO ECONÓMICO	162
84. ANÁLISIS IMPACTO AMBIENTAL	163
85. ANÁLISIS IMPACTO EMPRESARIAL	164
86. ANÁLISIS IMPACTO GENERAL	165

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Nro.	PÁG.
1. COMPOSICIÓN FAMILIAR	36
2. GENERACIÓN DE INGRESOS	37
3. TIPO DE ACTIVIDAD	38
4. SERVICIOS BÁSICOS	39
5. PRODUCTOS CULTIVADOS	40
6. DESTINO DE LA PRODUCCIÓN	41
7. CONDICIONES AMBIENTALES	42
8. ACEPTACIÓN DE LA MICROEMPRESA	43
9. COMERCIALIZACIÓN DE PERA	70
10. CANTIDAD DE COMPRA	71
11. PRECIO DE COMPRA	72
12. CALIDAD DEL PRODUCTO	73
13. FACTOR DE COMPRA	74
14. ABASTECIMIENTO DE LA PRODUCCIÓN	75
15. ORIGEN DEL PRODUCTO	76
16. PROVEEDOR DE PERA	77
17. INCREMENTO DE PROVEEDOR	78

CUADRO ILUSTRACIONES

Nro.		PÁG.
1.	CANAL DE DISTRIBUCIÓN INDIRECTO	90
2.	MAPA DE LA PROVINCIA DE CARCHI	93
3.	CRÓQUIS DE LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	94
4.	DISEÑO DE INSTALACIONES	100

INTRODUCCIÓN

El constante incremento en el mundo del consumo de fruta, jugos y derivados permite reconocer que la fruta es un elemento básico nutricional de los pueblos. No es por demás que en los países industrializados se gastan grandes cantidades de dinero para aprovechar las características nutricionales, curativas y vitamínicas de las frutas y que el consumidor promedio de estas naciones busque cada día nuevos productos que le permitan tener una dieta más saludable.

El peral es un árbol procedente de Asia, específicamente de la región del Cáucaso; su cultivo se remonta desde épocas muy antiguas 3,000 a 4,000 años. Se considera que a partir del siglo III a. de C. apareció en Europa, mientras que al Continente Americano llegó a través de los colonizadores ingleses y franceses que arribaron a Canadá, de donde se extendió a todo América. Hoy en día los principales productores de pera son en orden de importancia Italia, E.U., España, Turquía y Argentina, los cuales aportan en conjunto cerca del 47% del total de la producción mundial.

La producción de pera en nuestro país se da a través de una fruticultura llamada por algunos especialistas de "traspatio o lindero", el cultivo de este fruto sirve para complementar la economía de los productores durante el tiempo en que los productos de ciclo (en su mayoría granos) están en etapa de desarrollo. Esto ha llevado a que no se realicen labores de mantenimiento y desarrollo a los perales, lo que necesariamente ha influido en los bajos niveles de rendimiento y en la calidad.

Frente a esta situación, la importación de esta fruta ha alcanzado niveles considerables en los últimos años en lo que se refiere a volúmenes y erogación de divisas.

La implementación de una microempresa de producción y comercialización de pera en la comunidad de Cúnquer, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi originará una propuesta de cambio en el agricultor de la zona, con cultivos alternativos que generan mayores ingresos.

JUSTIFICACIÓN

La información recopilada en este estudio de la producción y comercialización de pera en la comunidad de Cúnquer, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, servirá como un aporte para fomentar el cultivo de la fruta generando la utilización de la mano de obra local y también genera ingresos económicos que servirá como desarrollo del agricultor, evitando el abandono de las tierras y las migraciones a las grandes ciudades.

El presente proyecto es factible de realizarlo debido a que existe mercado para la fruta y el sector cumple con las condiciones óptimas para el cultivo, otro factor para el desarrollo de la microempresa es que se dispone del terreno en la comunidad de Cúnquer.

La investigación realizada permitirá aportar con una guía para un apropiado manejo técnico, una adecuada utilización de los recursos existentes; para aprovechar potencialmente los recursos naturales creando de esta manera nuevas fuentes de trabajo en el sector rural, mejorando así la calidad de vida de los habitantes.

El proyecto de producción y comercialización de pera en la Parroquia los Andes, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, es un proyecto de interés local y nacional el mismo está basado en la búsqueda de nuevas alternativas de desarrollo en actividad agrícola.

Siendo así, la investigación de campo, el diseño y concepción del proyecto son trabajos de inmensa utilidad para los nuevos egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte para crear sus propias microempresas.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

GENERAL

Determinar la factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de pera, ubicada en la comunidad de Cúnquer, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi.

ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional externo en la comunidad de Cúnquer Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que favorezcan o perjudiquen al momento de gestionar el proyecto.
- Establecer el marco teórico que sustente el proyecto utilizando información bibliográfica y documentación actualizada.

- Efectuar un estudio de mercado para determinar la demanda, oferta y precios de la pera existente en el mercado.
- Realizar un estudio técnico para determinar la ubicación estratégica del proyecto y su proceso de producción basado en la eficiencia.
- Realizar un estudio financiero que permita determinar el monto óptimo de inversión así como la rentabilidad que genera el proyecto.
- Establecer la organización de la microempresa en el aspecto administrativo y legal para su funcionamiento.
- Evaluar los posibles impactos que se deriven de la implantación del proyecto, en el ámbito socioeconómico, ambiental y empresarial.

METODOLOGÍA

La presente investigación es un estudio descriptivo, pues trata de investigar la producción y comercialización de la pera, ya que se busca conocer el sector donde se implantará la microempresa, como también determinar las características principales del mercado, los requerimientos técnicos, necesidades de capital entre los más importantes. Esto se alcanzará a través de la recolección de datos de fuentes primarias tales como: encuestas, entrevistas, observación directa, a posibles demandantes y competidores. Además, se utilizará fuentes secundarias de información, tales como libros actuales, tesis y otro tipo de estudios, que buscan sustentar la investigación.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

La Provincia del Carchi un rincón Ecuatoriano eminentemente agropecuario está formada por 6 cantones: Tulcán, Huaca, Montúfar, Bolívar, Espejo, Mira. Sus límites son al Norte con Colombia, al Sur con la Provincia de Imbabura, al Este con el Oriente, Al Oeste Provincia Esmeraldas.

El clima de la Provincia del Carchi es diverso como; templado, frio, cálido subtropical, destacándose en su porcentaje mayor, el clima frio, por lo que en esta zona carchense la principal actividad es la agropecuaria y en menor porcentaje el comercio.

En la Parroquia de Los Andes, específicamente en la comunidad de Cúnquer se desea implantar una microempresa dedicada al cultivo de pera, este sector reúne las condiciones necesarias, como el clima, el tipo de suelo, el cual está considerado dentro de los requerimientos para el cultivo. La ubicación del lugar de este proyecto, posee diversas características como; vías de acceso no muy lejanas a la ciudad, cuenta con los servicios básicos como energía eléctrica, agua potable y de riego, talento humano disponible lo cual ayudará para que el proyecto se desarrolle con éxito.

La pera tiene origen en los países del este de Europa y Asia, los principales productores de peras son China, Italia, EEUU, España, y Argentina. Necesita de climas templados y algo húmedos, comercialmente la fruta se ha venido

cultivando de manera casera pero debido a la buena acogida en los mercados ha despertado expectativas entre empresarios y agricultores para ampliar sus cultivos, existe una creciente demanda interna y externa por lo que la pera constituye una importante alternativa de exportación.

La pera representará una alternativa como fuente potencial de entradas de recursos económicos para la Provincia del Carchi y por ende para el Cantón Bolívar puesto que brinda alternativas de trabajo ya que se lo utiliza en diferentes campos como la agroindustria. Constituye importante considerar la demanda insatisfecha que existe en el mercado y las proyecciones que se realizan en el futuro en los mercados locales e internacionales son alentadoras. En los mercados extranjeros como es el caso de la Unión Europea, Estados Unidos, Asia entre otros, poseen un escenario de éxito de comercialización de la fruta, parámetro fundamental para poder ejecutar este proyecto ya que la demanda de esta fruta irá incrementándose con una tasa cada vez mayor y los índices de rentabilidad para el proyecto serán altos.

Actualmente existen problemas que afectan a los productores, una de ellos es la falta de técnicas para el cultivo de la fruta, como también la inexistencia de una microempresa que brinde un producto con altos niveles de calidad para comercializar en los mercados locales y regionales.

Frente al problema descrito se plantea estructurar una microempresa de pera, siendo promotores de actividades nuevas y organizadas de cultivos, es importante destacar que con esta microempresa se generará plazas de trabajo.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional externo en la comunidad de Cúnquer, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que favorezcan o perjudiquen al momento de gestionar el proyecto.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Efectuar un análisis socioeconómico de la comunidad donde se implantará el proyecto
- Analizar la producción agrícola de la comunidad de Cúnquer.
- Identificar las formas de comercialización utilizada por los agricultores de la zona de influencia del proyecto
- Indagar la calidad de talento humano que labora en el sector agrícola de la comunidad de Cúnquer.
- Determinar la rentabilidad que tienen las actividades agrícolas

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

- Socio Económico

- Producción
- Comercialización
- Talento Humano
- Rentabilidad

1.4. INDICADORES DE LAS VARIABLES

➤ Socio económico

- Composición familiar
- Ingresos
- Tipo de Actividad
- Servicios Básicos

➤ Producción

- Formas de producción
- Tipo de productos
- Mano de obra
- Clima

➤ Comercialización

- Tipo de mercado
- Formas de comercialización
- Calidad de los productos
- Precios

➤ **Talento Humano**

- Nivel de Educación
- Capacitación
- Experiencia
- Organización

➤ **Rentabilidad**

- Nivel de rentabilidad
- Origen de la inversión
- Tipo de financiamiento
- Margen de utilidad

1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO No. 1 MATRIZ DE REALACIÓN DIAGNÓTICA

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE
Efectuar una análisis socioeconómico de la comunidad donde se implantar el proyecto	Socio económico	Composición familiar Ingresos Tipo de Actividad Servicios Básicos	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Población Población Población Población
Analizar la producción agrícola de la comunidad de Cúnquer.	Producción	Formas de producción Tipo de productos Servicios básicos Mano de obra Clima	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta, Expertos	Población Población Población Población Población, Ing. Agrónomo
Identificar las formas de comercialización utilizada por los agricultores de la zona de influencia del proyecto	Comercialización	Tipo de mercado Formas de comercialización Calidad de los productos Precios	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Población Población Población
Indagar la calidad de talento humano que labora en el sector agrícola de la comunidad de Cúnquer.	Talento Humano	Nivel de Educación Capacitación Experiencia Organización	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Población Población Población Población
Determinar la rentabilidad que tienen las actividades agrícolas	Rentabilidad	Nivel de rentabilidad Origen de la inversión Tipo de financiamiento Margen de utilidad	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta , Opinión de Expertos	Población Población Población Población Ing. agrónomo.

1.6. DESARROLLO OPERATIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Para efectuar este diagnóstico situacional se aplicó los siguientes pasos:

1.6.1. Identificación de la Población

La población a investigarse para el diagnóstico es:

La comunidad de Cúnquer compuesta por 672 habitantes, dato proporcionado por la Junta Parroquial de Los Andes, año 2011

1.6.2. Identificación de la Muestra

Considerando que la población de Cúnquer es significativa se procedió a obtener la muestra aplicando la siguiente fórmula:

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

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

σ = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

N = 672

$d^2 = 0,25$

$$Z = 95\% \quad 1,96$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,25 \cdot 672}{0,05^2 \cdot (672-1) + (1,96)^2 \cdot 0,25}$$

$$e = 5\%$$

$$n = 244$$

1.6.3. Instrumentos de Recolección de Información

1.6.3.1. Información Primaria.

Para obtener de la información primaria se aplicó:

- **Encuestas:** las cuales fueron realizadas a los habitantes de la comunidad de Cúnquer.
- **Opinión de expertos:** Ing. Agrónomo

1.6.3.2. Información Secundaria

- La información secundaria a utilizar es:
- Libros
- Documentos especializados.
- Revistas
- internet

1.7. TABULACIÓN Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Para efectuar tanto las encuestas como entrevista, se aplicó previamente una prueba piloto la que permitió reestructurar y verificar la aplicación correcta de las variables y parámetros a indagar, para finalmente poder levantar correctamente la información, que sirvió de análisis tanto del diagnóstico como del estudio de mercado.

1.7.1. Resultado de Encuestas realizadas a la Comunidad de Cúnquer

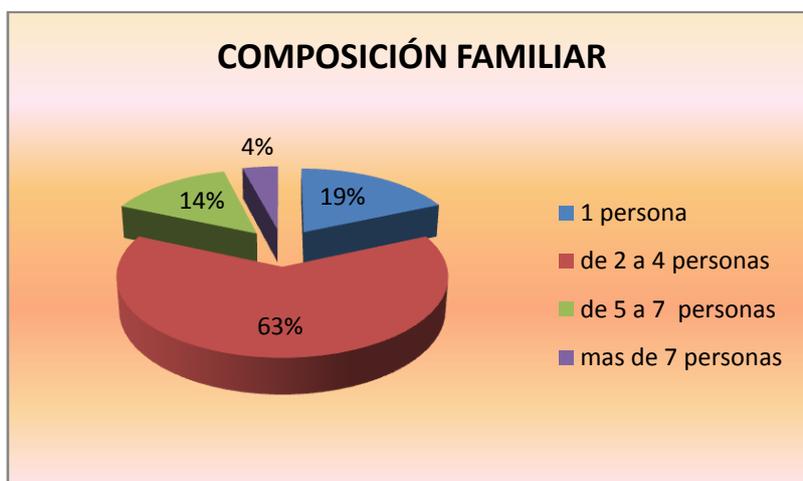
1. ¿Qué número de personas conforman su hogar?

CUADRO No. 2

COMPOSICIÓN FAMILIAR

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 persona	45	18
de 2 a 4 personas	154	63
de 5 a 7 personas	35	14
mas de 7 personas	10	4
TOTAL	244	100

GRÁFICO No. 1



Fuente: Población de Cúnquer

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

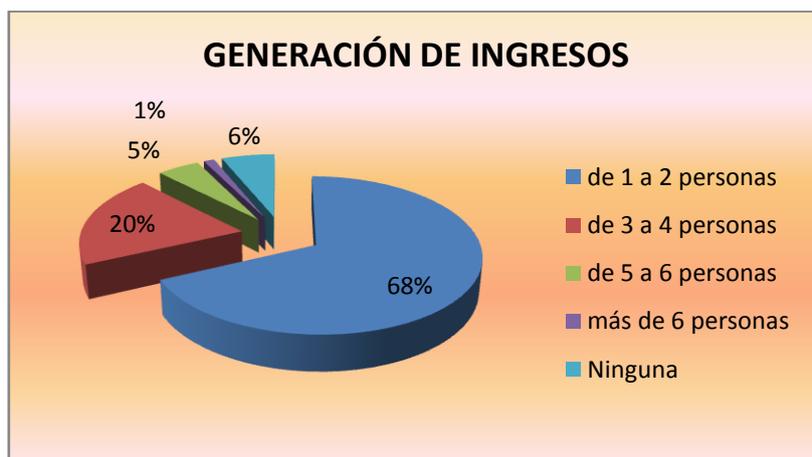
Se puede apreciar en el gráfico que el 63% de las familias de la comunidad de Cúnquer están compuestas de dos a cuatro personas, razón por la cual se puede evidenciar la falta de una planificación familiar adecuada.

2. ¿De su hogar que número de personas están generando ingresos o trabajan?

CUADRO No. 3
GENERACIÓN DE INGRESOS

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
de 1 a 2 personas	166	68
de 3 a 4 personas	48	20
de 5 a 6 personas	12	5
más de 6 personas	3	1
Ninguna	15	6
TOTAL	244	100

GRÁFICO No. 2



Fuente: Población de Cúnquer
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

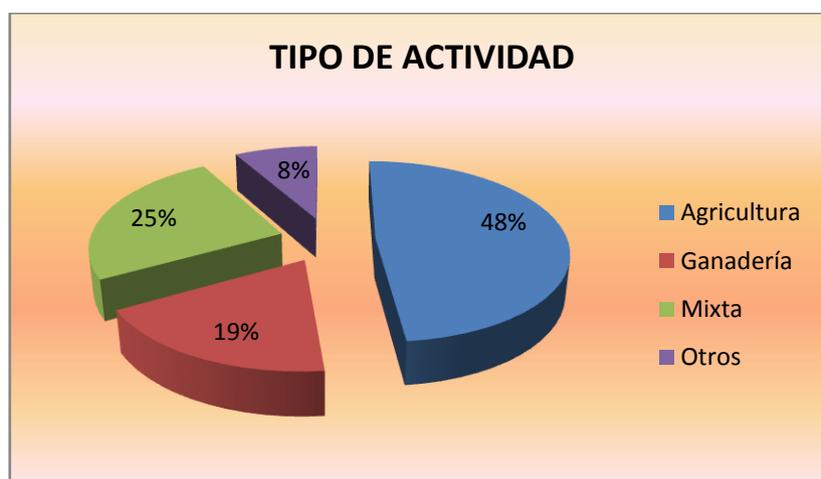
Con respecto a los ingresos que perciben cada familia el 68% de los encuestados responden que estos provienen de una a dos personas, ya que no existen fuentes de trabajo en el sector que pueda emplear a más personas.

3. ¿A qué actividad productiva se dedica usted?

CUADRO No. 4
TIPO DE ACTIVIDAD

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Agricultura	118	48
Ganadería	45	18
Mixta	61	25
Otros	20	8
TOTAL	244	100

GRÁFICO No. 3



Fuente: Población de Cúnquer

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

De acuerdo al gráfico el 48% de la población de Cúnquer se dedica a la agricultura ya que el sector reúne las condiciones apropiadas para esa actividad, como también existen otras actividades a las que se dedican en menor grado como son la ganadería y el comercio.

4. ¿Cuenta con servicios básicos?

CUADRO No. 5
SERVICIOS BÁSICOS

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	170	70
No	74	30
TOTAL	244	100

GRÁFICO No. 4



Fuente: Población de Cúnquer

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

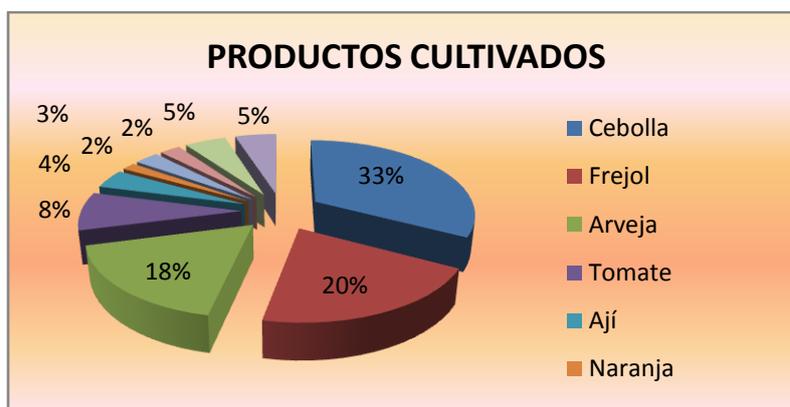
En un porcentaje muy alto la población encuestada manifiesta que cuenta con servicios básicos, principalmente con agua potable, luz, y otros servicios como educación, transporte, agua de riego entre las más importantes.

5. ¿De los siguientes productos cuales cultiva?

**CUADRO No. 6
PRODUCTOS CULTIVADOS**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cebolla	80	33
Fréjol	50	20
Arveja	43	18
Tomate	20	8
Ají	10	4
Naranja	4	2
Limón	7	3
Pera	6	2
Tomate de Árbol	12	5
Otros	12	5
TOTAL	244	100

GRÁFICO No. 5



Fuente: Población de Cúnquer

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

Se puede evidenciar en el gráfico que los productos más cultivados en la zona son la cebolla, fréjol, arveja, ya que estos son cultivos tradicionales del sector, pero en la actualidad se ha comenzado a introducir y experimentar otros tipos de cultivo que han dado excelentes resultados como por ejemplo las frutas.

6. ¿El destino de su producción es?

CUADRO No. 7

DESTINO DE LA PRODUCCIÓN

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bolívar	184	75
Ibarra	43	18
Quito	12	5
Otros	5	2
TOTAL	244	100

GRÁFICO No. 6



Fuente: Población de Cúnquer

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

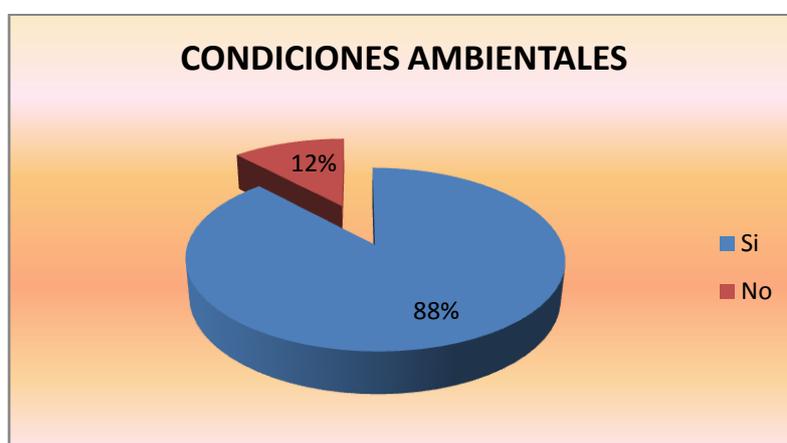
La producción de la comunidad en su mayoría tiene como destino de comercialización la ciudad de Bolívar, ya que esta ciudad posee un mercado mayorista que acoge a intermediarios de distintos puntos del país y se encuentra cerca de la comunidad.

7. ¿Considera usted que las condiciones ambientales del sector son aptas para el cultivo de frutas?

