



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN
Y COMERCIALIZACIÓN DE CHAMBURO EN EL
CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

AUTOR: Edison Andrés Prado Jiménez

DIRECTOR: Ing. Com. Víctor Zea Zamora Msc.

Ibarra, mayo 2013

RESUMEN EJECUTIVO

Con el presente proyecto lo que se busca es la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de chamburo en el mercado local; por tal razón, se ha realizado la respectiva investigación con la finalidad de promover y mejorar las actividades económicas de la provincia del Carchi y de la zona norte del país, a través de la agricultura, el comercio y mas actividades generadoras de ingresos. Del estudio realizado se estableció que la situación productiva de la provincia, es muy favorable por las condiciones climáticas con las que cuenta al igual que la calidad de su suelo; recalando que, ningún agricultor ha tecnificado el cultivo del chamburo en la zona donde va ha ser ejecutado el proyecto. El Estudio de Mercado se lo realizó con el propósito de identificar el volumen de oferta y demanda del chamburo en el país y se realizaron las proyecciones respectivas hasta el 2015, tomando como área a investigar las provincias del Carchi, Imbabura y Pichincha. De acuerdo a la información obtenida, se establece que la fruta difícilmente es cultivada y comercializada dentro del país, cabe mencionar que en el exterior es muy apetecida por la industria alimenticia puesto que tiene un valor proteínico alto, además de su aroma y sabor muy particulares. Una vez identificada esta falencia se ha propuesto realizar el presente estudio de factibilidad para crear una empresa de producción y comercialización del chamburo que permita ofertar esta fruta o producto en la provincia y región norte del país. Fruta que será cultivada bajo la supervisión y asesoramiento técnico por parte de profesionales en el área, para posteriormente comercializarla en el mercado interno. Al hablar del chamburo nos hemos podido dar cuenta que es una fruta exótica de nuestro país por lo que representa una ventaja comparativa a ser aprovechada y competir en el mercado nacional e internacional. Con la implantación de la nueva microempresa cooperaremos en forma directa con la disminución de al menos 10 a 12 personas desempleadas o subempleadas, lo cual es un aporte positivo para la población. La mencionada microempresa funcionará con una correcta y eficiente administración, cuya finalidad primordial es lograr convertirla en una gran empresa a nivel nacional, que responda a las necesidades de todos los integrantes y beneficiarios de la misma. En definitiva, la inversión del proyecto a ejecutarse se justificará, a través de la dinamización de la actividad económica en la localidad y el país; más aún, cuando hoy en día tenemos un esquema monetario rígido como es el dólar norteamericano, y que el Estado se ha preocupado por reactivar la producción del sector agrícola, por medio de instituciones como el MAGAP en coordinación con la CFN, INIAP y el Banco Nacional de Fomento.

EXECUTIVE SUMMARY

With this project that is sought is the creation of a company dedicated to the production and marketing of local market chamburo by this reason, results from subsequent investigation in order to promote and enhance economic activities in the province Carchi and north of the country, through agriculture, trade and more income generating activities. From the study it was established that the production situation of the province, is very favorable climatic conditions that account as well as the quality of its soil, stressing that no farmer has chamburo tech cultivation in the area where you have be executed the project. The market survey was made in order to identify the volume of supply and demand chamburo in the country and the projections were made until 2015, on the area to investigate the provinces of Carchi, Imbabura and Pichincha. According to information obtained, it hardly establishes that the fruit is grown and marketed within the country, it is noteworthy that on the outside is highly desired by the food industry because it has a high protein value, besides its special aroma and flavor . Having identified this shortcoming has been proposed to carry out this feasibility study to create a production company and marketing chamburo allowing the fruit or product offering in the province and northern region. Fruit that is grown under the supervision and technical advice from professionals in the area, later commercialized in the domestic market. Speaking of chamburo we have learned that it is an exotic fruit of our country as a comparative advantage to be exploited and compete in the national and international markets. With the introduction of the new micro cooperate directly with the decrease of at least 10 to 12 unemployed or underemployed, which is a positive contribution to the population. The aforementioned micro work with a proper and efficient administration, whose primary purpose is to make it a nationwide company that responds to the needs of all members and beneficiaries thereof. Ultimately, the project investment would be justified to run through the stimulation of economic activity in the town and country, indeed, when today we have a rigid monetary scheme as the U.S. dollar, and that the State was concerned to revive agricultural production, through institutions such as the MAGAP in coordination with the CFN, INIAP and the National Development Bank.

AUTORÍA

Yo, ÉDISON ANDRÉS PRADO JIMÉNEZ, portador de la cédula de ciudadanía N° 040119820-5 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

*Edison Andrés Prado Jiménez
CI: 040119820-5*

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

*En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el egresado **Edison Andrés Prado Jiménez**, para optar por el Título de **Ingeniero Comercial**, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHAMBURO EN EL CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”**. Considero el presente trabajo reúne todos los 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 a los diecisiete días del mes de mayo de 2013.

Ing. Com. Víctor Zea Zamora Msc.
DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO



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:	040119820-5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	ÉDISON ANDRÉS PRADO JIMÉNEZ		
DIRECCIÓN:	San Gabriel – Provincia del Carchi		
EMAIL:	edisonprado@cpmv.fin.ec edytoprado@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0999513085

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHAMBURO EN EL CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI” “
AUTOR:	ÉDISON ANDRÉS PRADO JIMÉNEZ
FECHA:	2013/05/17

SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	X PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniero Comercial
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Com. Víctor Zea Zamora Msc.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, *ÉDISON ANDRÉS PRADO JIMÉNEZ*, con cédula de ciudadanía Nro. 0401198205, en calidad de autor 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

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

Ibarra, a los 17 de mayo de 2013

EL AUTOR:

(Firma).....
 Edison Andrés Prado Jiménez
 C.C.: 0401198205

ACEPTACIÓN:

(Firma).....
 Lic. Ximena Vallejos
 Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

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

Yo, *ÉDISON ANDRÉS PRADO JIMÉNEZ*, con cédula de identidad N°. 040119820-5, 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 del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHAMBURO EN EL CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”**, que ha sido desarrollado para obtener el título Ingeniero 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 la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Edison Prado Jiménez

040119820-5

Ibarra, a los 17 de mayo de 2013

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de grado a mis padres que me dieron el ser y en toda mi vida están apoyando en las buenas y malas situaciones. Gracias a ellos por brindarme sus consejos y enseñanzas cuando más los necesito; han transcurrido varias etapas de mi vida personal y me he dado cuenta de la gran labor que ustedes han realizado por toda mi vida.