CUADRO No. 8
CONDICIONES AMBIENTALES

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	215	88
No	29	12
TOTAL	244	100

GRÁFICO No. 7



Fuente: Población de Cúnquer

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

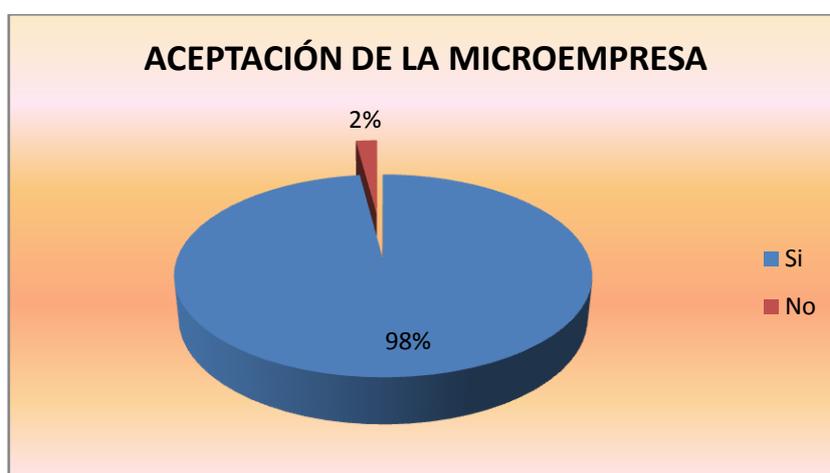
Los pobladores del sector consideran que la zona donde se pretende implantar el proyecto reúne las condiciones aptas para el cultivo de frutas, ya el clima y suelo son excelentes y por la experiencia de poseer huertos de cultivos frutas que ha dado buen resultado.

8. ¿Estaría de acuerdo que se cree una microempresa de producción y comercialización de pera en el sector?

CUADRO No. 9
ACEPTACIÓN DE LA MICROEMPRESA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	239	98
No	5	2
TOTAL	244	100

GRÁFICO No. 8



Fuente: Población de Cúnquer
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

De acuerdo al gráfico, el 98% de la población encuestada está de acuerdo con la creación de la microempresa de producción y comercialización de pera, ya que generará empleo y será ejemplo de nuevas opciones de cultivos.

CONCLUSIÓN GENERAL: Después de haber realizado la investigación de campo a la población de Cúnquer se determina que la zona es eminentemente agrícola, ya que cuenta con una clima apto para todo cultivo en especial para las frutas, el problema detectado en el sector es que los agricultores se dedican al monocultivo de productos tradicionales.

1.6. DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, OPORTUNIDADES Y RIESGOS.

1.6.1. Aliados

- Trabajo estratégico con asociaciones de agricultores de la zona.
- Predisposición de la comunidad para trabajar con el proyecto.
- Las condiciones ambientales del sector favorece al cultivo.
- Poseer la inversión necesaria para la gestión del proyecto.

1.6.2. Oponentes.

- Poca experiencia en el cultivo de la fruta y desconocimiento de técnicas agrícolas para la producción orgánica.
- Carencia de mano de obra calificada en el sector.
- Inclemencias climatológicas e incertidumbre en el tiempo.
- Competencia de productos sustitutos en cadenas de supermercados.
- En la zona predomina el monocultivo de algunos productos tradicionales del sector.

1.6.3. Oportunidades

- Mercados regionales que podrían adquirir la fruta para comercializarla.
- Convenios con entidades estatales y privadas para comercializar el producto.
- Implantar en la comercialización de la fruta, el sistema de comercio justo.
- Darle un valor agregado a la fruta.

1.6.4. Riesgos.

- Volatilidad del mercado origina incertidumbre al momento de comercializar la fruta.
- Incremento del número de competidores en el mercado.
- Créditos con altas tasas de interés y dificultad para su obtención
- Importación del producto en grandes cantidades que inciden en el precio.
- Inclemencias del tiempo que pueden ocasionar pérdidas el los productores de la zona.

1.7. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Después de efectuar el diagnóstico situacional en el lugar de implantación del proyecto se puede mencionar que en la comunidad se realiza el mono cultivo, como también la comercialización de sus productos lo hacen a través de intermediarios originando bajos ingresos para la población.

Cabe anotar que la comunidad de Cúnquer cuenta con las condiciones ambientales necesarias para implantar el proyecto denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PERA, UBICADA EN LA COMUNIDAD DE CÚNQUER, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI”, el cual será un ejemplo en la producción de cultivos más rentables, el aspecto de comercialización se analizará en los siguientes capítulos.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. LA PERA

Según, CORDOBA Ángel (2006) en su libro de Fruticultura afirma: *“La pera (Pyruscommunis) es un árbol de la familia de las rosáceas que crecen hasta ocho metros, mientras que en algunos países americanos puede pasar de los doce metros”*.

Las ramas de la pera se insertan en ángulo agudo en el tronco, las hojas son ovaladas, enteras y finalmente dentadas, de color verde brillante, las flores de color blanco y en algunas variedades rosadas, se agrupan formando una especie de corimbo.

2.1.1. Características Generales de la pera

Las características de la pera según el libro de fruticultura de CORDOBA Ángel son:

- La pera es de clima templado y su crecimiento esta rívido por un período anual de letargo o reposo, de duración variable.
- La pera se propaga por inserto y se produce por semilla se usa mucho en la propagación por estaca, aprovechando el material que sale de las podas que se hace inmediatamente después de la cosecha.
- Durante el período se realizan procesos fisiológicos que tienen como fin preparar el árbol para la floración y presenta algunas pequeñas variaciones.

- Existen dos especies como: el pyrus comunis que agrupan todas las variedades y el pyrus serótina sin valor comercial utilizado como portainjerto.

2.1.2. Composición Química

Las composición química de la pera según el libro de fruticultura de CORDOBA Ángel es:

Su contenido es en 100 gramos de parte comestible. A continuación daremos a conocer la composición química de la pera.

CUADRO N° 19

COMPONENTES	Valor diario	COMPONENTES	Valor diario
Calorías	32	Fosforo	11.3
Agua	88.9	Hierro	0.3
Proteínas	0.2	Vitamina A	
Grasas	0.1	Tiamina	0.02
Carbohidratos	8.5	Rioflavina	0.01
Fibras	0.2	Niacina	0.2
Cenizas	0.3	Acido Ascórbico	9.0
Calcio	5.0		

Fuente: Bibliográfica

Elaborado por: La autora

2.1.3. Condiciones ambientales para el cultivo de la pera

Las condiciones ambientales para el cultivo de la pera según el libro de fruticultura de CORDOBA Ángel son:

El mejor clima para la pera debe tener temperatura media de 15 grados centígrados, que corresponde a una altura de 2500 metros sobre el nivel del mar, sin embargo algunas variaciones pueden darse bien a 2.800 metros.

Los vientos muy fríos y el calor excesivo la perjudican, así como las heladas se desarrollan mejor en las partes planas o bien en los terrenos de pendientes suaves, que sean abrigadas.

Por otra parte un mal drenaje puede causar cambios en la temperatura del suelo y perjudicar así el crecimiento de la planta y de hecho su fructificación.

Cuando la pera se propaga por semillas se necesita un suelo profundo, en cambio si la propagación ha sido por estaca, la exigencia en profundidad son menores.

2.1.4. Variedades de la pera

Las variedades de la pera según el libro de fruticultura de CORDOBA Ángel son:

Las principales variedades de peras que se cultiva son:

- La pera bejuco.
- Triunfo de Viena.
- Gigante de Chile
- Mantequilla
- Comice
- Leconte
- Bartlett
- Bantan
- Winter Nelis

Han puesto en práctica algunos sistemas de mejoramiento en el cultivo. Es necesario un reconocimiento bien definido de las variedades existente en el país. Algunas son auto estériles y necesitan por consiguiente de otras variedades para la polinización.

2.2. Sistemas de Cultivo

Los sistemas de cultivo de la pera según el libro de fruticultura de CORDOBA Ángel son:

La forma de plantación se la puede realizar en cuadro o en marco real donde la distancia de 5 por 5 metros en todo sentido en este caso cabe 400 plantas por hectárea por el primer sistema.

2.2.1. La Poda de la planta

La poda de fructificación de la pera se la efectúa inmediatamente después de la cosecha, se debe considerar que para que la poda resulte benéfica, para mejorar la producción y por otro lado hay la desventaja de que con ello se acorta la vida de la planta. Hay que tener presente algunos principios como los siguientes:

- La fructificación de la pera se la realiza sobre ramas débiles muy jóvenes
- La poda corta favorece los brotes de retoños vigorosos que son menos aptos para la fructificación.
- Las yemas florales pueden dar varios frutos por consiguiente, hay necesidad de seleccionar las ramas que se van a cortar de su planta.
- Las ramas y hojas atacadas por plagas y enfermedades se deben podar y destruir inmediatamente.
- Con la poda de fructificación se persigue obtener ramas y frutos, de modo de que haya necesidad de fijarse que es lo que se debe quitar

- Las podas se deben hacer con métodos y no en forma caprichosa, a su debido tiempo y teniendo en cuenta lo que cada árbol requiere para producir mejor.

2.2.2. Sistema de Abonamiento de la Planta

En lo que se relaciona con los abonos, todo esto depende de las clases de suelo, en términos generales se deben aplicar fertilizantes que equilibren la vida de la planta tomando en cuenta sus diferentes períodos. Un buen abono para la pera debe, además corresponder a las exigencias específicas del patrón sobre el cual se haya hecho el injerto, lo más indicado será siempre un análisis previo del terreno para saber con exactitud lo que se debe aplicar. La fertilización con materia orgánica y abonos químicos se han de practicar periódicamente.

2.2.3. Plagas y Enfermedades que Atacan al Producto

Las plagas que atacan a la pera son muy pocas; sin embargo, el pulgón Lanífero puede hacerle daño. El insecto es un áfido difícil de combatir se localiza principalmente en las raíces y en el cuello del árbol; a veces también en las ramas, produciendo nudosidades y deformaciones en los órganos afectados.

2.2.4. Temporada de Cosecha

Las peras deben cosecharse un poco antes de llegar a su completa maduración, en otros países de condiciones distintas a las nuestras, recomiendan la recolección cuando las peras están maduras o bien las examinan con un aparato especial con el que se determina mediante la presión sobre el fruto el grado de o madurez.

2.2. Microempresa

Según, MONTEROS Edgar. (2005) en su obra menciona: *“La microempresa es una asociación de personas que operando en forma organizada utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos, y tecnológicos para la elaboración de productos o servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación”.*Pag.15

La microempresa se la conoce como pequeña y mediana empresa que no ocupa una posición de dominio o monopolio en el mercado, muchas veces está dirigida por sus propios dueños, que asumen el riesgo del negocio y no están vinculadas a otras grandes empresas o grupos financieros

2.2.1. Importancia

La microempresa es importante por su capacidad de adaptación a su entorno económico, donde puede superar con relativa facilidad los inconvenientes del proceso de dolarización, los productores y vendedores eficientes puedan enfrentar el alza inflacionaria, reduciendo márgenes de ganancia, reduciendo stocks y finalmente equilibrando la producción y los costos. Pág. 19

2.2.2. Características Generales

- Las microempresas en su mayoría están dedicadas a la actividad comercial, esto es el hecho más notorio, ya que se dedican a la transformación de sus productos y los comercializan ellas mismas, dejan de lado a los intermediarios.

- La actividad de la microempresa tiene una importancia fundamental dentro de la vida empresarial, pues cerca del 80% se dedican al comercio o a la prestación de servicios, y el 20% restante a las actividades de transformación.
- Las microempresas son de tipo familiar, pero constituida como sociedades de personas, pues el dueño es el que aporta el capital necesario para sus operaciones.
- Como característica general podemos decir que carecen de una estructura formal en todas sus áreas. El trabajo que realiza el dueño se asemeja al de un hombre orquesta y eventualmente recurre a la asesoría externa.
- La microempresa, en función de orientación determina si cumple o no satisfactoriamente su responsabilidad social, entregando a la comunidad lo que realmente necesitan, para lo cual se concentran en incrementar la participación de su producto en el mercado local que conoce y maneja de la mejor manera sus productos. Pág. 21.

2.2.3. Visión

Según FRANCES Antonio, (2006) en su libro, afirma: *“La visión necesita un gran objetivo hacia el cual dirigir sus esfuerzos, para definirlo deben preguntarse como desea llegar hacer en cinco a diez años, también se puede concebir como el logro más global e importante de la empresa u organización en el mediano o largo plazo, y debe servir de norte a las acciones de sus miembros y mantenerlos motivados”*.Pag.45

La necesidad de la microempresa que pretende satisfacer, el propósito y contribución a la sociedad desde el más alto nivel organizacional, de que

funciones, bienes y servicios específicos va a producir, con que tecnología y conocer exactamente para que demandas sociales va dirigido.

2.2.4. Misión

Según FRANCES Antonio, (2006) en su libro menciona: *“La empresa se define por su producto, para ello busca identificar necesidades de atender del cliente que son más permanentes y más importantes”*. Pág. 40

La misión debe sustentarse en la formulación de objetivos estratégicos los mismos que son enunciados generales de una situación determinada que la institución espera alcanzar en el marco de su finalidad y mediante el cumplimiento de sus funciones.

2.2.5. Estructura Organizativa.

Para IVANCEVICH, John., KONOPASKE, Robert y MATTESON, Michael. (2006), en su obra Comportamiento Organizacional afirman: *“Es el patrón formal de las actividades e interrelaciones entre las diversas subunidades de la organización”*. Pág. 20.

La estructura organizacional es una herramienta muy importante para actuar directamente en la empresa, permitiendo ir progresivamente modificando lo informal a mediano y largo plazo por medio de actividades de adoctrinamiento, de gestión del comportamiento de las personas así como a través de la cultura de la empresa.

2.3. ASPECTOS DEL MERCADO

2.3.1. Estudio de Mercado

Según, CESPEDES S. Alberto, (2005) en su libro, afirma: *“El estudio de mercado es el primer paso o fase del proceso de integración de mercadeo, también necesitamos evaluar el grado de aceptación o rechazo del público consumidor hacia nuestros productos o servicios. Es decir consisten en reunir, registros y análisis de todos los datos sobre problemas relacionados con la transferencia de venta de servicios y de productos del productor al consumidor”*. Pág. 386

El estudio de mercado ayuda a estimar la cuantía de los bienes y servicios provenientes de una nueva unidad de producción o servicios que la comunidad estaría dispuesta a adquirir por determinado precio, es un estudio profundo que ayuda a determinar los componentes necesarios para la planeación de las ventas y forme parte de todo estudio de viabilidad que se lo realice.

2.3.2. Demanda

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007) en su obra, manifiesta: *“la demanda es la cantidad de productos o servicios que se requiere o solicita en el mercado con el fin de satisfacer una necesidad específica a un precio determinado”*. Pág. 27.

La demanda es un elemento muy importante y el más complejo del mercado, está integrado por necesidades sentidas, poder adquisitivo, posibilidad de compra, tiempo de consumo y condiciones ambientales de consumo, es la cantidad de bienes o servicios que un sujeto esta dispuesto a comprar.

2.3.3. Oferta.

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007) en su obramanifiesta: *“la oferta es la cantidad de productos o servicios que un cierto número de empresas o productores están dispuestos a llevar al mercado por un precio determinado”*. Pág. 27.

La oferta tiene como objetivo hacer que el producto lo usen nuevos consumidores con la esperanza de que parte de ellos lo adopten, también se refiere al comportamiento de la misma y a las definiciones de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveedores de bienes y servicios similares.

2.3.4. Producto.

CHARLES W. Lamb, (2006). dice: *“Al producto se lo define como aquello, sea favorable y desfavorable que una persona recibe en un intercambio, un producto puede ser un bien tangible, sin embargo los servicios y las ideas también son productos”*.

El producto es el conjunto de atributos y cualidades tangibles tales como: presentación, empaque, diseño, contenido; e intangibles como: marca imagen, ciclo de vida y prestigio, que el cliente acepta para satisfacer sus necesidades y expectativas. El producto como cualquier cosa se puede ofrecer en un mercado para recibir atención, ser adquirido utilizado o consumido y que puede satisfacer una necesidad o deseo. Los productos incluyen más que meramente bienes tangibles; definidos de forma genérica, los productos incluyen objetos físicos, servicios, eventos, personas, lugares, organizaciones, ideas o combinaciones de esta entidad.

2.3.5. Mercado.

PHILIP K. Gary, (2008), en su obra menciona: *“Es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto, tales compradores comparten una necesidad o un deseo en particular, el cual puede satisfacerse mediante relaciones de intercambio”*. Pag.7

El mercado existe cuando una empresa logra vender sus productos por encima del nivel competitivo existente o reducir los costos de sus actividades primarias y de apoyo por debajo del nivel competitivo, se caracteriza por tener un gran número de vendedores y competidores de bienes o servicios, es decir una homogeneidad de mercancía, en donde existe la libertad de seleccionar el producto y el precio.

2.3.6. Precio

Según, PHILIP K. Gary (2007), en su obra afirma: *“El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, es decir es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio por los beneficios prestados. El precio ha sido el factor que más influye en las decisiones de los compradores”*. Pág.309.

Los precios están condicionados por diversos factores como: la demanda del producto, el tipo del cliente, la competencia, y los costos que resultan de su fabricación. Este factor es uno de los más importantes, ya que de su correcto establecimiento depende la aceptación del producto en el mercado y las utilidades de la empresa. La política de precios debe permitir la recuperación de los costos y obtención de rendimiento.

2.3.7. Promoción

PHILIP K.Gary, (2007) en su obra Marketing Versión para Latinoamérica afirma: *“Es una promoción que implica actividades que comunican las ventajas del producto y persuaden a los clientes meta de que lo compren”*. Pág. 54

La promoción es una variable muy importante ya que se refiere a la combinación de las funciones de ventas, promoción, publicidad, y relaciones públicas, cuya finalidad es que el cliente conozca, acepte y adquiera el producto o servicio, es decir son actividades diferentes de venta como la personal y la venta masiva que estimula al consumidor para que efectúe su compra.

2.3.8. Publicidad

KOMIYA S. Raúl (2004) en su libro Marketing para PYMES manifiesta: *“es un anuncio pagado que aparece en un medio, es cual está diseñado para llegar a una gran parte de la población”*. Pág. 128.

Según, PHILIP K. Gary (2007) en su obra expresa: *“Es una buena manera de informar y persuadir, ya sea que el propósito sea en vender y lograr que los consumidores prefieran el producto, ya que es una tarea específica de comunicación que se realiza con un público meta específico, durante un periodo determinado”*. Pág. 461

La publicidad comprende la comunicación y el establecimiento de relaciones efectivas que garanticen la buena imagen y el éxito, tanto del producto o servicio como de la empresa ante los clientes externos e internos.

La publicidad es hoy en día uno de los factores sociales de mayor importancia, pues impulsa el consumo hacia el sentido que es lo que el

cliente desea, provocando la aceleración del consumo y con ello el desarrollo económico.

2.3.9. Comercialización.

En CHARLES W. Lamb, (2006).en su obra menciona: *“Es la decisión de llevar un producto al mercado, ya que esto incide varias tareas como el embarque del producto a los puntos de distribución capacitación de los vendedores y anuncios de nuevos productos a los negocios y a los consumidores potenciales”*. Pag.342

La comercialización consiste en buscar los mecanismos mas adecuados para la transferencia de los bienes del productor al consumidor, comprende el almacenamiento, transporte y posicionamiento del producto en el punto de venta idóneo.

La comercialización es una estrategia adecuada que debe comprender aspectos que son muy importantes, en donde permite conducir directamente el producto al consumidor dirigiendo por un canal directo o en algunos casos se da la existencia de agentes que se interponen entre el productor y el consumidor, como son los canales indirectos conocidos como los intermediarios.

2.4. ASPECTOS TÉCNICOS

2.4.1. Localización Optima del Proyecto.

Según CORDOBA P. Marcial, (2006) en su obra afirma: *“Es el análisis de las variables que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes”*.

La elección de la localización es una decisión compleja, en la mayoría de los casos, tanto en si misma como por sus interrelaciones, aunque es cierto que para algunas empresas, la localización viene determinada por un factor dominante que restrigie el número de alternativas, en general la cantidad de factores y de lugares involucrados en el análisis es enorme.

2.4.2. Macro localización del Proyecto

Según FLORES U. Juan A. (2007) en su obra afirma: *“El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como la macro localización, hasta identificar una zona urbana o rural, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto”*. Pag.49

La macro localización es muy importante para el proyecto ya que de esto depende la determinación del éxito y del fracaso de un negocio. Por ello la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto obedecerá no solo a criterio económico, sino también a criterios estratégicos. La decisión de la macro localización del proyecto es una decisión de largo plazo con repercusiones económicas importantes que deben considerarse con la mayor exactitud posible.

2.4.3. Micro localización del Proyecto

Según FLORES U. Juan A. (2007) en su obra afirma: *“Es el proceso de elegir la zona y dentro de esta el sitio preciso en donde se debe estudiar varias alternativas posibles, que una vez evaluadas, permitan la escogencia de aquella que integralmente incluya la gran mayoría de factores, considerados como los más relevantes e importantes”*. Pág. 50.

Cuando se realiza la micro localización, el propósito de hacerlo más rentable, generalmente se ubica en el lugar de residencia del emprendedor, evitando con ello, asumir una serie de costos fijos, tales como el cubrimiento de servicios públicos, arriendos etc. Conociendo las ventajas y desventajas de las diferentes alternativas a evaluar se procede a determinar la ubicación definitiva del proyecto.

2.5. ASPECTOS FINANCIEROS

2.5.1. Balance General

ROMERO, Javier (2006) en su obra manifiesta: *“es un estado financiero que muestra los recursos de que dispone la entidad para la realización de sus fines (activo) y las fuentes externas e internas de dichos recursos (pasivo más capital contable), a una fecha determinada”*. Pág. 257.

El balance general representa la situación financiera de la empresa en una fecha determinada, utilizando en la proyección de la información el plan de negocios, es decir los rubros propuestos en el balance que corresponde a aquellas partidas que se pueden encontrar cuando se está en presencia de un proyecto nuevo.

2.5.2. Balance de Resultados

ROMERO, Javier (2006) en su libro afirma: *“el estado de resultados es un estado financiero que muestra los ingresos, identificados con sus costos y gastos correspondientes y, como resultado de tal enfrentamiento, la utilidad o pérdida neta del periodo contable”*. Pág. 286.

El estado de resultado determina la utilidad y pérdida de un ejercicio económico, como resultado de los ingresos y gastos, en base al estado,

se puede medir el rendimiento económico que ha generado la actividad de la empresa.

2.5.3. Estado de Flujo de Efectivo o de Fondos.

ROMERO, Javier (2006) en su libro Principios de Contabilidad afirma: *“es un estado financiero que comunica los cambios en los recursos de una entidad y sus fuentes en un periodo determinado, mostrando las actividades de operación, financiamiento, e inversión y su reflejo final en el efectivo”*. Pág. 302.

El flujo de efectivo constituye uno de los elementos más importantes del estudio del proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que se determinen en ella. La información básica para realizar esta proyección está contenida tanto en los estudios de mercado, técnico, organizacional, como en el cálculo de los beneficios.

2.5.4. Valor Presente Neto.

Según, CORDOBA P. Marcial. (2006) en su libro afirma: *“Es el método más conocido y el mas aceptado. Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión”*. Pag.364

DÍAZ, M. Ángel. (2008) en su Obra David y Goliat Iniciación del Proyecto afirma: *“es la diferencia entre los flujos de tesorería actualizados a una tasa de interés prefijado (tasa de referencia) y las inversiones actualizadas a esa misma tasa”*. Pág. 175.

Es una técnica compleja del presupuesto de capital se calcula restando la inversión inicial de un proyecto del valor presente de sus entradas de efectivo descontadas a una tasa equivalente al costo de capital de la

empresa, en donde se debe analizar si su valor actual es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos.

2.5.5. Tasa Interna de Rendimiento.

Para KLASTORIN, Ted. (2005) en su obra dice: *“la tasa interna de retorno es tasa de descuento que produce un valor actual neto igual a cero”* Pág. 27.

Según FONTAINE R. Ernesto, (2008) en su libro manifiesta: *“Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero”*. Pág.100.

El (TIR) permite calcular el rendimiento esperado del plan de negocios antes de iniciar cualquier inversión. Es decir si este llena las expectativas del inversionista, hará una realidad el plan de negocios.

Es conveniente realizar la inversión cuando la tasa de interés es menor que la tasa interna de retorno, o sea, cuando el uso del capital en inversiones alternativas, rinde menos que el capital invertido en el proyecto.

2.5.6. Punto Equilibrio.

Para, CORDOBA P. Marcial. (2006) en su libro afirma: *“El punto de equilibrio es un elemento más para el análisis y la planeación empresarial y sirve para respaldar la toma de decisiones en situaciones poco complejas y además permite captar con mayor facilidad muchos aspectos económicos de lo negocios, sin embargo el sistema en si es bastante esquemático y sus aplicaciones necesitan de adaptación a las circunstancias específicas”*. Pág. 218.

Para CHILQUINGA Manuel, (2004), Costos de Producción Manifiesta: *“Es el punto donde la empresa iguala sus ingresos totales y costos totales es una situación donde no se genera ni utilidad ni pérdida”*. Pág.60.

Se debe tener en cuenta que el punto de equilibrio, está orientado a la estimación del equilibrio entre ingreso y egresos, mas no sirve para prever otra perspectiva en relación con el producto y su comportamiento en el mercado. El punto de equilibrio es un instrumento de análisis que sirve para identificar en los períodos proyectados, cual es el volumen de ventas necesario para que el plan de negocio no pierda ni gane dinero.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PRESENTACIÓN.

El estudio de mercado consiste en establecer la cantidad de bienes y servicios que las empresas están disponible en producir para cubrir las necesidades del mercado, a un precio razonable que justifique el producto o servicio.

Por medio del estudio de mercado se busca obtener información real sobre las necesidades que existe en el mercado, con relación al consumo de la pera, se llega a determinar los gustos y preferencias que tienen los consumidores potenciales, buscando los mejores mecanismo para determinar la oferta y la demanda que existe en el mercado como también la demanda insatisfecha del sector.

3.2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

La pera es una fruta muy conocida en el mercado por su gran demanda, ya que es considerada una fruta rica en vitaminas y es preferida por los consumidores, lo que hace que la creación de la microempresa productora y comercializadora de pera tenga grandes expectativas en el mercado.

3.2.1. Propiedades generales

- Buen alimento para los diabéticos, ayuda a mantener el control de azúcar en la sangre.
- Su consumo habitual puede ayudar a mantener estable los niveles de colesterol.
- Rica en pectina, alivia las digestiones pesadas.
- Útil en las dietas de pérdida de peso, entre comidas, su contenido en fibra mantiene la sensación de plenitud y limpia el organismo.
- Buena fuente de vitamina C y Potasio.
- Buena fuente de energía, los hidratos de carbono se liberan lentamente, lo cual la convierte en ideal para deportistas.
- En caso de diarreas sus propiedades astringentes ayudan a superarla.

3.2.2. Composición Nutricional

CUADRO No.10
INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Pera cruda (valor nutritivo por cada 100g)			
<u>Agua</u> : 83,71 g	<u>restos totales</u> : 0,33 g	<u>fibra</u> : 3,1 g	<u>valor energético</u> : 58 kcal
<u>azúcar simple</u> : 9,80 g	<u>glúcidos</u> : 15,46 g	<u>proteínas</u> : 0,38 g	<u>lípidos</u> : 0,12 g
<u>Oligoelementos</u>			
<u>potasio</u> : 119 mg	<u>fósforo</u> : 11 mg	<u>calcio</u> : 9 mg	<u>magnesio</u> : 7 mg
<u>sodio</u> : 1 mg	<u>hierro</u> : 170 µg	<u>cobre</u> : 82 µg	<u>zinc</u> : 100 µg
<u>Vitaminas</u>			
<u>vitamina C</u> : 4,2 mg	<u>vitamina B1</u> : 12 µg	<u>vitamina B2</u> : 25 µg	<u>vitamina B3</u> : 157 µg
<u>vitamina B5</u> : 48 µg	<u>vitamina B6</u> : 28 µg	<u>vitamina B9</u> : 0 µg	<u>vitamina B12</u> : 0 µg
<u>vitamina A</u> : 23 UI	<u>retinol</u> : 0 µg	<u>vitamina E</u> : 0,12 µg	<u>vitamina K</u> : 4,5 µg
<u>Grasas</u>			
<u>grasas saturadas</u> : 6 mg	<u>grasas monoinsaturadas</u> : 26 mg	<u>grasas poliinsaturadas</u> : 29 mg	<u>colesterol</u> : 0 mg

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Valor nutritivo:

Una pieza aporta unas 70 calorías y, respecto a sus propiedades nutritivas, destaca el aporte de azúcares (13%), fibra, vitaminas (ácido fólico, B2) y minerales como el potasio. Por su composición es diurética y suavemente astringente (rica en taninos).

Ventajas e inconvenientes de su consumo:

Los expertos en Nutrición recomiendan consumir mínimo tres piezas diarias de fruta, procurando variar al máximo, ya que la composición nutricional difiere de unas de otras. Por su carácter ligeramente astringente está especialmente recomendado en caso de diarrea, y por su suave efecto.

3.3. MERCADO META

El mercado meta para la comercialización de la pera serán los comerciantes de frutas tanto de la Ciudad de Tulcán como de Ibarra pensando también a futuro otros mercados de las diferentes provincias de la región.

3.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

Para realizar el análisis de la demanda se consideró información de fuentes primarias a través de encuesta ya que no existen datos precisos ni estadísticas oficiales acerca del consumo, con el firme propósito de conocer los patrones de comportamiento.

En el mercado tienen preferencia por la fruta porque contiene un alto porcentaje de nutrientes, por lo tanto, es sana para el consumo humano.

La producción de la pera es un proyecto muy ambicioso porque a través de las investigaciones realizadas y análisis existe un alto porcentaje de demanda del producto en el mercado.

3.4.1. Investigación de campo

Para su análisis se tomó en cuenta a los comerciantes de frutas tanto de la ciudad de Tulcán como de Ibarra siendo un número de 264 comerciantes de frutas, según la asociación de comerciantes en los diferentes mercados de estas ciudades, distribuidos de la siguiente manera:

Ciudad de Tulcán 3 mercados donde existen 126 comerciantes de frutas

Ciudad de Ibarra 3 mercados con 138 comerciantes de frutas

- **Determinación de la muestra**

Tomando en consideración que la población a investigar es significativa de obtuvo una muestra representativa:

Datos:

N = 264

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

e = 5%

n = 156 comerciantes

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,25 \cdot 264}{(0,05)^2 \cdot 264 - 1 + (1,96)^2 \cdot 0,25}$$

Este resultado indica que se debe levantar las encuestas a 156 comerciantes.

**Resultado de Encuestas dirigida: Al consumidor potencial,
Comercializadores de frutas de la ciudad de Tulcán e Ibarra**

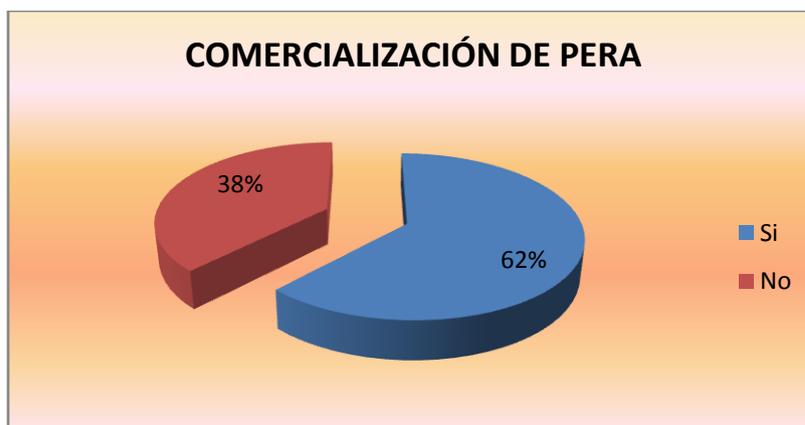
1. ¿En su puesto de venta comercializa la pera?

CUADRO No. 11

COMERCIALIZACIÓN DE PERA

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	97	62
No	59	38
TOTAL	156	100

GRÁFICO No. 9



Fuente: Comerciantes de Frutas.

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

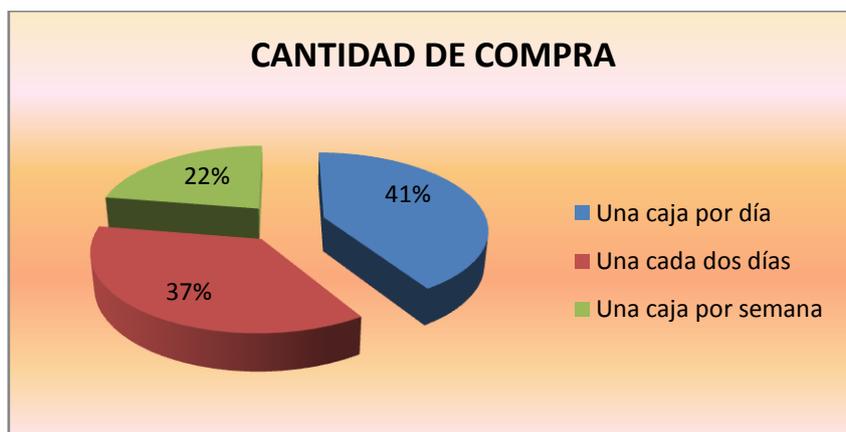
En los mercados de la ciudad de Tulcán e Ibarra el 62% de los puestos de venta se comercializa la pera, por ser una fruta muy apreciada por los consumidores, también expresa que cuando es temporada de cosecha la demanda crece.

2. ¿Cuál es la frecuencia de compra de una caja de pera de 36 kg para comercializar en su puesto de venta?

CUADRO No. 12
CANTIDAD DE COMPRA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una caja por día	64	41
Una cada dos días	57	37
Una caja por semana	35	22
TOTAL	156	100

GRÁFICO No. 10



Fuente: Comerciantes de Frutas.

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

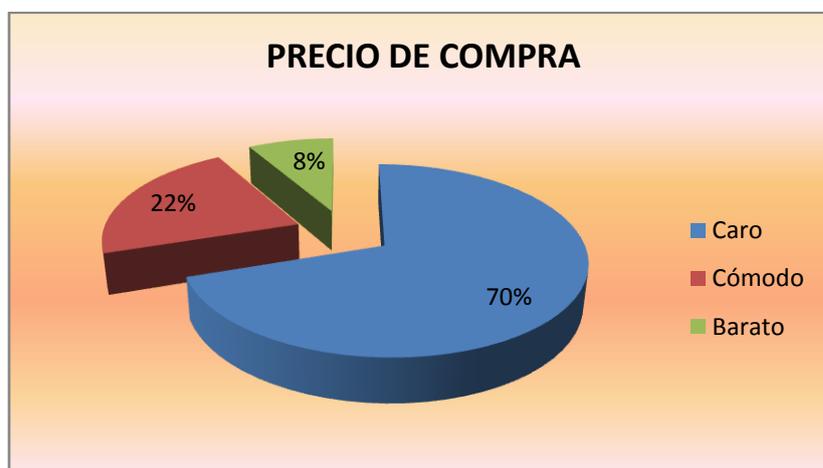
De acuerdo con el gráfico la mayor parte de los encuestados se proveen de la fruta diariamente, seguido de dos veces a la semana y finalmente cada semana una caja de 36 kilos para comercializar en su puesto de venta, ya que la demanda crece cada día.

3. ¿El precio de compra de la pera lo considera?

CUADRO No. 13
PRECIO DE COMPRA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Caro	109	70
Cómodo	34	22
Barato	13	8
TOTAL	156	100

GRÁFICO No. 11



Fuente: Comerciantes de Frutas.

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

Según el gráfico el 70% de los comerciantes de fruta consideran que el precio del producto es caro, ya depende de la calidad, el lugar de destino de producción y otros factores que encarecen al momento de ser comercializada la fruta.

4. ¿La calidad de la pera que se oferta en el mercado es?

CUADRO No. 14
CALIDAD DEL PRODUCTO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy buena	40	26
Buena	62	40
Regular	54	34
TOTAL	156	100

GRÁFICO No. 12



Fuente: Comerciantes de Frutas.

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

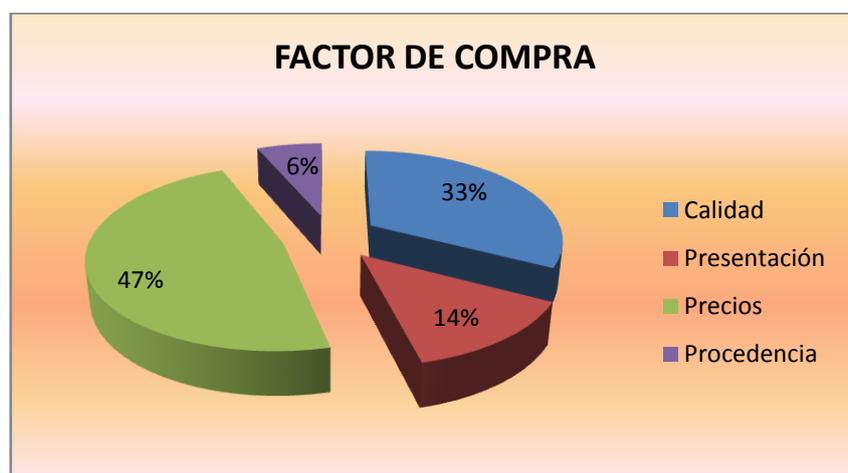
Los comerciantes de fruta consideran que la calidad del producto que comercializan en el mercado es buena, pero existe una parte del mercado que manifiesta que la calidad es regular, esto se debe a que la fruta que se comercializa es de otra provincias que al momento de transportarse se estropea, se pudre, etc.

5. ¿Cuál es el factor más importante al adquirir la fruta?

CUADRO No. 15
FACTOR DE COMPRA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	51	33
Presentación	21	14
Precios	74	47
Procedencia	10	6
TOTAL	156	100

GRÁFICO No. 13



Fuente: Comerciantes de Frutas.

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

Para adquirir la fruta, el 47% de los encuestados manifiestan que el producto debe poseer un precio accesible y de calidad, para no tener problemas al momento de su comercialización.

6. ¿La producción local le abastece en forma permanente?

CUADRO No. 16
ABASTECIMIENTO DE LA PRODUCCIÓN

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	3
No	151	97
TOTAL	156	100

GRÁFICO No. 14



Fuente: Comerciantes de Frutas.

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

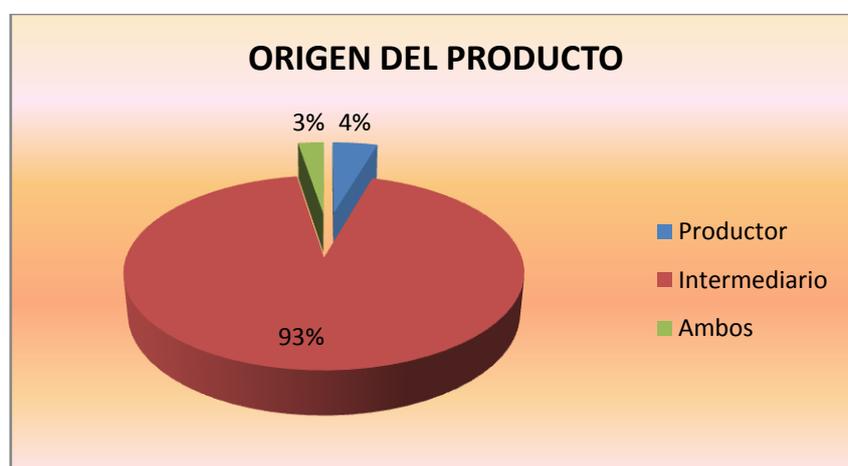
El 97% de los comerciantes opinan que la producción local no abastece sus necesidades, ya que en las zonas aledañas no se produce la pera en gran cantidad, manifiesta que la pera es de origen de otras provincias e importada.

7. ¿Su proveedor de pera es?

CUADRO No. 17
ORIGEN DEL PRODUCTO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Productor	7	4
Intermediario	145	93
Ambos	4	3
TOTAL	156	100

GRÁFICO No. 15



Fuente: Comerciantes de Frutas.

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

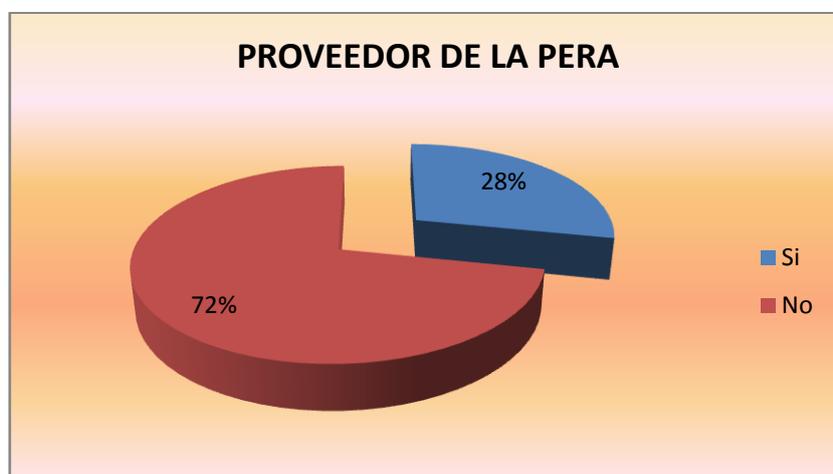
Según el gráfico se puede apreciar que el intermediario es quien abastece de la fruta a los comerciantes de los mercados de la ciudad de Tulcán e Ibarra.

8. ¿Cuenta usted con un proveedor de pera permanente?

CUADRO No. 18
PROVEEDOR DE PERA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	44	28
No	112	72
TOTAL	156	100

GRÁFICO No. 16



Fuente: Comerciantes de Frutas.
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

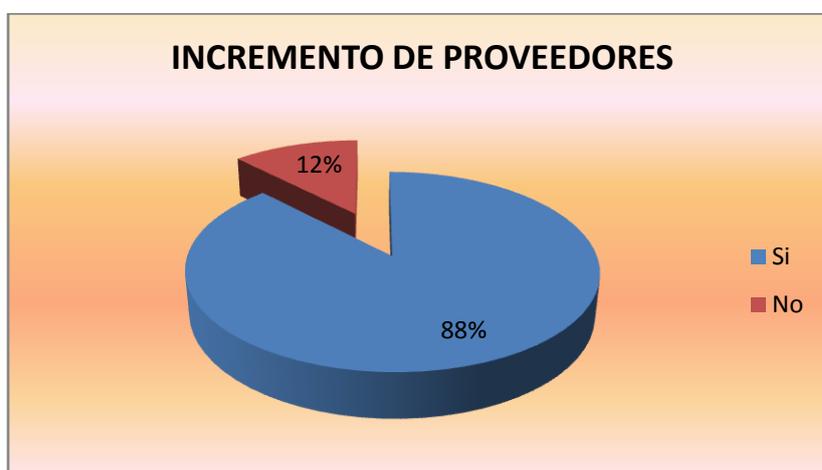
Los comerciantes de frutas manifiestan que los proveedores no son permanentes ya que el origen de la fruta es diverso y no existe preferencia por algún proveedor en especial para adquirir el producto.

9. ¿Le gustaría incrementar sus proveedores?