Ni con todo el oro del mundo podría pagar todo lo que ustedes hicieron por mí. El trabajo permanente, el esfuerzo, la preocupación tan solo por verme convertido en una persona de bien útil a la vida y a la sociedad.

Agradezco también a todas las personas que de una u otra forma estuvieron involucradas en mi formación estudiantil y profesional.

Les agradezco a todos ustedes por estar a mi lado en los momentos alegres y en los difíciles, porque esos momentos fueron los que me enseñaron a crecer y valorar a las personas que me rodean.

Edison.

AGRADECIMIENTO

El éxito de la culminación del presente trabajo de investigación se debe a la participación decidida de varias voluntades: de mi Asesor el Ingeniero Víctor Zea Zamora, quien ha sabido orientar mi trabajo para la elaboración del borrador y la presentación del informe final de mi Trabajo de Grado; al Econ. José Chamorro M, por sus valiosas recomendaciones; y, sobre todo a mi familia que supo comprender que el tiempo al igual que la vida misma, son como una línea imaginaria que delimita los tiempos de fracaso y los tiempos de éxito y triunfo y que sin embargo a esta línea imaginaria hay que vivirla, sufrirla y amarla.

Quiero agradecer sinceramente a todos mis profesores que compartieron sus sabios conocimientos conmigo, haciendo posible la culminación de esta etapa profesional de mi vida.

Edison Prado Jiménez

PRESENTACIÓN

TEMA:

“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de chamburo en el cantón Montufar, provincia del Carchi ”

Introducción

El proyecto de factibilidad de producción y comercialización de chamburo en la provincia del Carchi cantón Montúfar, se lo ha planteado, de acuerdo a las condiciones técnicas y necesidades del producto que así lo requiere, considerando que se trata de un bien perecible. El informe final de la investigación realizada, se encuentra dividida en siete capítulos, cada uno de los cuales representan partes del procedimiento metodológico recomendado para la elaboración de proyectos económico-productivos.

En el primer capítulo se hace constar el diagnóstico de la situación actual de los productores y comercializadores del Chamburo, a nivel nacional, regional y provincial. Este análisis permitió tener un conocimiento real de las condiciones en las que se encuentra la producción de ésta fruta, ya que el objetivo principal es el cultivo a gran escala para su comercialización en el mercado interno. La información necesaria para realizar este estudio provino de fuente primaria, a través de encuestas y entrevistas. Previamente se determinó el universo o población y el respectivo cálculo de la muestra.

En el segundo capítulo se da a conocer el marco teórico respetando las citas bibliográficas que se han utilizado como base para el desarrollo del proyecto, el cual contiene temas como: la empresa, tipos de organización, marco legal, la función de la mercadotecnia, los fundamentos administrativos, descripción

del manual de funciones, talento humano, algunos fundamentos contables, evaluadores financieros y la forma de financiamiento.

El tercer capítulo contempla el estudio de mercado, el cual contiene aspectos como estructura y segmentación de mercado, análisis y comportamiento de la oferta y demanda, proyección de la oferta y demanda, demanda insatisfecha, análisis de precios, estrategias comerciales, canales de distribución, servicio y atención al cliente y marketing empresarial.

Se realizó un estudio técnico (ingeniería del proyecto), para establecer la correcta ubicación de la microempresa, la distribución de las áreas y espacios que se requieran para la producción, recepción, clasificación, envasado y embalajes necesarios, que deben realizarse de acuerdo a las técnicas y normas establecidas por el comercio nacional. En esta parte del proyecto es fundamental definir las características, estándares y condiciones que debe cumplir el producto para ser comercializado dentro del país, los tipos de transporte que se utilizará, seguros, embase, embalaje, peso, impuestos y controles fitosanitario, por ser un producto en estado natural.

En el capítulo quinto se realiza el análisis del estudio económico y financiero en los siguientes aspectos: inversión, presupuesto de la inversión, financiamiento, presupuesto de costos, proyección de ventas, determinación del capital de trabajo, proyección de ingresos y gastos, evaluación del TIR, VAN, C/B, tiempo de recuperación de la inversión, punto de equilibrio y análisis de sensibilidad.

El capítulo sexto contiene la propuesta del proyecto de creación de la empresa, especificando el alcance del proyecto, denominación, importancia, beneficiarios y sector económico de la empresa, objetivos y metas, descripción general, administración, planificación, tipo de empresa y requisitos para su formación y legalización, estructura organizacional, distribución de funciones y responsabilidades, organigrama estructural,

análisis interno de la empresa, detallando aspectos como la misión, visión, políticas generales, políticas de crédito, principios y valores.

El capítulo séptimo tiene que ver con el análisis de los principales impactos que generaría la instalación y puesta en funcionamiento de la nueva empresa, en los aspectos: social, económico, ecológico y ético.

Por último se da a conocer las conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado después de haber efectuado todas las fases del proceso de investigación, cuyo objetivo fue la elaboración del presente proyecto de factibilidad, que queda como guía técnico-económica para la implantación de una empresa de producción y comercialización de chamburo, en San Gabriel, Provincia del Carchi.

Problema o necesidad a satisfacer

El Ecuador es uno de los países del continente americano, que cuenta con una gran biodiversidad de flora. Por lo que, haciendo una breve reseña histórica de nuestros antepasados, las plantas de frutales han sido la base elemental de los agregados de los principales platos; los mismos que hoy en día han sido aislados de la dieta alimenticia, no han sido ni siquiera considerados como un elemento agregado; tales frutas son: Cerote, mortiño, chamburo, motilón, taxo de monte (Taxo de gallinazo) entre otras.