CUADRO No. 19
INCREMENTO DE PROVEEDORES

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	137	88
No	19	12
TOTAL	156	100

GRÁFICO No. 17



Fuente: Comerciantes de Frutas.

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

Según el gráfico el 88% de los comerciantes de fruta están dispuestos a incrementar los proveedores de la pera, ya que consideran que de esa forma se podrá adquirir el producto en mejores condiciones y a precios más cómodos.

CONCLUSIÓN GENERAL: Los consumidores potenciales de frutas según la investigación efectuada manifiestan estar dispuestos a adquirir la pera ya que consideran que existe un desabastecimiento de la fruta, con este antecedente es viable realizar un estudio de factibilidad para la producción y comercialización de pera en la comunidad de Cúnquer, cantón Bolívar, Provincia del Carchi.

3.4.2. Comportamiento actual de la demanda

Tomando como base la encuesta y específicamente la pregunta 1 y 2 el comportamiento del consumo de la fruta es la siguiente: de total de comerciantes, el 62% que representa 164 comerciantes, de estos la frecuencia y la cantidad de consumo es el siguiente: Una caja por día consumen el 47% que representa 67 comerciantes al multiplicar por la frecuencia de consumo y por la cantidad de kilos de cada caja, da como resultado el consumo anual en kilos.

CUADRO No. 21
CONSUMO ACTUAL DE PERA

Total de Comerciantes de frutas	Comer. de pera 62%	Frecuencia	%	N° de Comer.	N° Frecuencia	Caja de 36 kg	Consumo Anual en Kg
264	164	Una caja por día	41%	67	360	36	869.730,05
		Una cada dos días	37%	61	180		392.439,17
		Una caja por semana	22%	36	52		67.409,97
TOTAL			100%	164	592		1329.579,19

Fuente: Consumidores Potenciales

Elaborado por: La Autora

Como se puede observar en el año 2011 el consumo de la pera en kilos fue de 1329.579,19, una cifra considerable lo que beneficia a la puesta en marcha del proyecto.

3.4.3. Proyección de la demanda

Para efectuar la proyección de la demanda se utilizó la tendencia del crecimiento de comerciantes de frutas de las dos ciudades datos proporcionados por los administradores de los mercados de las dos

ciudades, de ahí se cálculo el índice de crecimiento promedio anual utilizando el siguiente procedimiento:

CUADRO No.22
CÁLCULO DEL ÍNDICE DE CRECIMIENTO

AÑO	Tulcán N° de comerciantes de frutas	$i1 = \frac{Cn}{Co} - 1$	Ibarra N° de comerciantes de frutas	$i2 = \frac{Cn}{Co} - 1$
2007	109		117	
2008	113	0,037	121	0,034
2009	116	0,027	127	0,050
2010	123	0,060	133	0,047
2011	126	0,024	138	0,038
	$i1 = \frac{\sum i1}{n}$	0,037	$i2 = \frac{\sum i2}{n}$	0,042

$$ICA = \frac{i1 + i2}{n}$$

$$ICA = \frac{0,037 + 0,042}{2}$$

$$ICA = 0,04$$

$$ICA = 4\%$$

La tasa promedio del crecimiento de los comerciantes de frutas de las dos ciudades, se utilizó para proyectar el consumo de pera en los demandantes potenciales utilizando la siguiente fórmula:

$$Cn = Co(1 + i)^n$$

CUADRO No. 23
CONSUMO FUTURO DE PERA

AÑO	Consumo futuro en Kg $C_n = C_o(1 + i)^n$
2012	1382.196,27
2013	1436.895,63
2014	1493.759,67
2015	1552.874,07
2016	1614.327,87

Factor de crecimiento exponencial (1,04)

Fuente: Consumidores Potenciales (comerciantes minoristas)

Elaborado por: La Autora

La demanda proyectada de la pera por parte de los consumidores potenciales resulta ser muy atractiva para el proyecto ya que en el año 2011 se tendría un consumo de 1382.196,27 kilogramos y en el último año de proyección de la demanda sería de 1614.327,87 Kg, es decir el incremento es significativo.

3.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta corresponde a los oferentes de productos similares al propuesto por el proyecto.

En el Ecuador la producción de pera es muy reducida a pesar de las grandes expectativas del mercado local e internacional, en el Cantón Bolívar no existe en si una microempresa de producción solo existe pequeñas cuadras que tienen 2 a 3 plantas y son cultivados de forma tradicional y su fruto es utilizado para consumo personal mas no para comercializarlo.

3.5.1. Oferta actual

Para establecer la oferta se tomó como base los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas a 37 comerciantes o proveedores de frutas identificados en las dos ciudades a través de la organización de comerciantes de los mercados de Tulcán e Ibarra.

- **Resultados de las entrevistas aplicadas a proveedores fruta para la Ciudad de Tulcán e Ibarra (Comerciante mayoristas).**

Una vez levantado las entrevistas a los proveedores de fruta se presentan los resultados más importantes.

1. ¿Cuánto tiempo lleva en el negocio?

La mayor parte de los entrevistados tiene un promedio de tiempo comercializando la fruta de 8 años en adelante, lo que significa que conocen las ventajas y desventajas del negocio.

2. ¿La actividad es rentable?

Un buen número de comercializadores de frutas consideran a la rentabilidad del negocio como normal, ya que afirman que el mercado es muy riesgoso, unas veces es bueno otras temporadas son muy bajas debido al alza del precio del producto.

3. ¿Cuales fruta comercializa?

Entre las frutas que más se destacan en la comercialización se encuentran el banano, la manzana, uvas, peras, mangos, naranjas,

mandarinas, duraznos, ya que son las más demandadas por la población.

4. ¿Cuál es el peso de comercialización de la pera?

La mayor parte de comercializadores de peras afirman que el peso de comercialización es por cajas de 36 kilos.

5. ¿Cuál es la frecuencia de comercialización de una caja de pera de 36Kilos?

Con relación a esta pregunta manifiestan el 83% de los comercializadores de fruta lo hacen un promedio de una caja cada tres días, como también el 15% una caja cada semana y finalmente 2% en forma quincenal, esto depende de la temporada y la demanda actual de la pera.

6. ¿Cuál es el origen de la fruta?

Según los entrevistados la mayor parte de frutas son de la costa, con relación a la pera es de Ambato, claro está que existe también importación de la fruta, principalmente de Chile.

7. ¿Actualmente satisfacen la demanda?

La mayor parte de los entrevistados manifiesta que es casi imposible satisfacer la demanda ya que la frecuencia de consumo varía por muchos aspectos como por ejemplo que la fruta este siempre en el mercado lo cual es muy difícil ya que la pera es traída desde el centro del país como también del extranjero.

8. ¿Los precios de la fruta de que aspectos depende?

Con relación al precio de la fruta manifiestan que depende de factores como la presentación, calidad, peso, origen de la fruta.

CONCLUSIÓN GENERAL: Tomando como base la investigación de campo los proveedores de frutas (pera), manifiestan que la actividad es rentable ya que en el lugar donde comercializa no existe proveedores del producto originario del sector, es por eso que imponen precios muy altos al producto perjudicando de esta manera a los comerciantes de las dos ciudades y por ende al consumidor final.

Con la información recopilada se evidenció el comportamiento de la oferta de la pera en las dos ciudades objeto de estudio. Los cuales fueron obtenidos de la siguiente forma: el 83% de los comercializadores de fruta lo hacen un promedio de una caja cada tres días, como también el 15% una caja cada semana y finalmente 2% en forma quincenal multiplicado por la frecuencia de consumo y la cantidad en kilos de cada caja, da como resultado la oferta anual.

CUADRO No.24
OFERTA ACTUAL

N° Total de Comerciantes Mayoristas	Frecuencia	%	N° de Comerciantes	N° Frecuencia	Oferta de Cajas de 36 kg	Oferta Anual en Kg
37	Una caja cada tres días	83%	31	120	36	132.667,2
	Una caja semanal	15%	6	52		10.389,6
	Una caja Quincenal	2%	1	24		639,36
TOTAL		100%	37	196		143.696,16

Fuente: Proveedores de la fruta

Elaborado por: La autora

Como se puede observar en el año 2011 se ofertó a estos mercados 143696,16 kilos de la fruta, se puede decir que existe una oferta reducida ya que las expectativas de los consumidores potenciales requieren mayor cantidad de pera.

3.6. Proyección de la oferta

Para proyectar la oferta se utilizó un crecimiento paralelo a la demanda aplicando la tasa de crecimiento anual de 4%.

CUADRO No.25
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑO	Oferta futura en kg
2012	149.382,83
2013	155.294,54
2014	161.440,20
2015	167.829,07
2016	174.470,78

Factor de crecimiento exponencial (1,04)

Fuente: Proveedores de la fruta

Elaborado por: La Autora

La oferta de la pera indica un incremento mínimo lo que se considera favorable para el proyecto, porque la competencia sería reducida permitiéndole al producto entrar en nuevos mercados.

3.7. Balance demanda oferta

En este punto se contrastó la información analizada de las variables demanda y oferta para poder determinar oportunidad en el mercado representado por la demanda insatisfecha.

CUADRO No. 26
DEMANDA VS OFERTA

AÑO	DEMANDA en kg.	OFERTA en kg.	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER en kg.
2012	1382.196,27	149.382,83	1232.813,44
2013	1436.895,63	155.294,54	1281.601,09
2014	1493.759,67	161.440,20	1332.319,47
2015	1552.874,07	167.829,07	1385.045,00
2016	1614.327,87	174.470,78	1439.857,09

Elaborado por: La Autora

Con los datos obtenidos de la investigación, se demuestra que en el mercado existe una demanda por satisfacer muy atractiva para el proyecto.

3.8. DEMANDA INSATISFECHA

Comparando la oferta y la demanda se determina que es una buena oportunidad para producir y comercializar el producto ya que existe poca oferta de pera en la Ciudad de Tulcán e Ibarra.

CUADRO No. 27
DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

AÑO	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER en kg.
2012	123.2813,44
2013	1281.601,09
2014	1332.319,47
2015	1385.045,00
2016	1439.857,09

Elaborado por: La autora

Por tanto se puede decir que para el año 2012 la demanda insatisfecha identificada es de 1232.813,44 kilogramos, con este antecedente se puede plantear un programa de producción y ventas encaminado a satisfacer los requerimientos de consumo de la fruta en estas dos ciudades.

3.9. ANÁLISIS DE PRECIOS.

Para efectuar el análisis del precio de la pera se utilizó la observación directa acudiendo a los diferentes mercados de comercialización, de la dos ciudades objeto de estudio, identificando aspectos que definen el precio de venta del producto, como:

- Origen de la fruta
- Calidad
- Presentación
- Contenido

Razón por la cual no existen precios estandarizados, el precio de venta el mercado oscila entre 15 a 30 dólares, comúnmente la venta se la hace en caja de 36 kilos.

3.10. PLAN COMERCIALIZACIÓN

En esta parte se detalla las estrategias a utilizar por parte de la microempresa para hacer conocer y persuadir al cliente hacia la compra de la fruta.

3.10.1. Estrategias de producto

La fruta será distribuida en estado natural, estará empacada en cajas sellada para evitar la contaminación directa, y garantizar la calidad de la misma con un peso neto de 36 kilos, en la cara frontal se ubicará la marca del producto, el logotipo de la microempresa, y en la parte posterior la fecha de empaque y caducidad, número telefónico para pedidos y/o sugerencias para el mejoramiento del producto.

ILUSTRACIÓN No. LOGOTIPO DE LA EMPRESA

LA FINCA PERAL



**COMA PERA
VIDA DURADERA**

3.10.2. Estrategias de promoción

Para dar a conocer el producto es importante aplicar estrategias que permitan llegar al consumidor, y buscar mecanismos necesarios para que el producto logre posesionarse en el mercado y especialmente sea preferido por los consumidores potenciales.

Para dar a conocer el producto se van a utilizar las siguientes estrategias de promoción, a fin de incentivar la positiva aceptación de la fruta por parte de los consumidores, tratando de lograr un posicionamiento en la mente, la misma que se realizará por medio de estrategias tales como:

- Promover el consumo de este importante alimento, destacando su importancia y valores nutritivos, a través de presentaciones en las Radios, portadas en la prensa, página web, folletos, entre otros.
- Además se difundirán recetas caceras, para que el consumidor conozca la variedad de platos que se pueden preparar con esta fruta.

3.10.3. Estrategias de precio

Para establecer el precio del producto se ha tomado en cuenta los siguientes parámetros.

- Un precio accesible al cliente, tomando en cuenta el criterio del consumidor final.
- El precio que se le da al producto debe estar considerado en base a la demanda existente, por la competencia que exista en el mercado.
- Para establecer el precio tomamos en cuenta los costos de producción del producto y el porcentaje de utilidad que requiere la microempresa para lograr mantenerse, obteniendo una utilidad aceptable.
- Además se tomará en cuenta la posición del cliente sobre el producto, la complacencia o agrado que tiene por adquirirlo, las condiciones de calidad que debe reunir el producto para ser reconocido en el mercado.

- Se establecerá el precio tomando en cuenta las normas jurídicas que rigen el mercado dentro de la Ciudad.

3.10.4. Estrategias de plaza o distribución

Un aspecto importante dentro del estudio de mercado es sin lugar a duda determinar los canales de distribución más apropiados, debido a que permite que el producto llegue al lugar adecuado en el momento oportuno.

La distancia geográfica que existe entre compradores y vendedores, hace necesario el traslado de los productos desde el lugar de producción hasta el consumidor final, a lo que se le denomina distribución.

La forma de distribución del producto es indirecta, esto quiere decir que va de la microempresa al intermediario y finalmente al consumidor final.

ILUSTRACIÓN No. 1
CANAL DE DISTRIBUCIÓN INDIRECTO



Elaborado por: Autora

PRODUCTOR: Microempresa dedicada a la producción y comercialización de pera.

INTERMEDIARIO: Son los lugares donde se comercializan frutas de la ciudad de Tulcán e Ibarra.

CONSUMIDOR: son las poblaciones de la ciudad de Tulcán e Ibarra.

3.11. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Después de analizar las principales variables del estudio de mercado se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- De la demanda se puede decir que existe una preferencia significativa por la fruta, ya que en el año 2011 su consumo asciende a 1329.579,19 kilos.
- La oferta de la pera está dada por el número de proveedores de la fruta en los distintos mercados de las dos ciudades, el producto es nacional e importado, cabe recalcar que a nivel local no existe producción.
- La demanda insatisfecha que se obtuvo, confirma una buena oportunidad de éxito del producto en el mercado debido a que existe desabastecimiento, razón por la cual genera expectativas con la gestión del proyecto.
- El diseño de un buen plan comercial incentivará al consumo, ya que estará diseñado tomando en cuenta las necesidades tanto de consumidores potenciales y finales.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

Presentación

La finalidad de este capítulo es determinar los aspectos técnicos del proyecto en función de la eficiencia del manejo de los recursos existentes.

En dicho estudio se analizarán los siguientes aspectos:

- La localización del proyecto
- El tamaño del proyecto
- Capacidad del proyecto
- La distribución de la planta
- El proceso productivo
- Presupuesto de inversión

Los cuales deberán responder a las preguntas: ¿Dónde se implementará el proyecto?, ¿Qué tamaño y capacidad tendrá?, ¿Cómo se realizará la producción y comercialización del producto?, ¿Cuánto serán las inversiones para iniciar la gestión?, los resultados obtenidos direccionará su ejecución.

4.1. Localización Óptima del Proyecto

En esta parte se define el lugar estratégico para la gestión del proyecto tomando en cuenta factores que vaya en beneficio de la creación.

4.1.1. Macro localización

La macro localización se refiere al lugar exacto donde se llevará el desarrollo del proyecto tomando en cuenta ciertos parámetros que sean muy importantes.

El sitio seleccionado debe tener ciertas características que beneficien directamente al desarrollo del proyecto, considerando las necesidades principales para su desenvolvimiento total.

La macrolocalización del proyecto será:

País: Ecuador

Provincia: Carchi

Cantón: Bolívar

ILUSTRACIÓN No. 2
MAPA DE LA PROVINCIA DEL CARCHI

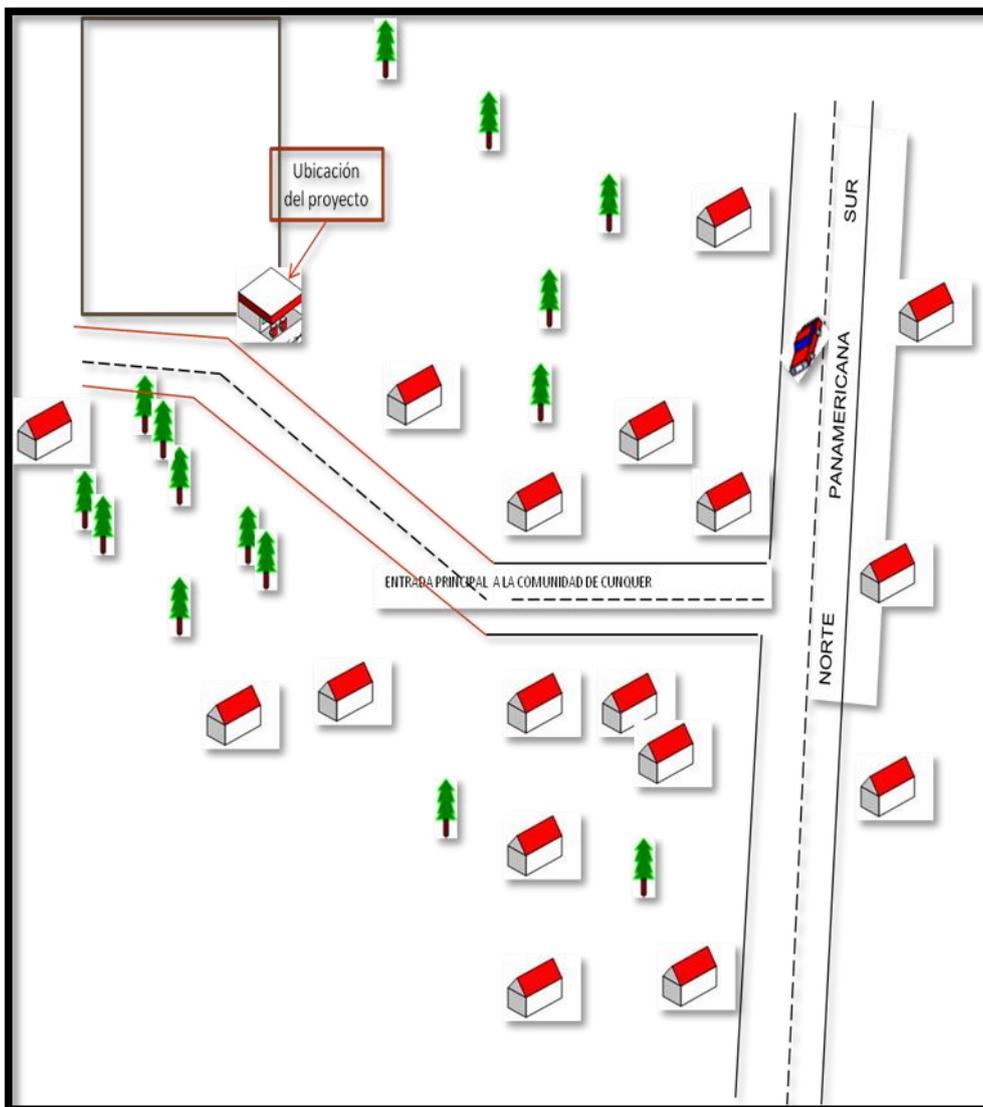


Fuente: Plan de Desarrollo del Carchi 2009
Elaborado por: La Autora

4.1.2. Micro localización

En la parte de la micro localización conoceremos el lugar exacto de la ejecución del proyecto, es decir la microempresa productora y comercializadora de pera estará ubicado en Comunidad de Cúnquer que pertenece a la Parroquia los Andes, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi.

ILUSTRACIÓN No. 3
CROQUIS DE LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



Elaborado por: La autora

4.2. Tamaño del proyecto

- **Factores condicionantes al tamaño del proyecto**

Como factores que determinan el tamaño del proyecto se ha tomado en cuenta los siguientes:

- La demanda
- Disponibilidad de la materia prima.
- Tecnología.
- Financiamiento.

- **La demanda**

La demanda se considera como un factor muy importante que determina el tamaño del proyecto, ya que a través del estudio de mercado realizado se llegó a determinar que la creación de la microempresa productora y comercializadora de pera es factible porque existe mucha escasez de la fruta.

- **Disponibilidad de materia prima.**

Es importante tener al alcance toda materia prima que sea utilizada y necesaria para la producción del cultivo, estaremos hablando de la plantas y los insumos agrícolas necesarios para su cuidado.

- **Tecnología**

La tecnología es de gran importancia tomarla en cuenta porque permitirá mejorar la producción obtener mejor rendimiento económico para la empresa, permite encontrar nuevos métodos para el manejo y cultivo del

producto. Ayuda a evitar que se desarrollen plagas y enfermedades que pueden destruir toda la producción.

- **Financiamiento**

La microempresa tendrá una inversión de 44.954 dólares el cual servirá para cubrir las inversiones para iniciar las actividades de la microempresa productora y comercializadora de pera, que a futura cuenta con las utilidades para cubrir el crédito bancario, esta inversión consta del 70% financiado y el 30% capital propio de los inversionistas

4.3. Capacidad de producción del proyecto.

Para determinar la capacidad del proyecto se ha tomado en cuenta algunos aspectos como:

Horizonte de vida del proyecto 10 años

Análisis de productividad, no comercial y comercial

Área de producción 5 hectáreas, tomando en cuenta que existe suficiente espacio en el sector se ha decidido arrendar el terreno para la producción de la fruta, esta decisión ayudará a amortiguar la inversión fija.

Para el análisis de productividad y producción de la nueva microempresa se tomó en cuenta la opinión de un experto en el tema.