En la actualidad se ha despertado el interés por recuperar la producción y comercialización de estas frutas no tradicionales; y, que de acuerdo a las diversas investigaciones en esta área, estas variedades pueden adaptarse en todos los climas, variedad de suelos, temperaturas y alturas; por lo que, con la realización de esta investigación se pretende que esta fruta se integre a la canasta familiar de los consumidores; además se transforme en una fuente de ingresos económicos para los sectores rurales menos protegidos y que carecen de fuentes de trabajo; es decir se trata de que las poblaciones incursionen en la formación de pequeñas microempresas.

Este estudio de factibilidad contará con la participación comunitaria, como un proceso, por el cual, los individuos y las familias toman a cargo su bienestar; gracias a esta participación, los individuos, los grupos comunitarios y la sociedad en general, pueden incrementar sus responsabilidades, contribuyendo a un desarrollo más global. En efecto, ha sido demostrado que el enfoque sectorial solo, no puede ser suficiente para mejorar las condiciones de vida.

Para la organización y el desarrollo de servicios de producción y comercialización eficaces, la participación comunitaria significa, un compromiso sin ambigüedad hacia la promoción de todas las variedades de frutas en la producción y comercialización; el deseo de mejorar los servicios de los grupos vulnerables y la constatación de los beneficios que se desprenden de la movilización de los recursos locales a favor de esos aspectos y el desarrollo de relaciones hombre/mujer equitativas, generaran mayores recursos económicos y por lo tanto alimenticios.

Se ha destacado que el lento crecimiento de la demanda de los principales rubros productivos, ha constituido un freno importante para el desarrollo de la mayoría de las parroquias de la provincia del Carchi. Por lo tanto, una estimación de la demanda futura es necesaria para el correcto análisis organizativo, económico y financiero del presente trabajo.

Interesa analizar la demanda de ciertos frutos de la familia caricácea de las parroquias del cantón Montúfar, que tienen como destino el mercado local y representan una porción considerable de la oferta nacional; por esta razón, las variaciones en la producción de los rubros mencionados influirán sobre los precios de mercado.

La evolución previsible de la demanda deberá servir de guía para que los proyectos de investigación de la oferta, se adapten a los niveles de demanda

esperados, evitando caer en problemas de sobreproducción que afectan negativamente los niveles de precios.

En este caso, debe tenerse presente que las estimaciones aquí realizadas no pretenden entregar una determinación precisa de la magnitud futura de los mercados sino simplemente indicar límites de seguridad para juzgar la viabilidad de producir y comercializar diferentes alternativas de productos agrícolas.

Con el presente estudio se trata de investigar cuál o cuáles son las causas del bajo nivel de ingresos y calidad de vida de las familias campesinas de la parroquia del cantón Montufar?. Será por, ¿la inadecuada comercialización agropecuaria como resultado de una débil organización de los pequeños productores?, o por ¿infraestructura inadecuada para desarrollar una eficiente producción y comercialización?, o por ¿baja de oferta y/o de demanda de los productos que se vende la comunidad?.

La falta de áreas de terrenos fértiles, que permita a la población a generar mayor y en mejor calidad la producción y comercialización agrícola orientado a satisfacer la necesidad de alimentación de la humanidad; ha conllevado a que ésta degeneración de los suelos por diferentes razones, en especial el calentamiento global y la incertidumbre sobre los climas y temperaturas que han cambiado en su totalidad, se definido que está incidiendo notablemente en la escases de productos agrícolas y sus derivados.

*Razones por las cuáles en calidad de estudiante de la Universidad Técnica del Norte, se ha decidido seleccionar como tema el **Estudio de factibilidad de creación de una empresa de producción y comercialización del chamburo, en el cantón Montúfar provincia del Carchi.** Con este estudio se pretende dar prioridad a las frutas subtropicales y, a la vez endémicas, que han sido olvidadas por largos años por la población actual.*

Este estudio de factibilidad de creación de una empresa de producción y comercialización del chamburo, se llevará a cabo en el cantón Montúfar provincia del Carchi para el efecto se ha considerado cuatro áreas dónde se cultiva este fruto, áreas que reúnen similares características de climas, temperaturas, suelos, humedad etc.; a la vez que estas áreas están ubicadas dentro del perímetro del cantón Montufar. En cuanto a la comercialización de esta fruta así como de sus derivados se desarrollará, tomando en cuenta la especialidad de Ingeniería Comercial, lo que significa que este apartado es parte medular del trabajo de grado.

Justificación

Se ha destacado que el lento crecimiento de la demanda de los principales rubros productivos, ha constituido un freno importante para el desarrollo de la mayoría de las parroquias de la provincia del Carchi, cabe destacar que en años anteriores fue este fruto “chamburo” empleado para obtener diferentes derivados tales como refrescos, dulces, como fruta medicinal etc. Con estos argumentos se considera de mucha importancia que se devuelva a la tierra los productos que en ella nacieron y se impulse la producción y comercialización no sólo del chamburo sino de cada uno de sus derivados; lo que permitirá que se incorpore a la industria y a las pequeñas microempresas esta materia prima y, a la vez se creen fuentes de trabajo que hoy por hoy son bastante deficientes y lo que es más no existen.

Por lo que, este estudio de factibilidad de creación de una empresa de producción y comercialización del chamburo, en el cantón Montúfar provincia del Carchi se augura tendrá una aceptación favorable. Por su puesto, se deben tener presente que las estimaciones aquí realizadas no pretenden entregar una determinación precisa de la magnitud futura de los mercados sino simplemente indicar límites de seguridad para juzgar la viabilidad de producir y comercializar diferentes alternativas de productos agrícolas.

Objetivos

Como objetivo general se planteó: Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización del chamburo, en el cantón Montufar, provincia del Carchi.