CUADRO No.28
ANÁLISIS DE PRODUCTIVIDAD

DESCRIPCIÓN	PRODUCCIÓN NO COMERCIAL		PRODUCCIÓN COMERCIAL							
	ESCENARIO NULO		ESCENARIO NORMAL		ESCENARIO ÓPTIMO				ESCENARIO NORMAL	
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
KILOS	0	0	120.000	120.000	125.000	125.000	125.000	125.000	120.000	120.000

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

CUADRO No.29
PRODUCCIÓN DE LA MICROEMPRESA

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Producción Total	100%	120.000	120.000	125.000	125.000	125.000	125.000	120.000	120.000
Apta para la venta calidad A	95%	114.000	114.000	118.750	118.750	118.750	118.750	114.000	114.000
Apta para la venta calidad B	3%	3.600	3.600	3.750	3.750	3.750	3.750	3.600	3.600
No apta	2%	2.400	2.400	2.500	2.500	2.500	2.500	2.400	2.400

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: La autora

Para hacer uso eficientemente del espacio físico y tomando en cuenta que la producción comercial de la pera inicia a partir del 3 años se decidió realizar un cultivo asociado de ciclo corto por recomendación de un experto, el cual ayudará a minimizar las posibles pérdidas que genera el proyecto en los primeros años de gestión.

En base a la opinión de un experto el cultivo de ciclo corto que se puede realizar en sociedad con la fruta es el fréjol, ya que este puede cubrir los espacios dejados por la plantación de fruta, la variedad de fréjol a cultivarse es el TOA, este tiene mayor valor comercial y es muy resistente a las inclemencias del tiempo.

CUADRO No. 30
PRODUCCIÓN DE FRÉJOL

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
HECTÁREAS PARA EL CULTIVO	5
PRODUCCIÓN POR HECTÁREA	60
PRODUCCIÓN TOTAL	300

Fuente: Investigación directa.
Elaborado por: La autora

- ✓ El proyecto con la producción de la pera cubrirá en el tercer año de funcionamiento entre el 8 al 10% de la demanda insatisfecha identificada en el estudio de mercado.

4.4. Distribución de la Planta

El área que se destina para la construcción de la infraestructura es de 125 m² distribuida de la siguiente manera:

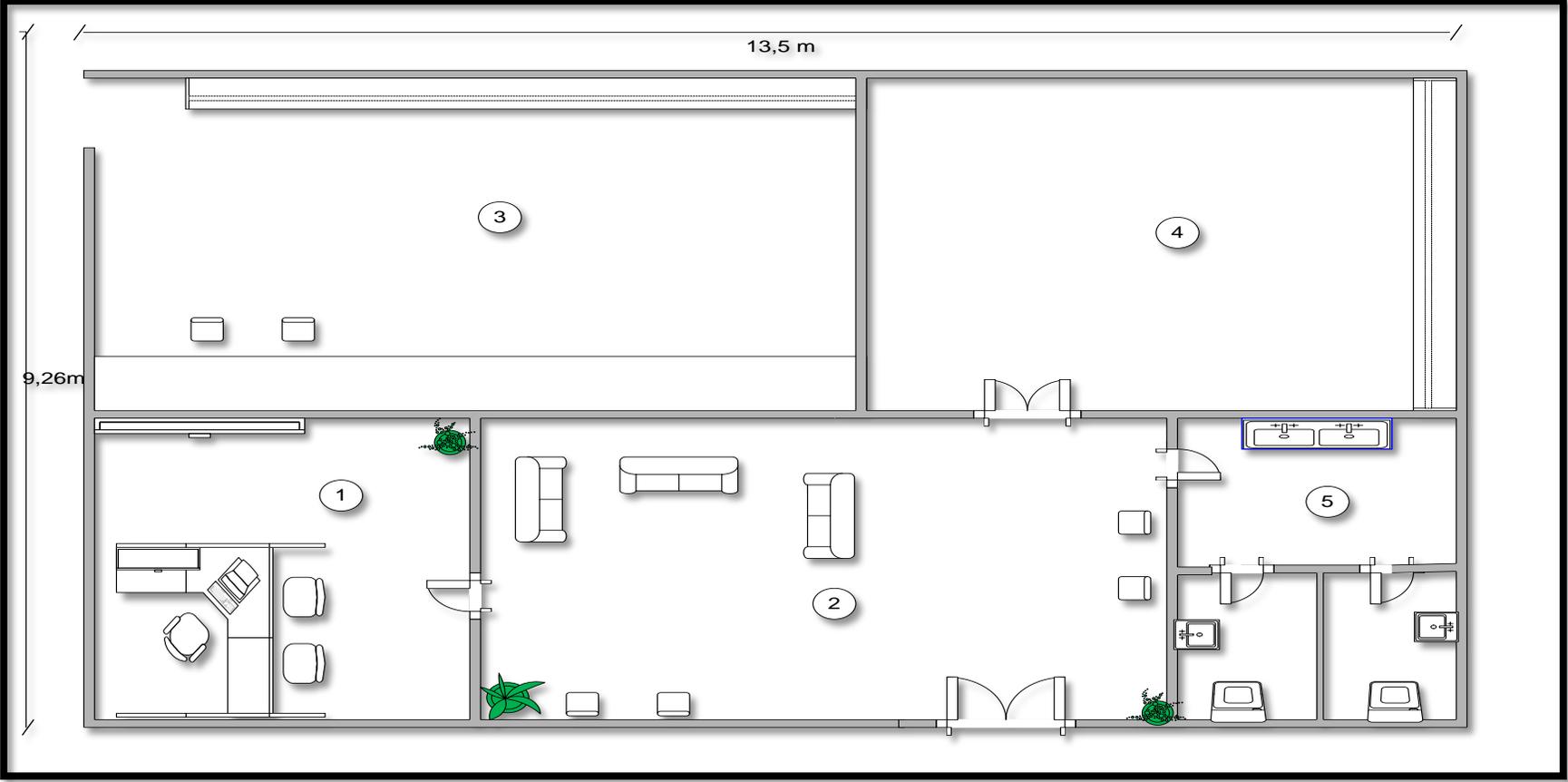
CUADRO No.31
DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES

N°	ÁREA	m ²
1	GERENCIA	9
2	RECEPCIÓN	26
3	BODEGA DEL PRODUCTO	48
4	CUARTO DE HERRAMIENTAS	30
5	BAÑO	12
TOTAL		125

Elaborado por: La autora

- **Diseño de la planta**

ILUSTRACIÓN No.4
DISEÑO DE INSTALACIONES



Elaborado por: La autora

4.5. Proceso de producción.

Para describir las etapas de producción de la pera se ha solicitado la asesoría de un Ingeniero Agrónomo.

- **Preparación del Terreno**

Se inicia con la preparación del terreno utilizando la arada y la rastra, la cual permite que el terreno absorba aire nuevo removiendo la impureza de la tierra y calentando por un tiempo para obtener mejores resultados en el crecimiento de la planta.

Para empezar con la siembra de la planta se debe realizar la desinfección del suelo para evitar las enfermedades que pueden afectar en el crecimiento de la planta.

Es necesario tomar en cuenta que la preparación del terreno es muy importante porque le permite a la planta desarrollarse normalmente dando una adecuada distribución de espacios una canalización de riego que permita a la planta absorber los minerales que necesita.

- **Plantación**

Los marcos de plantación son muy variables, dependiendo de los patrones empleados, así como de las distintas formaciones. Por ello las distancias entre árboles e hileras pueden oscilar entre 3x4 m, 2,5x4m siendo la más óptima 3X3m.

Para evitar la excesiva densidad y el consiguiente sombreado, son necesarios procedimientos especiales de manejo posteriores a la

plantación y deben realizarse podas considerables, tanto laterales como en la parte superior.

- **Abonado**

La fertilidad debe ser media o incluso algo baja, para evitar el exceso de vigor y la profundidad superior a los 50 cm. Empleando estiércol descompuesto de composición media, se debe aplicar cada año 0,700 kg/m² y haciendo el abono cada tres años, 2,100 kg/m². Conviene, sin embargo, alternar el estiércol con los abonos químicos. Un abonado NPK 1-1-1, se emplea generalmente en regiones húmedas. En el caso que estos valores disminuyan pueden aparecer deficiencias. En regiones áridas la deficiencia en potasio se corrige empleando 2.5 toneladas por hectárea de sulfato potásico. Si el boro es deficiente cada tercer año debe añadirse 30 kg de ácido bórico por hectárea, al comienzo del otoño, para corregir el agrietamiento de la piel y pulpa y el bronceado y arrosado de las hojas. En suelos con pH elevado es más eficiente una pulverización con 0.36 kg de borax en 100 litros de agua.

- **Riego**

Es indispensable mantener un sistema de riego que sea permanente porque ayuda a la planta a crecer rápido y evita plagas y enfermedades que pueden ser fatales en su desarrollo.

La mayoría de las plantaciones de perales están en regadío, ya sea a manta o por riego localizado.

El peral necesita para su buen desarrollo y producción una cantidad de 700 a 800 mm de agua, especialmente sin déficit en los meses de verano, previos a la recolección, suministrados por la lluvia o por riego.

- **Control de malezas**

Generalmente el suelo se mantiene con hierba segada en la calle o limpio (con herbicidas o de forma mecánica) en la hilera de los árboles. En la mayoría de las plantaciones jóvenes es frecuente mantenerlas labradas los 2 ó 3 primeros años.

Contra malas hierbas anuales se recomienda el uso de Diuron 28.5% + Terbutilazina 28.5%, presentado como suspensión concentrada, a una dosis de 4-8 l/ha.

En áreas húmedas, es conveniente en el caso de perales jóvenes utilizar el tratamiento con herbicidas en las hileras y a partir del tercer año, se mantienen los árboles bajo el sistema de tapiz permanente y tratamiento con herbicida en la hilera o tapiz permanente y cubierta protectora (mulching).

- **Poda**

Se aplica este proceso porque le ayuda a la planta a tener forma desde un inicio de su crecimiento y esto ayuda a mejorar la producción y cosechar un producto de calidad.

El peral puede adaptarse a todo tipo de formas, pero las más adecuadas son: pirámide, huso, cordón vertical, cordón horizontal simple, palmeta simple y palmeta doble. En las localidades de clima caluroso se recomiendan las formas libres y si están demasiado sometidas al viento,

las pirámides y los usos. Del mismo modo se prefieren las formas libres en los terrenos muy ricos y profundos. Sin embargo, en climas húmedos, expuestos a las heladas tardías primaverales y las tempranas otoñales, convienen las formas apoyadas, y si el terreno es poco fértil y superficial, también convienen en general las formas pequeñas.

La poda de producción o fructificación consiste en obtener y mantener sobre los brazos únicamente ramos de fruto. El fruticultor ha de procurar, como objetivo principal, la producción de lamburdas provistas de bolsas, dardos fructíferos y vegetativos y brindillas. La poda de estas lamburdas se debe regular de manera que se obtengan constantemente frutos lo más próximos al brazo, sin agotar demasiado la planta. Con el despunte se persigue hacer afluir a los dardos la máxima cantidad de savia.

- **Plagas y enfermedades**

Existen una variedad de enfermedades que impide el desarrollo del fruto estas plagas son conocidas como: Mosca del fruto, nematodos, podredumbre, pudrición del péndulo de la hoja, son controlables tratándoles a tiempo.

- **Cosecha de la Pera**

El proceso consiste en recolectar la fruta, lo que es recomendable cosecharla cuando este iniciando su coloración se lo realiza con mucho cuidado para evitar el ingreso de plagas por el pedúnculo del fruto.

Los perales tienen tendencia a la caída de fruta antes de ser cosechadas. La caída puede incrementarse si las plantas son deficientes en boro, magnesio o humedad, o si están excesivamente fertilizadas con nitrógeno. Por tanto, la aplicación con hormonas se ha convertido en una

práctica habitual aplicándose 10 ppm de ácido naftalenoacético. Debiendo respetar las recomendaciones indicadas por el fabricante del producto tanto en la cantidad como en la forma de aplicarlo. Se aplica, generalmente, cerca de cinco a diez días antes de la cosecha, o bien cuando aparece la primera evidencia de una caída normal de las frutas. Estas pulverizaciones hormonales aceleran la maduración tanto si la fruta está o no en la planta.

Las peras, a diferencia de la mayoría de las frutas procedentes de árboles caducos, presentan mejor calidad cuando se cosechan en un estado ligeramente verde.

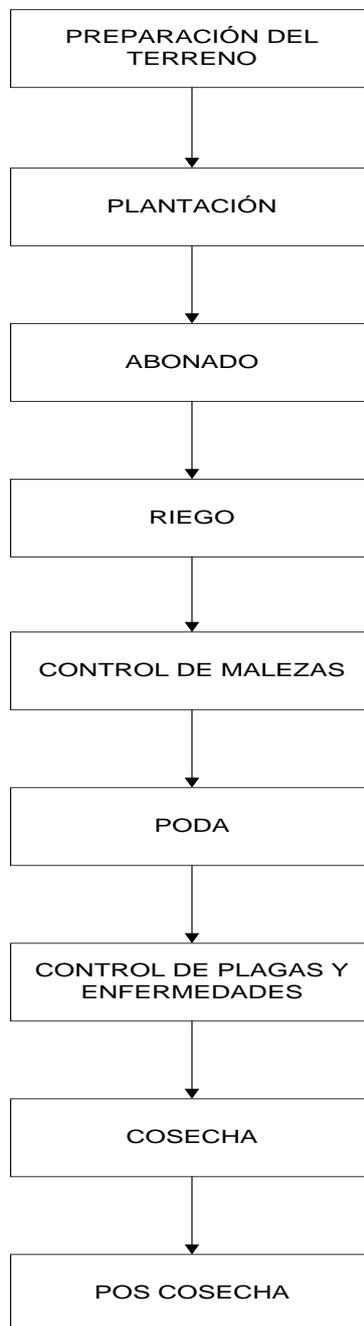
Resulta difícil seleccionar el momento apropiado para la cosecha de peras. A medida que la fruta se desarrolla y madura, los estados más obvios incluyen aumento en el tamaño, incremento del contenido de azúcares, sólidos solubles, en los constituyentes que determinan el ablandamiento y propiedades aromáticas y un cambio gradual en el color de la base que cambia de verde a verde amarillento, seguido por el amarillo verdoso y finalmente se torna totalmente amarilla.

Las peras de otoño deben recogerse inmaduras, apenas hayan alcanzado su máximo volumen. Las peras de invierno se recogen cuando empieza a caer la hoja, ya que si se recolectan demasiado pronto se marchita la corteza y la pulpa.

- **Manejo de Pos cosecha**

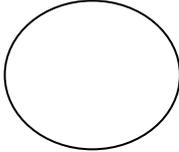
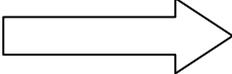
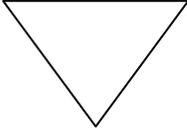
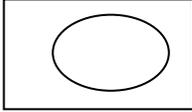
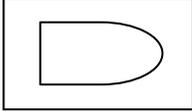
Consiste en el manejo que se le dará al fruto después de la cosecha, la forma que se la comercializará es decir el destino final que tiene después de realizar algunos procesos como el empacamiento el cual tiene como finalidad dar mejor apariencia al fruto.

4.5.1. Diagrama de Bloque



4.5.2. Flujograma de Producción

- Simbología utilizada.

SIGNIFICADO	SIMBOLO
OPERACIÓN	
TRANSPORTE	
DEMORA	
ALMACENAMIENTO	
OPERACIÓN COMBINADA	
OPERACIÓN COMBINADA	

CUADRO No. 32
FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN DE LA PERA

Nº	Detalle del método	Actividad						Tiempo en meses	Observaciones
1	PREPARACIÓN DEL TERRENO							1	Movimientos de Tierra
2	PLANTACIÓN							1	Transporte de plantas para la siembra
3	ABONADO							0,5	Aplicación de fertilizantes
4	RIEGO							2	Empapar de Agua
5	CONTROL DE MALEZAS							4	Aplicación de herbicidas y labores manuales
6	PODA							2	Tiempo para podas
7	CONTROL DE PLAGAS Y ENFERMEDADES							1	Aplicación de insecticidas
8	COSECHA							16	Recolección de frutas
9	POS COSECHA							0,5	Tratamiento de frutas
TOTAL								28	

Fuente: Bibliográfica
Elaborado por: La autora

4.6. Presupuesto de Inversiones

4.6.1. Inversión Fija

Para la ejecución del proyecto es necesaria la adquisición de activos fijos indispensables para su realizar en forma eficiente las actividades de la microempresa. A continuación se darán a conocer los más importantes.

- **Obra civil**

De acuerdo al requerimiento para el desarrollo del proyecto es necesario la construcción de algunas áreas como: área administrativa, bodegas entre las más importantes, para el almacenamiento de la fruta, para guardar los insumos y herramientas. El material utilizado para la construcción será de bloque las paredes y la cubierta de eternit con terminados rústicos, esto ayudara a disminuir el costos en la construcción.

CUADRO No. 33
INFRAESTRUCTURA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Infraestructura	m2	125	45,00	5.625,00
TOTAL				5.625,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

- **Vehículo**

Para la distribución del producto se debe comprar una camioneta la misma que se utilizará tanto para trasladar los productos como para otras labores necesarias en la microempresa

CUADRADO No.34

VEHICULO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vehículo	1	7.500,00	7.500,00
TOTAL			7.500,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

- **Maquinaria y equipo**

Será necesario adquirir maquinaria y equipo, para realizar el trabajo agrícola.

CUADRO No. 35

MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de Fumigación a motor	1	780,00	780,00
Carro Transportador	1	250,00	250,00
TOTAL			1.030,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

- **Herramientas agrícolas**

Se necesita contar con todas las herramientas para las labores agrícolas para el proceso productivo.

CUADRO No.36

HERRAMIENTAS Y MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Carretilla	1	140,00	140,00
Azadones	20	12,00	240,00
Palas	3	5,00	15,00
Tanque de gas	1	30,00	30,00
Botas	8	14,00	112,00
Rastrillos	12	5,00	60,00
Trinches	12	4,00	48,00
Guantes	15	1,20	18,00
Cubetas	100	4,00	400,00
TOTAL			1.063,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

- **Mueble y enseres**

Son los muebles y enseres que corresponde a cada área administrativa, de producción y comercialización de la microempresa.

CUADRO No.37

MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio Modular Pequeño	2	160,00	320,00
Archivador vertical	2	150,00	300,00
Sillas giratorias	3	45,00	135,00
Sillas	8	20,00	160,00
Mesa de madera grande	1	120,00	120,00
TOTAL			1.035,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

- **Equipo de computación**

La microempresa requiere también de equipos de computación.

CUADRO No. 38
EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador PC	1	890,00	890,00
TOTAL			890,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

- **Equipo de Oficina**

Entre los equipos de oficina se tenemos impresora y teléfono los cuales son necesarios para las actividades productivas y comerciales de la microempresa.

CUADRO No. 39
EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Impresora Multifunción	1	270,00	270,00
Teléfono	1	80,00	80,00
TOTAL			350,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

CUADRO No.40
RESUMEN DE LA INVERSION EN ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Infraestructura	5.625,00
Maquinaria y equipo	1.030,00
Herramientas para la producción	1.063,00
Vehículo	7.500,00
Muebles y enseres	1.035,00
Equipo de computación	890,00
Equipo de oficina	350,00
Imprevistos 5%	874,65
TOTAL	18.367,65

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

4.6.2. Inversión Diferida

Estos gastos implican los permisos de constitución como patentes, gastos legales y demás permisos de funcionamiento para la gestión de la microempresa.

CUADRO No. 41
GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR
Permisos de Constitución	250
TOTAL	250

4.6.3. Inversión Variable o capital de trabajo.

Es el conjunto de recursos, constituidos por activos corrientes, utilizados para la operación normal del proyecto durante el plazo en el cual el proyecto alcance su independencia operativa, que dependerá de su capacidad y tamaño determinados.

El capital de trabajo para el presente proyecto es de 10 meses.

CUADRO No.42
CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN		
Preparación del suelo	175	
Mano de obra	2.366,67	
Insumos	7.444,44	
Otros indirectos	774,03	
Subtotal (CP)		10.760,14
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos y salarios	12.503,84	
Suministros de oficina	156,03	
Servicios básicos	400,00	
Mantenimiento Computación	100	
Subtotal total (GA)		13.159,87
GASTOS DE VENTAS		
Publicidad	500	
Combustible	1.000,00	
Mantenimiento Vehículo	400,00	
Subtotal total (GV)		1.900,00
Total		25.820,01
Imprevistos 2%		516,40
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		26.336,41

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

A través del estudio financiero se logrará determinar la rentabilidad que dejará el proyecto desde un inicio de su producción, dando así confianza a los inversionistas.

5.1. Estructura de la Inversión.

La inversión del proyecto está conformada por: inversión fija, inversión diferida e inversión variable.

CUADRO No. 43
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN.

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Activos Fijos	18.367,65
Activos Diferidos	250,00
Capital de trabajo	26.336,41
TOTAL	44.954,06

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

5.2. INGRESOS.

Los ingresos representan el dinero que percibirá la microempresa por la venta de los productos.

Para este caso son de la venta de fréjol y su producto principal como es de la pera.

5.2.1. Proyección de Ingresos

Se ha realizado la proyección de ingresos del fréjol y de la pera, para el primer producto la cantidad de producción está basado en el análisis del estudio técnico de la capacidad del proyecto igualmente para la producción de pera, el precio del producto está asignado según el mercado y al análisis de costos y gastos de mismo, con un crecimiento anual de 4% según la tendencia de la inflación de los últimos 5 años.