El estudio realizado se trazó como objetivos específicos los siguientes:

- *Efectuar un diagnóstico técnico situacional del Cantón Montúfar, con la finalidad de caracterizar al área de investigación, determinar los ingresos económicos de las familias, la tenencia de consumo de bienes y el uso de servicios de la población campesina.*
- *Estructurar las bases teórico-científicas, recopilando información bibliográfica y documental del tema en estudio, lo cual nos permitirá sustentar el desarrollo de todas las fases del presente proyecto.*
- *Determinar la oferta y demanda real y potencial de chamburo y sus derivados, evaluando la intermediación y sus efectos en las utilidades recibidas por las comunidades campesinas que producen.*
- *Realizar el estudio técnico o de ingeniería, determinado áreas de cultivo, proceso de producción, inversiones fijas, variables, la existencia de infraestructura de servicios básicos y mercadeo en función de las necesidades de las comunidades.*
- *Demostrar a través del análisis económico y financiero la factibilidad y rentabilidad de la empresa, costear el proceso de producción y comercialización, estados financieros proforma.*
- *Diseñar la estructura organizacional y funcional de la empresa a implantarse, con todos sus elementos administrativos, estratégicos y funcionales.*
- *Analizar y evaluar los diferentes impactos que pueda ocasionar la implementación de este tipo de empresa de producción y comercialización del chamburo en el cantón Montufar provincia del Carchi.*

Metodología aplicada

Para la formulación del presente proyecto en todas sus fases, se hizo uso de algunos tipos de investigación: cualitativa, descriptiva, de campo y bibliográfica documental. Así como también de varios métodos, técnicas e instrumentos de investigación.

a) Investigación Cualitativa

El presente tipo de investigación se aplicó en el desarrollo de la investigación en la fase de la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. Las técnicas que acompañan a este tipo de investigación son la encuesta, entrevista y observación por medio de cuestionarios.

b) Investigación Descriptiva

*Según afirma BARRIOS, Alfredo: “**es aquella que persigue el conocimiento de las características de una situación dada**”. El uso de la investigación descriptiva permitió analizar y describir las propiedades más importantes de productores y consumidores de chamburo, su situación socio-económica y áreas de interés. Donde su principal característica es la de mostrar una interpretación precisa y correcta.*

Se utilizó este tipo de investigación para entender cómo es y cómo se manifiesta el problema de investigación, en donde a través de un diagnóstico de podrá determinar la situación actual de los campesinos productores de esta fruta.

c) Investigación de Campo

*Según este autor “**la investigación de campo exige que el investigador esté en contacto directo con la realidad que se estudia**”.*

Se aplicó este tipo de investigación al recabar información en el lugar mismo donde se encuentran los sujetos o el objeto de investigación, mediante la

observación directa de los acontecimientos, al aplicar las encuestas y entrevistas a los sujetos involucrados en el problema que es sometido a estudio.

d) Investigación Bibliográfica Documental

La investigación bibliográfica documental, es aquella en donde el investigador obtiene la información a través de documentos ya existentes, como son: libros, revistas, periódicos, tesis, archivos, estadísticas, informes, apuntes personales, etc. Luego de ordenar la información se procede a su análisis e incorporación al texto, añadiendo los respectivos argumentos y opiniones para profundizar el conocimiento sobre el problema de estudio.

En esta investigación se hizo uso de libros, estadísticas, revistas, folletos, apuntes personales, prensa, Internet, etc., que sirvió para establecer las bases teóricas científicas que sustenten el desarrollo temático del proyecto.

e) Observación científica

La observación científica, como tipo de investigación, se la empleó en el estudio situacional del entorno del proyecto. Además, fue muy útil en el estudio técnico, donde se estableció la macro y micro localización del proyecto, así como en el cálculo, interpretación y aplicación de los diferentes indicadores financieros, que aseguren el éxito de la investigación y consecuentemente del proyecto que se ha formulado.

Al haber concluido la realización de todos los pasos y procesos que requiere una investigación para la formulación de un proyecto económico-productivo, se llegó a establecer la viabilidad y factibilidad del proyecto con el cumplimiento del objetivo general y objetivos específicos planteados. Por tanto, uno de los logros más importantes de acuerdo a los resultados del estudio e investigación realizada es la presentación del proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de chamburo, en el Cantón Montúfar, provincia del Carchi; misma que aportará considerablemente al desarrollo económico-social, diversificación productiva, empleo y nuevos ingresos de los involucrados en el proyecto a implantarse.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDOS	PÁGINA
PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
THE SUMMARIZE EXECUTIVE	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESION DE DERECHOS	vi
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	xi
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE GENERAL	xx
INDICE DE CUADOR ESTADÍSTICOS	xxvii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxix
CAPITULO I: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	
Antecedentes Diagnósticos	31
Objetivos del diagnóstico	33
Objetivo general	33
Objetivos específicos	33
Variables diagnósticas	
Indicadores y subaspectos que definen a las variables	
Matriz de relación diagnóstica	35
Identificación de la población y muestra	36
Diseño de instrumentos de investigación	37
Análisis de variables diagnósticas	38
Resultados de encuestas a productores de frutas	51
Matriz FODA de productores	62
Resultados de encuestas a consumidores	63
Matriz FODA de consumidores	71
Diagnóstico externo	72
Aliados	72

<i>Oponentes</i>	72
<i>Oportunidades</i>	73
<i>Riesgos</i>	74
Identificación de la oportunidad de inversión	75
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
Administración	76
<i>Conceptos generales</i>	
<i>Importancia</i>	77
<i>Funciones administrativas</i>	
Gestión administrativa	82
<i>Concepto</i>	
<i>Importancia</i>	
Empresas	84
<i>Elementos de la empresa</i>	
<i>Clasificación de las empresas</i>	85
<i>Áreas funcionales de la empresa</i>	88
Patrones culturales, costumbres y posibilidades de los clientes	90
<i>Los segmentos del mercado</i>	
<i>La posición del producto en su ciclo de vida</i>	
<i>Componentes del servicio al cliente</i>	
El chamburo	93
<i>Características botánicas del chamburo</i>	
<i>Generalidades</i>	
<i>Características de fruto</i>	94
<i>Variedades</i>	95
<i>El cultivo</i>	96
Los beneficios de la responsabilidad social empresarial	98
<i>Perfomance financiera</i>	
<i>Reducción de costos operativos</i>	
<i>Mejora de la imagen de marca y reputación</i>	99
Contabilidad financiera	101
Presupuesto	
<i>Costos y Gastos</i>	103
Estados financieros	

<i>Balance General</i>	103
<i>Estado de Resultados</i>	
<i>Objetivos de los Estados Financieros</i>	
Clases de inversión	104
<i>Inversión y Financiamiento</i>	
Indicadores de evaluación financiera	
<i>Flujos de Caja Proyectados</i>	
<i>Valor actual neto (VAN)</i>	105
<i>Tasa Interna de Retorno (TIR)</i>	106
<i>Punto de Equilibrio</i>	
<i>Tiempo de Recuperación de la Inversión</i>	107
<i>Relación Beneficio – Costo</i>	
CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO	
Antecedentes	109
<i>Objetivos del estudio de mercado.</i>	
identificación del producto	110
<i>características del fruto</i>	111
Mercado meta	
<i>Por el nivel de consumo</i>	
<i>Por la demanda derivada</i>	112
<i>Segmentación del mercado</i>	113
<i>Cadena Artesanal</i>	
<i>Cadena Industrial</i>	114
<i>Por el Nivel de Consumo</i>	
Identificación de la demanda	115
<i>Análisis de probabilidades del consumo de esta fruta en el mercado meta (consumidor final)</i>	116
<i>Factores de la demanda</i>	117
<i>Frecuencia de consumo</i>	117
<i>Consumo per cápita aparente</i>	118
<i>Proyección de la demanda</i>	119
Identificación de la oferta	120
<i>Producción u oferta actual</i>	
<i>Proyección de la Oferta</i>	
<i>Balance entre oferta y demanda</i>	
<i>Análisis y proyección de precios</i>	122
Análisis de la Competencia	123

Estrategias de marketing propuestas	
<i>Estrategias de precio</i>	
<i>Estrategia del producto</i>	
<i>Estrategia de publicidad</i>	
Conclusión del estudio de mercado	124
CAPÍTULO IV: ESTUDIO TECNICO E INGENIERIA	
Tamaño del proyecto	127
<i>Tamaño del proyecto y la tecnología</i>	
<i>Tamaño del proyecto y los insumos</i>	
<i>Tamaño del proyecto y el financiamiento</i>	
Macro y microlocalización del proyecto	
<i>Macrolocalización</i>	128
<i>Microlocalización</i>	130
Tamaño del proyecto y la organización	132
<i>Capacidad instalada</i>	
<i>Diseño de Instalaciones</i>	
<i>Diseño del área de cultivo</i>	134
<i>Diseño constructivo</i>	
<i>Distribución de la planta</i>	135
<i>Gráfico de distribución física de la planta</i>	137
<i>Flujograma de procesos de la producción Y comercialización de chamburo</i>	138
<i>Establecimiento del cultivo</i>	139
<i>Proceso de post-cosecha</i>	141
<i>Diagrama de flujo del proceso de cultivo</i>	143
<i>Diagrama de proceso de venta</i>	144
Presupuesto técnico	145
<i>Presupuesto de costos de producción</i>	
<i>Presupuesto de talento humano para el cultivo</i>	147
<i>Requerimiento de talento humano para administración</i>	149
<i>Requerimiento de talento humano de ventas y distribución</i>	150
<i>Presupuesto de herramienta menor</i>	
<i>Equipos de informática</i>	151
<i>Muebles y enseres</i>	
<i>Presupuesto de construcción civil</i>	152
<i>Presupuesto técnico consolidado</i>	153

CAPÍTULO V: ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO	
Financiamiento de Inversiones	154
<i>Depreciación – amortización</i>	155
Costos / gastos	156
<i>Costos de producción</i>	
Gastos	162
<i>Administrativos</i>	
<i>Gastos de vender y distribuir</i>	163
<i>Gastos financieros</i>	
<i>Gastos de operación y financiación</i>	165
Ingresos consolidados proforma	166
Capital de trabajo – saldo de efectivo requerido en caja	
Estado de pérdidas y ganancias	169
Punto de equilibrio	170
Flujo de caja proforma	172
Flujo neto de efectivo	175
Balance proforma	177
Índices Del Balance	180
<i>Índice de solvencia</i>	
<i>Índice de liquidez</i>	
<i>Respaldo de activos fijos</i>	
Resultados operacionales	181
<i>Rentabilidad</i>	
<i>Rentabilidad operativa</i>	
<i>Índice de rendimiento neto en ventas</i>	182
Evaluación financiera	
<i>Cálculo del costo de oportunidad de la inversión (ck)</i>	
<i>Valor actual neto (van)</i>	183
<i>Tasa interna de retorno (tir)</i>	185
<i>Periodo de recuperación de la inversión (pri)</i>	185
<i>Relación beneficio / costo</i>	186
CAPÍTULO VI: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL	
Descripción de la Empresa	189
<i>Nombre de la Empresa</i>	

<i>Proyecto de Estatuto de la empresa</i>	189
<i>Administración y organización de la empresa</i>	196
<i>Organigrama Estructural de la Empresa</i>	197
<i>Comunicación y compromiso</i>	198
<i>Calidad en todas las funciones.</i>	
<i>Políticas de calidad</i>	
<i>Cultura, habilidades, compromisos y comprensión</i>	201
<i>Misión</i>	
<i>Visión</i>	
<i>Objetivos estratégicos</i>	202
<i>Políticas</i>	203
<i>Factores organizacionales</i>	204
<i>Funciones administrativas</i>	
<i>Estructura de Funciones Administrativas</i>	207
<i>Obtención del RUC</i>	
<i>Obtención de la patente municipal</i>	209
<i>Obtención del número patronal del IESS</i>	
<i>Obtención de la matrícula de comercio</i>	
<i>Manual de funciones</i>	210
Gestión empresarial	213
Supervisión y Control	214
<i>Controles administrativos</i>	
<i>Controles financieros – económicos – contables</i>	216
CAPÍTULO VII: ANALISIS DE IMPACTOS	
Herramienta de valoración de impactos	217
MEDICIÓN DE IMPACTOS POSITIVOS	218
<i>Impacto económico</i>	
<i>Impacto Social</i>	219
<i>Impacto Educativo – Cultural</i>	221
<i>Impacto Comercial o de Mercado</i>	
<i>Impacto ambiental</i>	224
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
Conclusiones	228
Recomendaciones	231