CUADRO No. 44
INGRESOS POR LA VENTAS DE FRÉJOL

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2
Quintales	300	300
Valor	160	166,4
TOTAL	48000	49920

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora

CUADRO No. 45

INGRESOS POR LA VENTA DE PERA CALIDAD A

DESCRIPCIÓN	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Cajas de 36 kg calidad A	3.167,00	3.167,00	3.299,00	3.299,00	3.299,00	3.299,00	3.167,00	3.167,00
Precio	22,00	22,88	23,80	24,75	25,74	26,77	27,84	28,95
Total de ingresos proyectados A	69.674,00	72.460,96	78.500,36	81.640,38	84.905,99	88.302,23	88.159,84	91.686,23

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora

CUADRO No.46

INGRESOS POR LA VENTA DE PERA CALIDAD B

DESCRIPCIÓN	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Cajas 36 kg calidad B	100	100	104	104	104	104	100	100
Precio	18,00	18,72	19,47	20,25	21,06	21,90	22,78	23,69
Total de ingresos proyectados B	1.800,00	1.872,00	2.028,00	2.109,12	2.193,48	2.281,22	2.277,57	2.368,68

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora

CUADRO No. 47

INGRESOS TOTALES

AÑOS	3	4	5	6	7	8	9	10
Total de ingresos proyectados A+B	71.474,00	74.332,96	80.528,36	83.749,50	87.099,48	90.583,46	90.437,41	94.054,91

Elaborado por: La autora

5.3. EGRESOS

Los egresos representan las erogaciones que necesita realizar la microempresa para el desenvolvimiento óptimo de las actividades.

5.3.1. Costos de Producción.

En los costos de producción la cantidad de los diferentes rubros depende del área, el crecimiento de la planta ver Anexo G, y su precio asciende anualmente según la tendencia de la inflación del 4% de los últimos cinco años.

➤ Costos directos

El costo de producción se tomará en cuenta todos los gastos realizados en el proceso de producción como: materia prima, mano de obra, costos generales de fabricación.

- **Materia Prima Directa.**

Dentro de la materia prima se tomará en cuenta la semilla de la pera ya que es lo más importante dentro de la producción de la misma.

- **Mano de Obra Directa.**

Dentro de la mano de obra tenemos el recurso humano que se necesita para el cultivo y cuidado del producto.

- **Insumos**

Dentro de los insumos se encuentra la cantidad de plantas de pera, fertilizantes insecticidas.

➤ Costos Indirectos de Producción

- **Arriendo**

Se encuentra el gasto por arriendo por el terreno de 5 hectáreas

- **Pago de agua de riego**

Existe el rubro por el pago del uso del agua.

A continuación se detalla estos costos tanto de la pera y del fréjol en función del periodo de crecimiento para luego en los años posteriores crecen en base de la inflación proyectada del 4%

CUADRO No.48

COSTOS PRODUCCIÓN PRIMER AÑO PERA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
A. COSTOS DIRECTOS				
1. Preparación del suelo				
Arada y rastrada	horas/tractor	12,00	15,00	180,00
Surcado	horas/tractor	2,00	15,00	30,00
Subtotal preparación del suelo				210,00
2. Mano de Obra				
Siembra	jornal	25,00	8,00	200,00
Fertilización	jornal	40,00	8,00	320,00
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	90,00	8,00	720,00
Deshierba	jornal	140,00	8,00	1.120,00
Aporque	jornal	60,00	8,00	480,00
Subtotal mano de obra				2.840,00
3. Insumos				
Plantas	unidades	5.555,56	0,60	3.333,33
Fertilizante	kg	4.000,00	0,80	3.200,00
Insecticidas, fungicidas	kg	60,00	40,00	2.400,00
Subtotal insumos				8.933,33
SUBTOTAL COSTOS DIRECTOS				11.983,33
B. COSTOS INDIRECTOS				
Imprevistos (7 % subtotal Costos directos)				838,83
Arriendo				2.500,00
Pago del agua de riego				90,00
SUBTOTAL COSTOS INDIRECTOS				3.428,83
TOTAL DE COSTOS				15.412,17

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

CUADRO No. 49
COSTOS PRODUCCIÓN SEGUNDO AÑO PERA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
A. COSTOS DIRECTOS				
Subtotal preparación del suelo				0,00
2. Mano de Obra				
Fertilización	jornal	40,00	8,32	332,80
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	90,00	8,32	748,80
Deshierba	jornal	140,00	8,32	1.164,80
Aporque	jornal	60,00	8,32	499,20
Subtotal mano de obra				2.745,60
3. Insumos				
Fertilizante	kg	4.000,00	0,83	3.328,00
Insecticidas, funguicidas	kg	60,00	41,60	2.496,00
Subtotal insumos				5.824,00
SUBTOTAL COSTOS DIRECTOS				8.569,60
B. COSTOS INDIRECTOS				
Imprevistos (7 % subtotal Costos directos)				599,87
Arriendo				2.600,00
Pago del agua de riego				93,60
SUBTOTAL COSTOS INDIRECTOS				3.293,47
TOTAL DE COSTOS				11.863,07

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

CUADRO No. 50
COSTOS PRODUCCIÓN TERCER AÑO PERA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
A. COSTOS DIRECTOS				
1. Preparación del suelo				
2. Mano de Obra				
Fertilización	jornal	60,00	8,65	519,17
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	150,00	8,65	1.297,92
Deshierba	jornal	140,00	8,65	1.211,39
Aporque	jornal	60,00	8,65	519,17
Subtotal mano de obra				3.547,65
3. Insumos				
Fertilizante	kg	6.000,00	0,87	5.191,68
Insecticidas, funguicidas	kg	180,00	43,26	7.787,52
Subtotal insumos				12.979,20
SUBTOTAL COSTOS DIRECTOS				16.526,85
B. COSTOS INDIRECTOS				
Imprevistos (7 % subtotal Costos directos)				1.156,88
Arriendo				2.704,00
Pago del agua de riego				97,34
SUBTOTAL COSTOS INDIRECTOS				3.958,22
TOTAL DE COSTOS				20.485,07

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

CUADRO No. 51
COSTOS PRODUCCIÓN PRIMER AÑO FRÉJOL

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
A. COSTOS DIRECTOS				
1. Preparación del suelo				
Subtotal preparación del suelo				
2. Mano de Obra				
Siembra	jornal	25,00	8,00	200,00
Fertilización	jornal	20,00	8,00	160,00
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	60,00	8,00	480,00
Deshierba	jornal	70,00	8,00	560,00
Aporque	jornal	30,00	8,00	240,00
Subtotal mano de obra				1.640,00
3. Insumos				
Semilla	Kg	250,00	4,00	1.000,00
Fertilizante	kg	1.500,00	0,80	1.200,00
Insecticidas, fungicidas	kg	20,00	40,00	800,00
Costales	Unidades	150,00	0,25	37,50
Subtotal insumos				3.037,50
SUBTOTAL COSTOS DIRECTOS				4.677,50
B. COSTOS INDIRECTOS				
Imprevistos (3 % subtotal Costos directos)				140,33
SUBTOTAL COSTOS INDIRECTOS				140,33
TOTAL DE COSTOS				4.817,83

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

CUADRO No. 52
COSTOS PRODUCCIÓN SEGUNDO AÑO FRÉJOL

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
A. COSTOS DIRECTOS				
1. Preparación del suelo				
Subtotal preparación del suelo				
2. Mano de Obra				
Siembra	jornal	25,00	8,32	208,00
Fertilización	jornal	20,00	8,32	166,40
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	60,00	8,32	499,20
Deshierba	jornal	70,00	8,32	582,40
Aporque	jornal	30,00	8,32	249,60
Subtotal mano de obra				1.705,60
3. Insumos				
Semilla	kg	250,00	4,16	1.040,00
Fertilizante	kg	1.500,00	0,83	1.248,00
Insecticidas, fungicidas	kg	20,00	41,60	832,00
Costales	unidades	150,00	0,26	39,00
Subtotal insumos				3.159,00
SUBTOTAL COSTOS DIRECTOS				4.864,60
B. COSTOS INDIRECTOS				
Imprevistos (7 % subtotal Costos directos)				340,52
SUBTOTAL COSTOS INDIRECTOS				340,52
TOTAL DE COSTOS				5.205,12

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

CUADRO No. 53
RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN TOTALES

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS DIRECTOS										
Preparación del suelo	210,00	0,00	0,00	0,00	0,00					
Mano de obra	4.480,00	4.451,20	3.547,65	3.689,55	3.837,14	3.990,62	4.150,25	4.316,26	4.488,91	4.668,46
Insumos	11.970,83	8.983,00	12.979,20	13.498,37	14.038,30	14.599,83	15.183,83	15.791,18	16.422,83	17.079,74
COSTOS INDIRECTOS										
Imprevistos (subtotal Costos directos)	979,16	940,39	1.156,88	1.203,15	1.251,28	1.301,33	1.353,39	1.407,52	1.463,82	1.522,37
Arriendo de una ha/año	2.500,00	2.600,00	2.704,00	2.812,16	2.924,65	3.041,63	3.163,30	3.289,83	3.421,42	3.558,28
Pago de agua de riego	90,00	93,60	97,34	101,24	105,29	109,50	113,88	118,43	123,17	128,10
TOTAL	20.229,99	17.068,19	20.485,07	21.304,47	22.156,65	23.042,92	23.964,64	24.923,22	25.920,15	26.956,96

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

5.3.2. Gastos Administrativos

Dentro de los gastos administrativos tenemos: sueldos del personal administrativo, suministros de oficina, servicios básicos, mantenimiento computación depreciaciones, los cuales crecen anualmente al 4% según la inflación.

➤ Sueldos Administrativos.

CUADRO No. 54
SUELDOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Administrador	5.702,30	5.930,39	6.167,61	6.414,31	6.670,88	6.937,72	7.215,23	7.503,84	7.803,99	8.116,15
Contadora	4.372,91	4.547,83	4.729,74	4.918,93	5.115,69	5.320,32	5.533,13	5.754,45	5.984,63	6.224,02
Técnico Agrónomo	4.929,40	5.126,58	5.331,64	5.544,90	5.766,70	5.997,37	6.237,26	6.486,75	6.746,22	7.016,07
TOTAL	15.004,61	15.604,80	16.228,99	16.878,15	17.553,27	18.255,40	18.985,62	19.745,05	20.534,85	21.356,24

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

➤ **Suministros de Oficina.**

CUADRO No.55
SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Calculadora	2,00	20,00	40,00	41,60	43,26	44,99	46,79	48,67	50,61	52,64	54,74	56,93
Perforadora	1,00	1,11	1,11	1,15	1,20	1,25	1,30	1,35	1,40	1,46	1,52	1,58
Grapadora	1,00	3,12	3,12	3,24	3,37	3,51	3,65	3,80	3,95	4,11	4,27	4,44
Papel resma	8,00	3,50	28,00	29,12	30,28	31,50	32,76	34,07	35,43	36,85	38,32	39,85
Carpetas	30,00	0,30	9,00	9,36	9,73	10,12	10,53	10,95	11,39	11,84	12,32	12,81
Esferográfico	20,00	0,30	6,00	6,24	6,49	6,75	7,02	7,30	7,59	7,90	8,21	8,54
Tinta impresora	4,00	12,00	48,00	49,92	51,92	53,99	56,15	58,40	60,74	63,16	65,69	68,32
Cuaderno	6,00	1,50	9,00	9,36	9,73	10,12	10,53	10,95	11,39	11,84	12,32	12,81
Lápiz	12,00	1,50	18,00	18,72	19,47	20,25	21,06	21,90	22,78	23,69	24,63	25,62
Borrador	8,00	0,25	2,00	2,08	2,16	2,25	2,34	2,43	2,53	2,63	2,74	2,85
Basureros	3,00	5,00	15,00	15,60	16,22	16,87	17,55	18,25	18,98	19,74	20,53	21,35
Libretines (facturas)	2,00	4,00	8,00	8,32	8,65	9,00	9,36	9,73	10,12	10,53	10,95	11,39
TOTAL			187,23	194,72	202,51	210,61	219,03	227,79	236,91	246,38	256,24	266,49

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

➤ **Servicios Básicos.**

Los gastos realizados por los servicios básicos son justificados porque son utilizados para el funcionamiento de la microempresa.

CUADRO No.56
SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Luz	300	312	324	337	351	365	380	395	411	427
Agua	180	187	195	202	211	219	228	237	246	256
TOTAL	480	499	519	540	562	584	607	632	657	683

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

➤ **Mantenimiento Computación**

El mantenimiento de los equipos de computación se los debe realizar constantemente, para tener un trabajo eficiente y de calidad.

CUADRO No.57
MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Mantenimiento computación	120	125	130	135	140	146	152	158	164	171

Elaborado por: La Autora

CUACRO No.58
RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Sueldos	15.004,61	15.604,80	16.228,99	16.878,15	17.553,27	18.255,40	18.985,62	19.745,05	20.534,85	21.356,24
Suministros de Oficina	187,23	194,72	202,51	210,61	219,03	227,79	236,91	246,38	256,24	266,49
Servicios Básicos	480,00	499,20	519,17	539,93	561,53	583,99	607,35	631,65	656,91	683,19
Mantenimiento Computación	120,00	124,80	129,79	134,98	140,38	146,00	151,84	157,91	164,23	170,80
Depreciación Activos fijos	1.452,99	1.452,99	1.452,99	1.462,87	1.462,87	1.255,21	1.255,21	1.255,21	1.255,21	1.255,21
TOTAL	17.244,83	17.876,50	18.533,44	19.226,55	19.937,10	20.468,40	21.236,93	22.036,19	22.867,43	23.731,92

Elaborado por: La Autora

5.3.3. Gastos de Ventas.

En los gastos de ventas se toma en cuenta, la publicidad, empaques, combustible y mantenimiento del vehículo, los mismos cambian cada año, estos crecen según la inflación excepto los empaques que tiene que ver con la cantidad.

➤ **Publicidad.**

CUADRO No.59

PUBLICIDAD.

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Publicidad	600,00	624,00	648,96	674,92	701,92	729,99	759,19	789,56	821,14	853,99

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

➤ **Empaques**

CUADRO No. 60

CÁLCULO DE EMPAQUES

AÑO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
3	Caja y etiquetas	3.267,00	0,25	816,75
4	Caja y etiquetas	3.267,00	0,26	849,42
5	Caja y etiquetas	3.403,17	0,27	920,22
6	Caja y etiquetas	3.403,17	0,28	957,02
7	Caja y etiquetas	3.403,17	0,29	995,31
8	Caja y etiquetas	3.403,17	0,30	1.035,12
9	Caja y etiquetas	3.267,00	0,32	1.033,45
10	Caja y etiquetas	3.267,00	0,33	1.074,79

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

CUADRO No. 61
GASTO ANUAL POR EMPAQUES

DESCRIPCIÓN	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Empaques	816,75	849,42	920,22	957,02	995,31	1.035,12	1.033,45	1.074,79
TOTAL	816,75	849,42	920,22	957,02	995,31	1.035,12	1.033,45	1.074,79

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

➤ **Combustible Mantenimiento Vehículo.**

CUADRO No.62
COMBUSTIBLE MANTENIMIENTO VEHÍCULO.

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Combustible vehículo	1.200,00	1.248,00	1.297,92	1.349,84	1.403,83	1.459,98	1.518,38	1.579,12	1.642,28	1.707,97
Mantenimiento vehículo	480,00	499,20	519,17	539,93	561,53	583,99	607,35	631,65	656,91	683,19
TOTAL	1.680,00	1.747,20	1.817,09	1.889,77	1.965,36	2.043,98	2.125,74	2.210,77	2.299,20	2.391,16

Elaborado por: La Autora

CUADRO No.63
RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Publicidad	600,00	624,00	648,96	674,92	701,92	729,99	759,19	789,56	821,14	853,99
Empaques			816,75	849,42	920,22	957,02	995,31	1.035,12	1.033,45	1.074,79
Combustible y Mantenimiento	1.680,00	1.747,20	1.817,09	1.889,77	1.965,36	2.043,98	2.125,74	2.210,77	2.299,20	2.391,16
TOTAL	2.280,00	2.371,20	3.282,80	3.414,11	3.587,49	3.730,99	3.880,23	4.035,44	4.153,79	4.319,94

Elaborado por: La Autora

5.3.4. Gastos Financieros

Para que la microempresa inicie con las actividades se necesita obtener un crédito de 30.637 dólares los cuales generan intereses que son erogaciones del proyecto.

CUADRO No.64
GASTOS FINANCIEROS.

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Intereses	3.555,87	3.346,27	3.112,99	2.853,36	2.564,38	2.242,75	1.884,77	1.486,34	1.042,89	549,33

Elaborado por: La Autora

5.3.5. Resumen de Costos y Gastos

CUADRO No.65
RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Costos de producción	20.229,99	17.068,19	20.485,07	21.304,47	22.156,65	23.042,92	23.964,64	24.923,22	25.920,15	26.956,96
Gastos de Administrativos	17.244,83	17.876,50	18.533,44	19.226,55	19.937,10	20.468,40	21.236,93	22.036,19	22.867,43	23.731,92
Gastos de Ventas	2.280,00	2.371,20	3.282,80	3.414,11	3.587,49	3.730,99	3.880,23	4.035,44	4.153,79	4.319,94
Otros Gastos	1.063,00	1.116,15	1.171,96	1.230,56	1.292,08	1.356,69	1.424,52	1.495,75	1.570,54	1.649,06
Gastos Financieros	3.555,87	3.346,27	3.112,99	2.853,36	2.564,38	2.242,75	1.884,77	1.486,34	1.042,89	549,33
Gasto de Amortización Diferidos	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	44.423,68	41.828,32	46.636,26	48.079,04	49.587,70	50.841,74	52.391,09	53.976,95	55.554,80	57.207,21

Elaborado por: La Autora

5.4. Financiamiento

Es necesario para iniciar con las actividades de la microempresa tener un capital de 43.767 dólares el mismo que será el 70% se pedirá un préstamo al Banco de Fomento, cuya deuda se amortiza de la siguiente manera:

CAPITAL= 31.468

TASA= 11,30%

TIEMPO=10

CUOTA= ANUAL

CUADRO No. 66
TABLA DE AMORTIZACIÓN

PERIODO	CUOTA DE PAGO	INTERES	PAGO AL PRINCIPAL	SALDO INSOLUTO
0				31467,84
1	5.410,68	3.555,87	1.854,81	29.613,03
2	5.410,68	3.346,27	2.064,41	27.548,62
3	5.410,68	3.112,99	2.297,68	25.250,94
4	5.410,68	2.853,36	2.557,32	22.693,61
5	5.410,68	2.564,38	2.846,30	19.847,31
6	5.410,68	2.242,75	3.167,93	16.679,38
7	5.410,68	1.884,77	3.525,91	13.153,47
8	5.410,68	1.486,34	3.924,34	9.229,13
9	5.410,68	1.042,89	4.367,79	4.861,35
10	5.410,68	549,33	4.861,35	0,00
TOTAL	27.053,39	22.638,95	31.467,84	

Elaborado por: La Autora

5.5. Depreciación y Amortización

En el transcurso del tiempo los activos fijos van perdiendo su valor.

$$DEPRECIACIÓN = \frac{COSTO HISTÓRICO - VALOR RESIDUAL}{VIDA UTIL}$$

CUADRO No. 67

DEPRECIACIÓN

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	VR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Infraestructura	5.625,00	281,25	267,19	267,19	267,19	267,19	267,19	267,19	267,19	267,19	267,19	267,19
Maquinaria y Equipo	1.030,00	103	92,7	92,7	92,7	92,7	92,7	92,7	92,7	92,7	92,7	92,7
Herramientas para la producción	1.063,00	106,3	95,67	95,67	95,67	95,67	95,67	95,67	95,67	95,67	95,67	95,67
Muebles y Enseres	1035,00	103,5	93,15	93,15	93,15	93,15	93,15	93,15	93,15	93,15	93,15	93,15
Equipo de Computación	890,00	296,67	197,78	197,78	197,78							
Renovación de equipo de Computación	934,50	311,50				207,67	207,67					
Equipo de Oficina	350,00	35	31,5	31,5	31,5	31,5	31,5	31,5	31,5	31,5	31,5	31,5
Vehículo	7.500,00	750	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675
TOTAL	18.428	1.987	1.453	1.453	1.453	1.463	1.463	1.255	1.255	1.255	1.255	1.255

Elaborado por: La Autora

Los activos diferidos se amortizarán el 20% cada año según la ley.

CUADRO No.68
AMORTIZACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR INICIAL	AMORTIZACIÓN ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Diferidos	250,00	20%	50	50	50	50	50

Elaborado por: La Autora

5.6. Estados Financieros

Se ha estructurado los principales estados financieros para efectuar el análisis correspondiente.

5.6.1. Balance de Arranque

Para el Balance General Inicial se consideró las cuentas de Activos así como las de Pasivos y Patrimonio que posee la microempresa.

CUADRO No.69
BALANCE DE ARRANQUE

ACTIVO			PASIVO		
ACTIVOS CORRIENTE		26.336,41	PASIVOS LARGO PLAZO		31.467,84
Capital de trabajo	26.336,41		Préstamo por pagar	31.467,84	
ACTIVOS FIJOS		18.367,65			
Infraestructura	5.625,00		CAPITAL		13.486,22
Vehículo	7.500,00		Inversión propia	13.486,22	
Equipo de Computación	890,00				
Equipo de Oficina	350,00				
Equipos y Materiales	1.030,00				
Herramientas para la producción	1.063,00				
Muebles y enseres	1.035,00				
Otros	874,65				
ACTIVO DIFERIDO			250,00		
Gastos de Constitución	250,00				
TOTAL ACTIVOS		44.954,06	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL		44.954,06

Elaborado por: La Autora

5.6.2. Estado de Resultados

La finalidad del Estado de Pérdidas y Ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son el beneficio real de la operación.