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO Nº	TÍTULO	Pág.
1.1	Matriz de relación diagnóstica	35
1.2	Identificación de la población	36
1.3	Instrumentos de Investigación	37
1.4	Tipos de frutas que produce	39
1.5	Conocimiento cultivo de chamburo	40
1.6	Conocimiento propiedades del chamburo	41
3.1	Clasificación botánica del chamburo	110
3.2	Población potencialmente consumidora	112
3.3	Marcas de derivados de chamburo	113
3.4	Consumo per-cápita aparente	114
3.5	Demanda aparente proyectada	115
3.6	Factores de la demanda	116
4.1	Método cualitativo por puntos	132
4.2	Tamaño del proyecto	133
4.3	Distribución física de la empresa	135
4.4	Área administrativa	136
4.5	Área de post cosecha	137
4.6	Flujo grama de Proceso de Producción	138
4.7	Flujo grama de comercialización	140
4.8	Proceso de post cosecha	141
4.9	Costo de fertilizantes y abono	145
4.10	Fertilizantes y abonos foliares	146
4.11	Herbicidas, fungicidas e insecticidas	147
4.12	Mano de Obra directa (primer año)	148
4.13	Mano de obra directa proyectada	149
4.14	Requerimiento de talento humano administrativo	150
4.15	Requerimiento talento humano de ventas	150
4.16	Herramientas a utilizar	150
4.17	Equipo informático	151
4.18	Muebles y enseres	151

4.19	Vehículo	152
4.20	Construcción civil	152
4.21	Presupuesto Técnico	153
5.1	fuentes de financiamiento	154
5.2	Depreciación y amortización	155
5.3	Fertilizantes y abonos	156
5.4	Fertilizantes y abonos foliares	157
5.5	Mano de obra directa primer año	158
5.6	Herbicidas, fungicidas e insecticidas	159
5.7	Mano de obra directa proyectada	160
5.8	Costos indirectos de producción	161
5.9	Costos de producción	162
5.10	Gastos administrativos	163
2.11	Gastos de vender y distribuir	164
5.12	Gastos financieros	165
5.13	Costos de operación y financiación	166
5.14	Ingresos proforma	167
5.15	Capital de trabajo y saldo efectivo en caja	168
5.16	Capital de trabajo proyectado	169
5.17	Estado de pérdidas y ganancias	170
5.18	Punto de equilibrio	171
5.19	Flujo de caja	173
5.20	Flujo neto de efectivo	176
5.21	Balance inicial proforma	178
5.22	Costo de oportunidad valor	183
5.23	Valor actual neto	184
5.24	Período de recuperación de la inversión	186
5.25	Relación costo beneficio	187
7.1	Valoración de impactos	217
7.2	Matriz de impacto económico	218
7.3	Matriz de impacto social	220
7.4	Matriz de impacto educativo-cultural	221
7.5	Matriz de impacto comercial o de mercado	222
7.6	Matriz de impacto ambiental	224

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico Nro.	Título	Pág.
Gráfico 1.1	Razones por las cuales se dedica al cultivo de fruta	38
Gráfico 1.2	Tipos de frutas que cultiva	39
Gráfico 1.3	Cultivo de Chamburo	40
Gráfico 1.4	Propiedades del Chamburo	41
Gráfico 1.5	Industrialización del chamburo	42
Gráfico 1.6	Mercado en al que vende actualmente	43
Gráfico 1.7	Problemas de comercialización de las frutas	44
Gráfico 1.8	Problemas de producción de las frutas	45
Gráfico 1.9	Tipo de Financiamiento	46
Gráfico 1.10	Institución Financiera a la que acude	47
Gráfico 1.11	Tasas de Interés de las instituciones Financieras	48
Gráfico 1.12	Dificultades al momento de obtener el crédito	49
Gráfico 1.13	Le gustaría dedicarse al cultivo del chamburo	50
Gráfico 1.14	Utiliza asesoramiento técnico	51
Gráfico 1.15	La materia prima es la suficiente para la producción	52
Gráfico 1.16	La producción satisface la demanda	53
Gráfico 1.17	Cree que se pueda reemplazar a las otras frutas por el chamburo	54
Gráfico 1.18	La tecnología que utiliza para la producción cree es la adecuada	55
Gráfico 1.19	La remuneración que perciben los trabajadores es la justa	56
Gráfico 1.20	Rendimiento económico de la producción del chamburo	57

Gráfico 1.21	La producción del chamburo entrega al consumidor final	58
Gráfico 1.22	Existe demanda actual del chamburo	59
Gráfico 1.23	Sabe administrar éste tipo de negocio	60
Gráfico 1.24	Disponibilidad de recursos económicos	61
Gráfico 1.25	Conoce si existe competencia	62
Gráfico 1.26	Conoce donde se cultiva el chamburo	63
Gráfico 1.27	Conoce que el consumo de esta fruta	64
Gráfico 1.28	Conoce que el costo del cultivo es más económico	65
Gráfico 1.29	Repercusiones del chamburo en la salud	66
Gráfico 1.30	Esta dispuesto a consumir el chamburo	67
Gráfico 1.31	Conoce donde puede adquirir esa fruta	68
Gráfico 1.32	La oferta del chamburo satisface la demanda	69
Gráfico 3.1	Aceptación del producto	115
Gráfico 3.2	Factores de la Demanda	116
Gráfico 3.3.	Frecuencia de consumo	118

ÍNDICE DE FIGURAS

Nº de Figura	Título	Pág.
Figura 2.1	Frutos de Chamburo	95
Figura 2.2	Planta de Chamburo en huertos caseros	96
Figura 4.1	Mapa de la Provincia del Carchi	129
Figura 4.2	Croquis de ubicación de la planta	130
Figura 4.3	Gráfico de distribución física de la planta	137
Figura 6.1	Diagrama de flujo	143
Figura 6.2	Organigrama Estructural de la Empresa	197
Figura 6.3	Procesos Productivos	198
Figura 7.1	Funciones Administrativas	206

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Con el diagnóstico situacional desarrollado se trata de dar a conocer objetivamente varias características económicas de la población estudiada, respecto al cultivo, producción y comercialización de frutas, poniendo énfasis en el análisis del chamburo como una fruta especial que puede diversificar la producción, crear hábitos de consumo, generar ingresos y empleo para las comunidades del Cantón Montúfar.

Metodológicamente, iniciaremos planificando el proceso del diagnóstico situacional, determinando los objetivos diagnósticos, variables, indicadores, matriz de relación diagnóstica y determinando las fuentes de información. A continuación detallamos los aspectos señalados.

1.1. ANTECEDENTES

El chamburo es una fruta considerada dentro los 50 cultivos de exportación no tradicionales, por lo que tiene una alta probabilidad de ser comercializado en el mercado local y en el mercado externo en países principalmente como: Francia, Italia, Estados Unidos, España.

El chamburo es una fruta con características muy similares al babaco. Por tanto sus usos pueden ser para la elaboración de postres, dulces, mermeladas que normalmente se preparan en los hogares, restaurantes, hoteles, cafeterías entre otros, como parte de la dieta alimenticia.

El chamburo al igual que otras frutas como: el durazno, frutilla, mora, entre otras puede ser utilizado en la elaboración de mermeladas, que tienen aceptable demanda en el país con empresas o marcas como: Facundo, La Europea, Arcor, Guayas, entre otras. Con esta fruta también se puede elaborar derivados lácteos como: yogurt, leche saborizada.

Actualmente la comercialización de esta fruta es débil, insignificante ya que es muy difícil encontrar en el mercado, a nivel de tiendas, supermercados. Los pocos agricultores que cultivan esta fruta están localizados en las provincias de Pichincha, Imbabura y Carchi. Las extensiones de este cultivo son mínimas, por tanto la oferta es restringida y se lo obtiene en ocasiones en mercados de la ciudad de Quito. La mecánica operativa que se siguió para el estudio de mercado fue a través de:

Recopilación de la información usando técnicas de: Observación directa y encuestas a una muestra de 384 personas localizadas en las provincias de Carchi, Imbabura y Pichincha. Se realizó visitas a los sitios de producción de chamburo así como también a los lugares donde se comercializa. Las encuestas fueron aplicadas a una muestra de 384 población económicamente activa localizadas en las provincias de Carchi, Imbabura y Pichincha con la finalidad de determinar la posible preferencia por el consumo de esta fruta. Los potenciales consumidores o que tienen pre realizadas tanto a productores de frutas en general, productores de chamburo y consumidores del chamburo y sus derivados en la Provincia del Carchi. La información secundaria sobre la producción y comercialización del chamburo, se utilizó como fuentes secundarias: Documentos, Internet, datos del MAGAP acerca de este tema.

1.1.1. OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

1.1.1.1. General

Efectuar un diagnóstico técnico situacional del Cantón Montúfar, con la finalidad de caracterizar el área de investigación, tomando en cuenta aspectos como áreas de cultivo de chamburo, población dedicada a esta actividad, costos, precios, oferta y demanda actuales y niveles de aceptación de esta fruta por parte de la población consumidora.

1.1.1.2. Específicos

- Determinar las áreas de plantación de chamburo existente en la actualidad en la zona de estudio.
- Analizar las clases de suelos aptos para el cultivo del chamburo
- Identificar las propiedades nutricionales y medicinales del chamburo.
- Determinar cómo el cultivo de chamburo podría mejorar la situación económica.
- Analizar los diversos problemas de producción y comercialización del chamburo.

1.1.2. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

- a) Áreas de plantación de chamburo existente en la actualidad
- b) Clases de suelos aptos para el cultivo del chamburo
- c) Propiedades nutricionales y medicinales del chamburo
- d) El cultivo de chamburo y mejoras en la situación económica.
- e) Problemas en la producción y comercialización de chamburo.

1.1.3. INDICADORES Y SUBASPECTOS QUE DEFINEN A LAS VARIABLES

1.1.3.1. Áreas de plantación de chamburo

- ❖ Ubicación geográfica
- ❖ Extensión de plantaciones
- ❖ Capacidad de producción por Ha.
- ❖ Criterio de los productores y consumidores

1.1.3.2. Clases de suelos aptos para el cultivo del chamburo

- ❖ Características de los suelos
- ❖ Contenido de humus
- ❖ Ph del suelo
- ❖ Topografía de los terrenos

1.1.3.3. Propiedades nutricionales y medicinales del chamburo

- ❖ Propiedades nutricionales
- ❖ Propiedades medicinales
- ❖ Hábitos de consumo y formas de usar el producto

1.1.3.4. El cultivo de chamburo y mejoras en la situación económica

- ❖ Niveles de producción
- ❖ Posibles mejoras en la situación económica

1.1.3.5. Problemas en la producción y comercialización de chamburo.

- ❖ Problemas de producción
- ❖ Problemas de comercialización
- ❖ Formas de presentación del producto.