CUADRO No.70
ESTADO DE RESULTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos Proyectados pera			71.474,00	74.332,96	80.528,36	83.749,50	87.099,48	90.583,46	90.437,41	94.054,91
Ingresos Proyectados frejol	48.000,00	49.920,00								
Costos de Producción pera	15.412,17	11.863,07	20.485,07	21.304,47	22.156,65	23.042,92	23.964,64	24.923,22	25.920,15	26.956,96
Costos de Producción frejol	4.817,83	5.205,12								
(=)Utilidad Bruta	27.770,01	32.851,81	50.988,93	53.028,49	58.371,71	60.706,58	63.134,84	65.660,24	64.517,26	67.097,95
Gastos Administrativos	15.791,84	16.423,52	17.080,46	17.763,67	18.474,22	19.213,19	19.981,72	20.780,99	21.612,23	22.476,72
Gastos de Venta	2.280,00	2.371,20	3.282,80	3.414,11	3.587,49	3.730,99	3.880,23	4.035,44	4.153,79	4.319,94
Otros Gastos	1.063,00	1.116,15	1.171,96	1.230,56	1.292,08	1.356,69	1.424,52	1.495,75	1.570,54	1.649,06
Depreciación	1.452,99	1.452,99	1.452,99	1.462,87	1.462,87	1.255,21	1.255,21	1.255,21	1.255,21	1.255,21
Amortización Diferidos	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)Utilidad Operativa Proyectada	7.132,18	11.437,96	27.950,73	29.107,27	33.505,04	35.150,50	36.593,16	38.092,85	35.925,51	37.397,03
(-)Gastos Financieros Intereses	3.555,87	3.346,27	3.112,99	2.853,36	2.564,38	2.242,75	1.884,77	1.486,34	1.042,89	549,33
(=) Utilidad neta antes del 15% trabajadores	3.576,32	8.091,68	24.837,74	26.253,92	30.940,66	32.907,76	34.708,39	36.606,51	34.882,61	36.847,70
(-) 15% Prov. Trabajadores	536,45	1.213,75	3.725,66	3.938,09	4.641,10	4.936,16	5.206,26	5.490,98	5.232,39	5.527,15
(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos	3.039,87	6.877,93	21.112,08	22.315,83	26.299,56	27.971,59	29.502,13	31.115,53	29.650,22	31.320,54
(-) Impuesto a la renta	759,97	1.719,48	5.278,02	5.578,96	6.574,89	6.992,90	7.375,53	7.778,88	7.412,56	7.830,14
Utilidad Neta Proyectada	2.279,90	5.158,45	15.834,06	16.736,87	19.724,67	20.978,69	22.126,60	23.336,65	22.237,67	23.490,41

Elaborado por: La Autora

5.6.3. Flujo de Caja con Protección

El flujo de fondos mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la microempresa en un período determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y obviamente va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene.

CUADRO No.71

FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS											
Inversión Inicial	-44.954,06										
Ingresos											
(=) Utilidad Neta Proyectada		2.279,90	5.158,45	15.834,06	16.736,87	19.724,67	20.978,69	22.126,60	23.336,65	22.237,67	23.490,41
Reinversión					934,50						
Valor de rescate											1.987,22
Depreciación		1.452,99	1.452,99	1.452,99	1.462,87	1.462,87	1.255,21	1.255,21	1.255,21	1.255,21	1.255,21
(=) Total Ingresos		3.732,89	6.611,43	17.287,04	19.134,25	21.187,55	22.233,90	23.381,81	24.591,86	23.492,87	26.732,83
EGRESOS											
Pago al Principal		1.854,81	2.064,41	2.297,68	2.557,32	2.846,30	3.167,93	3.525,91	3.924,34	4.367,79	4.861,35
Otros Gastos											
(=) Total Egresos		1.854,81	2.064,41	2.297,68	2.557,32	2.846,30	3.167,93	3.525,91	3.924,34	4.367,79	4.861,35
(=) FLUJO DE CAJA DE NETO PROYECTADO	-44.954,06	1.878,07	4.547,03	14.989,36	16.576,92	18.341,24	19.065,97	19.855,90	20.667,52	19.125,09	21.871,48

Elaborado por: La Autora

5.7. Evaluación de Financiera

La evaluación financiera de un proyecto es una técnica que nos permite disminuir el riesgo de la inversión, por lo que es muy indispensable conocer la tasa y valores que despliegan los siguientes indicadores.

5.7.1. Coste de Oportunidad y tasa de rendimiento medio

La inversión del proyecto consta de dos partes como se observa en la estructura de financiamiento un aporte propio y el financiado. El aporte propio es la erogación económica disponible por parte del propietario y posee una rentabilidad equivalente al rendimiento promedio de la tasa pasiva del mercado financiero.

Los fondos financiados son los recursos económicos a obtenerse en el mercado financiero con una tasa activa cobrada por su uso según las condiciones económicas imperantes.

CUADRO No. 72
COSTE DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	13.486	30,00	4,00	120,00
Capital Financiado	31.468	70,00	15,00	1.050,00
TOTAL	44.954	100,00	19,00	1.170,00

Elaborado por: La Autora

Coste del capital

$C_k=11,7$

El proyecto presenta un rendimiento un 11,7% en caso de ser financiado con una tasa de interés del 15%

Tasa de Rendimiento Medio o tasa de descuento

Para esta tasa se han determinado dos elementos básicos el Costo de Oportunidad ($C_k = 11,7\%$) y la inflación ($if = 4\%$); el dato de la inflación se obtuvo de la tendencia de los últimos cinco años.

DATOS:

$$ck = 11,7$$

$$if = 4$$

FÓRMULA:

$$TRM = ((1+ck)(1+if))-1$$

$$TRM = 0,1617$$

$$TRM = 16,17\%$$

5.7.2. Valor Actual Neto.

Esta detallado en los flujos de ingresos y gastos que va generando durante la vida útil del proyecto, el mismo si resulta mayor a cero se considera una inversión favorable caso contrario existe posibles pérdidas en el proyecto.

CUADRO No.73
VALOR ACTUAL NETO.

AÑO	FL NETOS	FL ACTUAL 16,17%
0	-44.954,06	-44.954,06
1	1.878,07	1.616,69
2	4.547,03	3.369,41
3	14.989,36	9.561,44
4	16.576,92	9.102,44
5	18.341,24	8.669,54
6	19.065,97	7.757,82
7	19.855,90	6.954,79
8	20.667,52	6.231,55
9	19.125,09	4.963,92
10	21.871,48	4.886,67
	VAN	18.160,23

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: La Autora

$$VAN = -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

VAN = 18.160,23

El valor actual del proyecto es de 18.160,23 dólares lo que significa que el proyecto es factible.

5.7.3. Tasa Interna de Retorno

Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es igual a cero (0).

CUADRO No.74
TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	FL NETOS	FLUJO 16,17%	FLUJO 24%
0	-44.954,06	-44.954,06	-44.954,06
1	1.878,07	1.616,69	1.514,58
2	4.547,03	3.369,41	2.957,22
3	14.989,36	9.561,44	7.861,73
4	16.576,92	9.102,44	7.011,60
5	18.341,24	8.669,54	6.256,34
6	19.065,97	7.757,82	5.244,80
7	19.855,90	6.954,79	4.404,92
8	20.667,52	6.231,55	3.697,56
9	19.125,09	4.963,92	2.759,36
10	21.871,48	4.886,67	2.544,85
VAN		18.160,23	-701,11

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: La Autora

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

$$TIR = 16,17 + (24 + 1,17) \frac{18.160,23}{-701,11}$$

TIR = 23,63%

La Tasa Interna de Retorno que se obtuvo, indica la rentabilidad del proyecto en este caso del 23,63%, por tanto el proyecto se lo considera factible ya que es mayor que la tasa de rendimiento medio.

5.7.4. Periodo Recuperación de la Inversión con Valores Corrientes

El período de recuperación de la Inversión es considerado un índice que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

CUADRO No. 75
PRI CON VALORES CORRIENTES

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	44.954,06	1.878,07	1.878,07	1	AÑO
2		4.547,03	4.547,03	2	AÑO
3		14.989,36	14.989,36	3	AÑO
4		16.576,92	16.576,92	4	AÑOS
5		18.341,24	6.962,68	4	MESES

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: La Autora

La inversión se recupera en 4 años, 4 meses.

5.7.5. Recuperación de la Inversión con Valores Constantes

CUADRO No.76

FLUJOS DEFLACTADOS

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR	FLUJO DEFLACTADO
1	1.878,07	0,86	1.616,69
2	4.547,03	0,74	3.369,41
3	14.989,36	0,64	9.561,44
4	16.576,92	0,55	9.102,44
5	18.341,24	0,47	8.669,54
6	19.065,97	0,41	7.757,82
7	19.855,90	0,35	6.954,79
8	20.667,52	0,30	6.231,55
9	19.125,09	0,26	4.963,92

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La autora

CUADRO No. 77

PRI CON VALORES CONSTANTES

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	44.954,06	1.616,69	1.616,69	1	AÑO
2		3.369,41	3.369,41	2	AÑO
3		9.561,44	9.561,44	3	AÑO
4		9.102,44	9.102,44	4	AÑO
5		8.669,54	8.669,54	5	AÑOS
6		7.757,82	7.757,82	8	MESES

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La Autora

Con los flujos deflactados la inversión se recupera en 5 años, 8 meses.

5.7.6. Beneficio Costo.

Este indicador sirve para analizar como retorna los ingresos en relación a los egresos, para éste cálculo se utilizan los ingresos y gastos del estado de resultados.

CUADRO No. 78
BENEFICIO COSTO.

AÑOS	INGRESOS	Tasa redescuento	EGRESOS	Tasa redescuento
		16,17%		16,17%
1	48.000,00	41.319,47	40.867,82	35.179,93
2	49.920,00	36.991,47	38.482,04	28.515,77
3	71.474,00	45.591,99	43.523,27	27.762,72
4	74.332,96	40.816,46	45.225,69	24.833,57
5	80.528,36	38.064,17	47.023,33	22.227,00
6	83.749,50	34.077,14	48.599,00	19.774,62
7	87.099,48	30.507,74	50.506,32	17.690,50
8	90.583,46	27.312,21	52.490,61	15.826,67
9	90.437,41	23.473,05	54.511,91	14.148,58
10	94.054,91	21.014,37	56.657,88	12.658,88
SUMAN...		339.168,06		218.618,23

Elaborado por: La Autora

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$B/C = \frac{339.168,06}{218.618,23}$$

$$B/C = 1,55$$

Este análisis indica que por cada dólar invertido en el proyecto generará 0,55 dólares adicionales.

5.7.7. Punto de Equilibrio del Proyecto

El punto de equilibrio ayuda a establecer en qué condiciones se encuentra la situación económica de la microempresa es decir si existe perdida o ganancia.

Para el presente proyecto no se ha calculado el punto de equilibrio operativo donde no se pierde ni se gana, por considerarse que no se encuentra en gestión, se ha calculado el punto de equilibrio del proyecto o estudio de factibilidad.

$$PEP = \frac{\text{Inversión Fija} + \text{Costos Fijos}}{\text{Margen de Contribución}}$$

$$PEP = \frac{\text{Inversión Fija} + \text{Costos Fijos}}{PVu - CVu}$$

Inversión Fija = 18.367,65

Costos Fijo = 26.151,19

Precio de Venta = 20,00

Costo de venta = 6,27

$$PEP = \frac{18.367,65 + 26.151,19}{20 - 6,27}$$

PEP = 3.243 CAJAS DE 36 KILOS

El punto de equilibrio del proyecto indica que la microempresa necesita vender 3.243 cajas de 36 kilos c/u, para comenzar a recuperar los activos fijos y costos fijos.

5.7.8. Sensibilidad del proyecto

La sensibilidad del proyecto significa analizar escenarios futuros como en este caso que pasaría si las ventas se disminuyen seguirá siendo factible el proyecto o no.

- **Reduciendo las ventas en un 5% tenemos los siguientes resultados:**

CUADRO No.79
ESCENARIO UNO

AÑO	FL NETOS	FLUJO 16,17%	FLUJO 20%
0	-44954	-44954	-44954
1	348	300	290
2	2956	2190	2053
3	12711	8108	7356
4	14208	7801	6852
5	15774	7456	6339
6	16396	6672	5491
7	17080	5982	4767
8	17780	5361	4135
9	16242	4216	3148
10	18873	4217	3048
VAN		7349	-1475

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: La Autora

$$\text{VAN} = 7.349$$

$$\text{TIR} = 19,29 \%$$

Con el análisis de este escenario el proyecto mantiene las condiciones de factibilidad ya que el TIR es mayor que la tasa de rendimiento medio Y EL VAN es positivo.

- **Reduciendo las ventas en un 10% tenemos los siguientes resultados:**

CUADRO No.80
ESCENARIO DOS

AÑO	FL NETOS	FLUJO 16,17%	FLUJO 15%
0	-44954	-44954	-44954
1	-1182	-1017	-985
2	1365	1011	948
3	10433	6655	6038
4	11838	6500	5709
5	13208	6243	5308
6	13727	5585	4597
7	14303	5010	3992
8	14893	4490	3464
9	13360	3468	2589
10	15875	3547	2564
VAN		-3462	-10731

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: La Autora

$$\text{VAN} = -3462$$

$$\text{TIR} = 14,6\%$$

Al disminuir las ventas en un 10% el proyecto es riesgoso, ya que el TIR se encuentra en condiciones inaceptables ósea menor a al TRM y el VAN es negativo.

5.7.9. Resumen de la evaluación financiera

CUADRO No. 81
RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA

RATIO EVALUADOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM =		16,17%	
VAN =	VAN > 0	18.160,23	Aceptable
TIR % =	TIR >TRM	23,63%	Aceptable
Sensibilidad -5% en ventas	TIR	19,29%	Aceptable
Sensibilidad -10% en ventas	TIR	14,6%	No se acepta
PRI con valores corrientes		4,4	Años muy bueno
PRI con valores constantes		5,8	Años bueno
B/C =	R B/C > 1	1,55	Aceptable

Elaborado por: La Autora

Finalmente, del capítulo financiero se puede concluir que el proyecto es factible en las condiciones estudiadas.

CAPÍTULO VI

6. ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

En esta parte del proyecto se detalla todos los aspectos que tienen relación con la estructura de la organización funcional de la microempresa.

6.1. Aspecto estratégico de la Microempresa

6.1.1. Nombre de la Microempresa

La microempresa tendrá como nombre fruta LA FINCA PERAL.

Con la creación de la microempresa productora y comercializadora de pera, se cubrirá la demanda que existe dentro de región, también permitirá generar empleo para la población del sector.

6.1.2. Misión

Promover el desarrollo y el crecimiento de producción de pera, mediante el cuidado de los recursos naturales, brindando un producto de calidad y competitividad, para poder satisfacer los gustos y preferencias de los clientes.

6.1.3. Visión

Llegar alcanzar el alto reconocimiento en 5 años como una microempresa líder en la producción y comercialización de la pera, generando nuevas

estrategias de producción agrícola, creando fuentes de trabajo para las personas del sector y mejorando la calidad de vida de cada familia.

6.1.4. Objetivos de la microempresa

- Obtener utilidades que ayuden a mantener firme y seguirá a la microempresa.
- Apoyar a las nuevas microempresas en el sector uniendo fuerzas para lograr posesionar el producto en el mercado.
- Aplicar los mejores mecanismos de comercialización del producto en donde permita realizar su venta.
- Cumplir con los objetivos propuestos en el tiempo determinado.

6.1.5. Políticas de la microempresa

Son políticas que deben respetar y cumplir los trabajadores para el buen funcionamiento de la microempresa.

- Efectuar reuniones mensuales para escuchar nuevas propuestas de cada miembro de la Junta General de Accionistas.
- Tener en cuenta que el talento humano es el factor principal para el crecimiento de la microempresa.
- Mantener en constante capacitación al personal para mejorar el desempeño de sus actividades.

- Está pendiente si se está logrando alcanzar los objetivos en el tiempo establecido.
- Incrementar cada vez el nivel de ventas para obtener mejores utilidades.

6.1.6. Principios y Valores

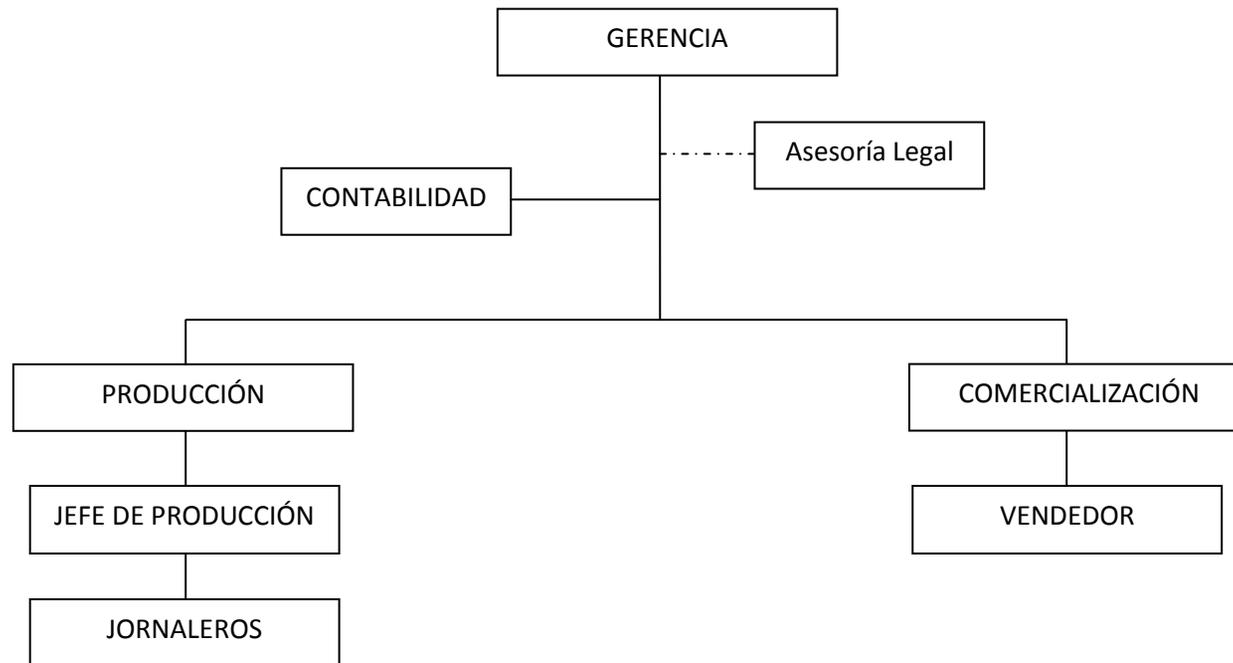
- **Liderazgo.-** Ser un líder positivo para lograr el cumplimiento de objetivos.
- **Responsabilidad.-** Tomar su cargo con responsabilidad y desarrollar un trabajo de calidad.
- **Compromiso.-** Comprometerse totalmente con la empresa dando todo por alcanzar la visión que llevará al éxito de la empresa.
- **Excelencia.-** Demostrar en su trabajo la eficiencia y efectividad con la que realiza sus actividades.
- **Integridad y justicia.-** Dar una estimulación o reconocimiento justo a los empleados para incentivar a que se superen cada día.
- **Ética.-** Práctica de valores humanos.

6.2. Aspecto organizativo

6.2.1. Organización Estructural

La estructura orgánica permite a través de los niveles definir las responsabilidades de cada empleado, también ubica a las unidades administrativas en el proceso de la autoridad, es decir quién da órdenes, coordina y designan los puestos y tareas a realizarse.

6.2.2. Organigrama Estructural



6.2.3. Niveles Administrativos

6.2.4. Nivel directivo

GERENTE

Está representado por el gerente el cual coordina, administra los bienes de la organización como: materiales, humanos y financieros para conseguir el avance y finalmente el logro de objetivos.

FUNCIONES

- Es el líder de la empresa que demuestra siempre optimismo para el alcance de las metas.
- Busca los recursos necesarios para el cumplimiento de los planes de trabajo de la empresa.
- Cumple y hace cumplir el reglamento aprobado por la empresa.
- Se preocupa por tener en constante capacitación al personal que tiene al mando.
- Buscar estrategias que le permita buscar nuevos mecanismos de negociación en beneficio de la empresa.
- Dirigir y coordinar las actividades de la microempresa.
- Preocuparse por la marcha y el buen funcionamiento de la empresa.

6.2.5. Nivel Asesor

El nivel asesor está conformado por la unidad de Asesoría Jurídica, constituye la instancia de consulta, consejo o asesoramiento, en la toma de decisiones, su relación de autoridad es indirecta respecto a las unidades de mando de línea u operación, su función se canaliza a través del Gerente.

6.2.6. Nivel Auxiliar

El nivel auxiliar está integrado por la unidad de contabilidad y secretaria, que realizará las funciones de apoyo necesarias para el cumplimiento de las actividades de la compañía.

Contadora

Tiene la obligación de estar pendiente en las llamadas telefónicas, recibir la correspondencia, de redactar oficios y recibe cordialmente al cliente.

FUNCIONES

- Tener preparada la agenda de los asuntos pendientes del día.
- Coordinar las citas del gerente con sus proveedores
- Velar por la seguridad de los documentos de la microempresa
- Realizar comunicaciones en caso de ser necesario
- Archivar correctamente la documentación.
- Presenta los estados financieros adjuntando notas explicativas
- Declara las obligaciones tributarias a tiempo

- Registra diariamente las operaciones realizadas en la microempresa
- Realiza el rol de pagos para cada un de los empleados
- Vela por el cumplimiento de las disposiciones legales
- Presentar a la gerencia un informe diario.
- Cancelar al IESS los aportes de los trabajadores de la microempresa.

REQUISITOS

- Tener suficiente conocimientos de computación
- Experiencia en la actividad
- Dominio de los dos idiomas

6.2.7. Nivel Operativo

En el nivel operativo está compuesto de dos departamentos muy importantes para la empresa.

Unidad de Producción

Dentro de la unidad de producción encontramos al jefe de producción, supervisor de calidad y los obreros.

JEFE DE PRODUCCIÓN

Es la persona encargada del departamento de producción y cumple con una serie de funciones.

FUNCIONES

- Prepara el presupuesto que necesita el departamento de producción y los utiliza de manera requerida.
- Selecciona al personal que esté capacitado para el trabajo en producción.
- Está pendiente en cumplir con sus entregas del producto.
- Busca mecanismos para la reducción en costos de producción.
- Mantenimiento de la instalación.
- Cosecha y empaclado del producto.

Unidad de Ventas

Esta unidad se encarga en buscar estrategias de ventas del producto y en su distribución para que llegue el producto al consumidor final.

JEFE DE VENTAS

El jefe de ventas cumple una serie de funciones:

FUNCIONES

- Busca los mejores mecanismos para dar a conocer el producto en el mercado.
- Averigua los gustos y preferencias del consumidor potencial.
- Emplea las estrategias adecuadas para la distribución del producto.
- Estudia nuevos mercados para lanzar al producto
- Realizar contactos permanentes con el cliente.
- Tener un inventario de productos para la venta

6.3. Aspecto legal de funcionamiento

Para el funcionamiento de la microempresa se tiene que presentar una serie de requisitos como son:

6.3.1. El registro único de contribuyente (RUC)

Requisitos

- Cédula de representante legal
- Copia de certificado de votación
- Recibo de pago de agua, luz, teléfono

Patente municipal

Requisitos

- Recibo del último pago del impuesto predial
- Copia del RUC
- Documentos personales del representante legal

6.3.2. Permiso de funcionamiento

Requisitos

- Llenar la solicitud del permiso de funcionamiento.

- Reunir la documentación necesaria requerida para ingresar junto con la solicitud.
- Luego se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- Entrega del permiso que tiene vigencia un año.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

Este procedimiento de evaluación permite conocer la incidencia o efecto que produce la creación de la microempresa en el sector, para ello se ha establecido una tabla para calificar el impacto que ocasiona.

CUADRO No. 82
MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS

POSITIVO	NIVEL
1	Bajo
2	Medio
3	Alto
NEGATIVO	NIVEL
-1	Bajo
-2	Medio
-3	Alto

Fuente: Bibliográfica

Elaborado por: La autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NUMERO DE INDICADORES}}$$

7.1. IMPACTO SOCIOECONÓMICO

CUADRO No.83
IMPACTO SOCIOECONÓMICO

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Nivel de ingresos						X		2
Nuevas fuentes de trabajo.							X	3
Creación de proyectos alternativos							X	3
TOTAL						2	6	8

Fuente: Bibliográfica

Elaborado por: La autora

$$NI(\text{SOCIOECONÓMICO}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NUMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{8}{3}$$

$$NI = 2,6$$

ANÁLISIS

De acuerdo al análisis realizado a la matriz de impactos socio-económico se determina que la creación de la microempresa genera un impacto alto positivo, ya que el mismo genera nuevas fuentes de trabajo los que genera mejores ingresos para las personas del sector permitiéndoles mejorar su calidad de vida, también incentiva a otras organizaciones a trabajar en nuevos proyectos que faciliten el obtener mejores utilidades.

7.2. IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO No. 84
IMPACTO AMBIENTAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Trabajo sin tóxicos							X	3
Producción natural							X	3
Salud humana							X	3
Contaminación del ambiente					X			1
TOTAL					1		9	10

Fuente: Bibliográfica

Elaborado por: La autora

$$NI(\text{AMBIENTAL}) = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NUMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{10}{4}$$

$$NI = 2,5$$

ANÁLISIS

La matriz indica que el impacto ambiental del proyecto es alto positivo, porque se adaptará mecanismos que ayuden a cultivar el producto sin utilizar productos tóxicos, para evitar problemas en la salud de las personas y conservar el medio ambiente libre de impurezas.

7.3. IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO No. 85
IMPACTO EMPRESARIAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Asociación de nuevas personas							X	3
Agrupación económicamente activa							X	3
Generación de recursos propios							X	3
TOTAL							9	9

Fuente: Bibliográfica

Elaborado por: La autora

$$NI(\text{EMPRESARIAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NUMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{9}{3}$$

$$NI = 3$$

ANÁLISIS

Con los resultados obtenidos del impacto empresarial del proyecto indica que su nivel es alto positivo, es decir que el dar una idea de la creación de un nuevo proyecto es una iniciativa para las demás asociaciones que existen ya que generalmente son agrupaciones económicamente activas que buscan día a día conseguir la generación de recurso propias para obtener utilidades por sus propios medios.

7.4. IMPACTO GENERAL

CUADRO No. 86
IMPACTO GENERAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto Socio-Económico							X	3
Impacto Ambiental							X	3
Impacto Empresarial							X	3
TOTAL								9

Fuente: Bibliográfica

Elaborado por: La autora

$$NI(\text{GENERAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NUMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{9}{3}$$

$$NI = 3$$

ANÁLISIS

En el análisis de la matriz de impactos general se determina que la creación de la microempresa es una ventaja positiva para el sector porque beneficia directamente tanto a personas directos como indirectas, no ocasiona ningún tipo de problema que afecte a las personas ya que aplicarán estrategias de trabajo para dar uso adecuado a los materiales de trabajo.

CONCLUSIONES

Del análisis realizado en todos los capítulos, se dio la importancia a cada uno de ellos para conocer en qué nivel se encuentra las oportunidades que tiene en el mercado la creación de la nueva microempresa de producción y comercialización de la pera en la comunidad de Cúnquer, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi.

1. Del diagnóstico que se realizó se determina que el sector en donde se va implantar el proyecto cumple con todos los requerimientos necesarios para una ejecución excelente del proyecto.
2. A través del estudio de mercado se conoce que en el mercado de la provincia existe poca oferta del producto, lo que los comerciantes se ven en la obligación comprar en otros lugares, entonces en vista de esta necesidad se debe iniciar con la ejecución del proyecto.
3. La pera es una fruta que contienen grandes niveles de nutrición es rica en proteínas y tiene una vida de larga duración.
4. También es importante tomar en cuenta que el realizar una correcta comercialización ayuda que el cliente se sienta conforme de adquirir el producto el mismo ayudará poco a poco al producto crecer en el mercado.
5. De acuerdo a los evaluadores financieros se conoce las oportunidades que tiene el proyecto de igual manera cual será su utilidad durante su producción.

RECOMENDACIONES

1. El generar una nueva idea de proyecto es muy importante ya que se da inicio a otras personas que opten por cambios que son importantes considerando siempre las necesidades del mercado.
2. Aplicar las estrategias necesarias para mantener parte de la demanda potencial para el consumo de pera utilizando los mejores mecanismos de comercialización como: Reforzar en forma periódica el posicionamiento a través de campañas publicitarias, lo que permitirá mayor participación en el mercado.
3. Es necesario buscar el apoyo de las organizaciones de productos agrícolas para junto buscar que el producto sea directamente entregado al consumidor final y no vender a intermediarios porque perjudican mucho a los productores ya sea de frutas o granos.
4. También en el proyecto se debe plantear una estructura organizacional que permite trabajar con altos niveles de eficiencia y eficacia lo que influirá a futuro el crecimiento de la microempresa.
5. La ejecución del proyecto debe comenzar en la brevedad posible para comenzar ganando la demanda que existe de este producto porque a futuro puede cambiar la situación.

BIBLIOGRAFÍA

BACA URBINA, Gabriel. (2006) Evaluación de Proyectos. Quinta Edición Mac Graw Hill, México.

BRAVO Mercedes (2007) Contabilidad general Séptima edición, Editorial Nuevo Día

BRIGHAN, Eugene. Y HOUSTON Joel. (2005). Fundamentos de Administración Financiera, Decima Edición, Thomson Editores, México.

CHARLES W. Lamb, (2006) Obra Marketing 8va Edición Thomson - México.

CHILQUINGA, Manuel, (2004) Costos por Órdenes de Producción, Ecuador

CÉSPEDES, S. Alberto, (2005) Principios de Mercadeo Cuarta Edición, Ecoe Ediciones. Colombia.

CORDOBA, Marcial. (2006) Formulación y Evaluación de Proyectos. Primera Edición, Ecoe Ediciones, Colombia

DÍAZ, M. Ángel. (2008) David y Goliat Iniciación del Proyecto. Primera Edición, Grupo Editor Alfaomega. México.

FLORES U. Juan, (2007) Proyectos de Inversión para las PYMES Creación de Empresas, Primera Edición, Editorial Ecoe Ediciones Ltda. Colombia.

FONTAINE R. Ernesto, (2008) Evaluación Social de Proyectos, Decimotercera Edición, Editorial PEARSON.

FRANCES Antonio, (2006) Estrategia y Planes para la Empresa Primera Edición, Editorial Pearson Educación de México S.A.

IVANCEVICH, John M., KONOPASKE, Robert., MATTESON, Michael T., Año 2006, Comportamiento Organizacional, séptima edición, McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C.V., México.

JÁCOME Walter (2005) Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión– CUDIC Editorial Universitaria –Ibarra Ecuador

KOMIYA S. Raúl (2004) Marketing para PYMES Primera Edición, Editora Palomino. Perú.

KOTLER, Philip. (2008) Principios de Marketing. Doceava Edición, Prentice Hall, México.

MONTEROS, Edgar. (2005), Manual de Gestión Microempresarial. Editorial Universitaria, Ecuador.

NASSIR S. Chaín. (2007), Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación Primera Edición, Pearson Prentice Hall México.

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007) Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Trillas. México.

POSSO, Miguel (2008) "Metodología Para el Trabajo de Grado" Ibarra – Ecuador.

ROMERO Javier, (2006) Principios de Contabilidad, Tercera Edición Editorial McGraw-Hill Interamericana México.

ZAPATA, Pedro, (2007) Contabilidad General, Cuarta Edición Editorial McGraw Hill

LINCOGRAFÍA

<http://www.monografias.com/trabajos14/administracion-empresas>

<http://www.monografias.com/trabajos5/contab/contab.shtml>

[www.monografias.com/Administracion y Finanzas/Contabilidad](http://www.monografias.com/Administracion_y_Finanzas/Contabilidad)

[www.monografias.com/ trabajos/mercado](http://www.monografias.com/trabajos/mercado)

<http://www.foromarketing.com>

www.marketing-xxi.com/estrategias-de-marketing

<http://www.monografias.com/trabajos/oferta>

[http://www.monografias.com/trabajos/oferta y demanda/](http://www.monografias.com/trabajos/oferta_y_demanda/)

<http://www.inec.gov.ec>

<http://www.iniap-ecuador.gov.ec>

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA DIRIGIDA A LA COMUNIDAD DE CÚNQUER



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuestas dirigida a la Comunidad de Cúnquer

1. ¿Qué número de personas conforman su hogar?

VARIABLES	FRECUENCIA
1 persona	
de 2 a 4 personas	
de 5 a 7 personas	
más de 7 personas	

2. ¿De su hogar que número de personas están generando ingresos o trabajan?

VARIABLES	FRECUENCIA
de 1 a 2 personas	
de 3 a 4 personas	
de 5 a 6 personas	
más de 6 personas	
Ninguna	

3. ¿A qué actividad productiva se dedica usted?

VARIABLES	FRECUENCIA
Agricultura	
Ganadería	
Mixta	
Otros	

4. ¿Cuenta con servicios básicos?

VARIABLES	FRECUENCIA
Si	
No	

5. ¿De los siguientes productos cuales cultiva?

VARIABLES	FRECUENCIA
Cebolla	
Fréjol	
Arveja	
Tomate	
Ají	
Naranja	
Limón	
Pera	
Tomate de Árbol	
Otros	

6. ¿El destino de su producción es?

VARIABLE	FRECUENCIA
Bolívar	
Ibarra	
Quito	
Otros	

7. **¿Considera usted que las condiciones ambientales del sector son aptas para el cultivo de frutas?**

VARIABLE	FRECUENCIA
Si	
No	

8. **¿Estaría de acuerdo que se cree una microempresa de producción y comercialización de pera en el sector?**

VARIABLE	FRECUENCIA
Si	
No	

ANEXO B ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES DE FRUTAS DE LOS MERCADOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Resultado de Encuestas dirigida: Al consumidor potencial,
Comercializadores de frutas de la ciudad de Tulcán e Ibarra

1. ¿En su puesto de venta comercializa la pera?

VARIABLES	FRECUENCIA
Si	
No	

2. ¿Cuál es la frecuencia de compra de una caja de pera de 36 kg para comercializar en su puesto de venta?

VARIABLE	FRECUENCIA
Una caja por día	
Una cada dos días	
Una caja por semana	

3. ¿El precio de compra de la pera lo considera?

VARIABLE	FRECUENCIA
Caro	
Cómodo	
Barato	

4. ¿La calidad de la pera que se oferta en el mercado es?

VARIABLE	FRECUENCIA
Muy buena	
Buena	
Regular	

5. ¿Cuál es el factor más importante al adquirir la fruta?

VARIABLE	FRECUENCIA
Calidad	
Presentación	
Precios	
Procedencia	

6. ¿La producción local le abastece en forma permanente?

VARIABLE	FRECUENCIA
Si	
No	

7. ¿Su proveedor de pera es?

VARIABLE	FRECUENCIA
Productor	
Intermediario	
Ambos	

8. ¿Cuenta usted con un proveedor de pera permanente?

VARIABLE	FRECUENCIA
Si	
No	

9. ¿Le gustaría incrementar sus proveedores?

VARIABLE	FRECUENCIA
Si	
No	

ANEXO C ENTREVISTA DIRIGIDA A PROVEEDORES



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Resultados de las entrevistas de aplicadas a proveedores fruta para la Ciudad de Tulcán e Ibarra (Comerciante mayoristas).

9. ¿Cuánto tiempo lleva en el negocio?

.....
.....

10. ¿La actividad es rentable?

.....
.....

11. ¿Cuales fruta comercializa?

.....
.....

12. ¿Cuál es el peso de comercialización de la pera?

.....
.....

13. ¿Cuál es la frecuencia de comercialización de una caja de pera de 36 Kilos?

.....
.....

14. ¿Cuál es el origen de la fruta?

.....
.....

15. ¿Actualmente satisfacen la demanda?

.....
.....

16. ¿Los precios de la fruta de que aspectos depende?

.....
.....

ANEXO D FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA



FICHA DE OBSERVACIÓN

	LUGAR:..... SECTOR:..... FECHA:.....	TITULO:..... FUENTE:.....	FICHA N°
	INVESTIGADOR:.....		

ANEXO EROL DE PAGOS

SUELDO
BASICO 292,00
APORTE
PATRONAL 0,12

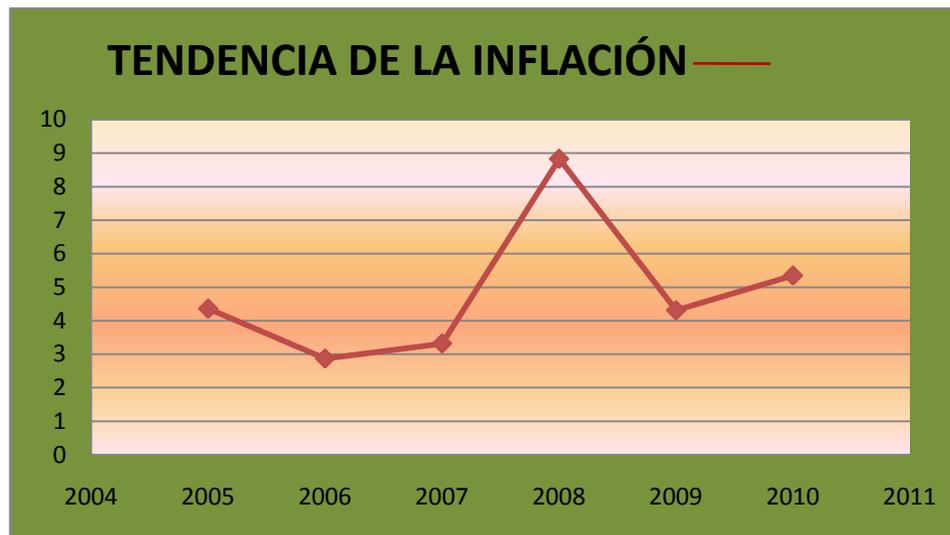
N° EMPLEADOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO IV SUELDO	DÉCIMO III SUELDO	APORTE PATRONAL 12,15%	FONDO RESERVA	TOTAL
1	Administrador	350,00	4.200,00	292,00	350,00	510,30	350,00	5.702,30
1	Contadora	264,00	3.168,00	292,00	264,00	384,91	264,00	4.372,91
1	Técnico Agrónomo	300,00	3.600,00	292,00	300,00	437,40	300,00	4.929,40

ANEXO F PROYECCIÓN DE LA INFLACIÓN

AÑOS	INFLACIÓN	$i = \frac{\Delta c}{\Delta h}$
2006	2,87	1,16
2007	3,32	2,66
2008	8,83	0,49
2009	4,31	0,77
2010	3,33	1,27

AÑO PROY.

2011 4,23



ANEXO G REQUERIMIENTOS PRODUCTIVOS

CULTIVO PERA

JORNALES

Actividad	N° aplicaciones	jornal por hectárea	numero de hectáreas	año 1	año 2
Siembra	1	5	5	25	0
aplicación de fertilizantes	4	2	5	40	40
aplicación de insecticidas	6	3	5	90	90
deshierba	4	7	5	140	140
aporque	4	3	5	60	60

Actividad	N° aplicaciones	jornal por hectárea	número de hectáreas	año 3 hasta 10
aplicación de fertilizantes	4	3	5	60
aplicación de insecticidas	6	5	5	150
deshierba	4	7	5	140
aporque	4	3	5	60
cosecha	16	10	5	800

INSUMOS

Actividad	N° aplicaciones	kilos por hectárea	número de hectáreas	AÑO 1	AÑO 2
Fertilizante	4	200	5	4.000	4.000
Insecticidas y fungicidas	6	2	5	60	60

Actividad	N° aplicaciones	kilos por hectárea	número de hectáreas	AÑO 3 hasta 10
Fertilizante	4	300	5	6.000
Insecticidas y fungicidas	6	6	5	180

CULTIVO DE FRÉJOL TOA

JORNALES

Actividad	N° aplicaciones	jornal por hectárea	numero de hectáreas	año 1	año 2
Siembra	1	5	5	25	25
aplicación de fertilizantes	2	2	5	20	20
aplicación de insecticidas	4	3	5	60	60
deshierba	2	7	5	70	70
aporque	2	3	5	30	30

INSUMOS

Actividad	N° aplicaciones	kilos por hectárea	número de hectáreas	AÑO 1	AÑO 2
Fertilizante	2	150	5	1.500	1.500
Insecticidas y fungicidas	4	1	5	20	20

ANEXO H COSTOS Y GASTOS MENSUALES

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	25	300
Agua	15	180
TOTAL		480

MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	10	120
TOTAL		120

PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad	50	600
TOTAL		600

COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Combustible vehículo	100	1.200
Mantenimiento vehículo	40	480
TOTAL		1.680

ANEXO I PROFORMAS

EQUIPO DE COMPUTACIÓN



¡El mejor PC al mejor precio!

RUC: 0400685822001
Cta. cte. bco. MMJaramillo: 1022798016
Retenciones a nombre de Sandra Patricia Cerón

15 de febrero del 2011

1	Computadoras PC	890,00
1	Teléfono	80,00
1	Impresora multifunción 270,00	

Precio total de contado 1.240,00 usd.



Carlos Fuentes
Administrador
Cel: 097766666
Email: strong_yes@yahoo.com

Dirección: Flores 11-111 y Av. Jaime Rivadeneira TELF. (06)2611-801 / (06)2953520
EMAIL: strongmovicom@hotmail.com Ibarra - Ecuador



MUEBLES Y ENSERES

LINEA NUEVA MOBILIARIO					
P R O F O R M A					
				RUC:1001200151001 N°01263	
				Ibarra, 15 DE FEBRERO DE 2011	
Cliente:		Anita Díaz			
Dirección:		La Florida		TELF: 086498807	
Cant.	Detalle			V.Unitario	V. Total
2	ESCRITORIO INDIVIDUAL rectangular Elaborado en Melamínico Duraplac Doble Cara de 19mm Tamaño 1,20cm x 0,60cm. Con 1 Cajonera Triple en Melamínico con seguridad para las tres gavetas. 1 Porta Teclado de Riel, 1 Pasacable Redondo Plástico.			160,00	320,00
2	ARCHIVADORES AÉREOS o Canceles elaborados en Melamínico Tamaño 0,90cm x 0,40cm. Con Sistema de Riel Interno en la Tapa con Chapa de Seguridad Cesa. Ruedas.			150,00	300,00
3	SILLÓN ESPERA TRIPERSONAL Modelo "Grafiti" C/brazos, Estructura Metálica Tubo reforzado, acabados en pintura Electrostática y Texturizada Tapiz En Cuerina color Negro.			45,00	135,00
8	SILLAS VISITA Apilable modelo "ERGO" Su estructura está fabricada en Tubo redondo 7/8 x1,2mm acabados en pintura electrostática y texturizada su asiento y espaldar son Anatómicos. Tapiz en Tela			20,00	160,00
1	MESA DE REUNIONES OVALADA Para 10 Personas, Elaborada en			120,00	120,00
Tiempo de Entrega:		15 días Laborables		Subtotal \$	1.035,00
Forma de Pago:		60% al Pedido y 40% a la Entrega			
Validez Proforma:		QUINCE DIAS		IVA 12%	
Tiempo de Garantía:		Un Año por daños de fab PASAN...		TOTAL \$	1.035,00

ANEXOS J ILUSTRACIONES DE LA PERA

PLANTACIÓN DE PERA



FRUTA EN FRESCO



FORMA DE RECOLECCIÓN DE LA FRUTA