1.1.4. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Cuadro 1.1.
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

VARIABLES	INDICADORES	TECNICAS	INVOLUCRADOS
Áreas de plantación de chamburo existente en la actualidad	<ul style="list-style-type: none">❖ Ubicación geográfica❖ Extensión de plantaciones❖ Capacidad de producción por Ha.	Encuesta	Agricultores
	<ul style="list-style-type: none">❖		

Clases de suelos para el cultivo de chamburo	<ul style="list-style-type: none"> ❖ aracterísticas de los suelos ❖ ontenido de humus ❖ h del suelo ❖ opografía de los terrenos 	Fichaje	Estudiante
Propiedades nutricionales y medicinales del chamburo	<ul style="list-style-type: none"> ❖ ropiedades nutricionales ❖ ropiedades medicinales ❖ ábitos de consumo y formas de usar el producto 	Encuesta	Productores Consumidores
El cultivo de chamburo y mejoras en la situación económica.	<ul style="list-style-type: none"> ❖ iveles de producción ❖ osibles mejoras en la situación económica 	Encuesta	Productores Comerciantes
Problemas en la producción y comercialización de chamburo.	<ul style="list-style-type: none"> ❖ roblemas de producción ❖ roblemas de comercialización ❖ ormas de presentación del producto. 	Entrevista	Productores

FUENTE: Formulación de Variables e Indicadores

ELABORACION: El Autor

1.1.5. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizará la Población Económicamente Activa de la Provincia del Carchi, que consiste en 37468 personas, al ser grande esta población se calculó la muestra estadística

correspondiente. Por otro lado, se tiene una población de 20 productores de chamburo y otros 20 productores de frutas en general, de quienes se obtuvo información mediante un censo.

Cuadro N° 1.2
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

CARACTERÍSTICAS	POBLACIÓN
Productores de Frutas	20
Productores de chamburo	20
Población Económicamente Activa (PEA) provincia del Carchi	37468

FUENTE: Proyecto Actualización Catastral Cantón Montufar e INEC Censo 2010.

ELABORACION: El Autor

1.1.5.1. Cálculo de la muestra

Se empleó la siguiente fórmula para calcular el tamaño de la muestra de conformidad con la población potencialmente consumidora de chamburo y un censo a los 20 productores de frutas y 20 de chamburo que se logró ubicarlos para nuestro estudio.

$$n = \frac{N \cdot \delta \cdot z^2}{E^2(N-1) + \delta^2 \cdot z^2}$$

Donde la simbología representa:

n = Tamaño de la muestra

N = Población

E = Error máximo admisible

Z² = Nivel de confianza

δ² = Varianza

Reemplazando valores, se obtiene:

$$n = \frac{37468 * 0.25 * (1.96)^2}{0.0025(37467) + 0.25 * (1.96)^2}$$

n = 384

1.1.6. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

En siguiente gráfico se detalla las etapas y pasos para el diseño de los instrumentos de investigación, los mismos que se anexan al presente informe.

**Cuadro N° 1.3
INTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

ETAPAS	PASOS
DEFINICION DE LOS OBJETIVOS Y DEL INSTRUMENTO	<ul style="list-style-type: none">▪ Revisión y análisis del problema de investigación▪ Definición del propósito del instrumento▪ Revisión de bibliografía. Consulta a expertos en la construcción de instrumentos.▪ Determinación de la población.▪ Determinación de los objetivos, contenidos y tipos de ítems del instrumento
DISEÑO DEL INSTRUMENTO	<ul style="list-style-type: none">▪ Construcción de los ítems.▪ Estructuración de los instrumentos▪ Redacción de los instrumentos
ENSAYO PILOTO DEL INSTRUMENTO	<ul style="list-style-type: none">▪ Sometimiento del instrumento a juicio de expertos▪ Revisión del instrumento y nueva redacción de acuerdo a recomendaciones de los expertos.▪ Aplicación del instrumento a una muestra piloto.▪ Análisis de resultados, con la aplicación de parámetros estadísticos de Tendencia Central.
ELABORACIÓN DEFINITIVA DEL INSTRUMENTO	<ul style="list-style-type: none">• Impresión del instrumento

FUENTE: Investigación Propia
ELABORADO: El Autor

1.2. ANALISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS

1.2.1. RESULTADOS DE ENCUESTA A PRODUCTORES DE FRUTAS

¿Por qué decidió dedicarse al cultivo de frutas?

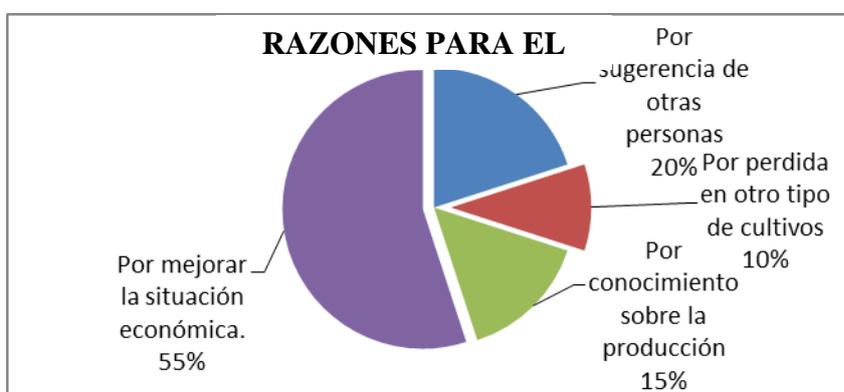
CUADRO Nº 1.4

RAZONES PARA EL CULTIVO DE FRUTAS

RAZONES	Fr.	%
Por sugerencia de otras personas	4	20
Por perdida en otro tipo de cultivos	2	10
Por conocimiento sobre la producción	3	15
Por mejorar la situación económica.	11	55
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: El Autor



Análisis:

El 55% de los productores se dedica a la producción de frutas por mejorar su situación económica, mientras que el 20% se dedica a esta actividad debido a su gerencia y experiencia de terceros, seguidamente como se puede observar el 15% de los productores tiene conocimientos de la producción y explotación de frutales, el 10% de los productores se dedicó a la producción de frutas a raíz de la perdida de otro tipo de

cultivo. Por lo tanto, se puede decir que la producción de frutas es una fuente de ingresos económicos de las familias de los productores.

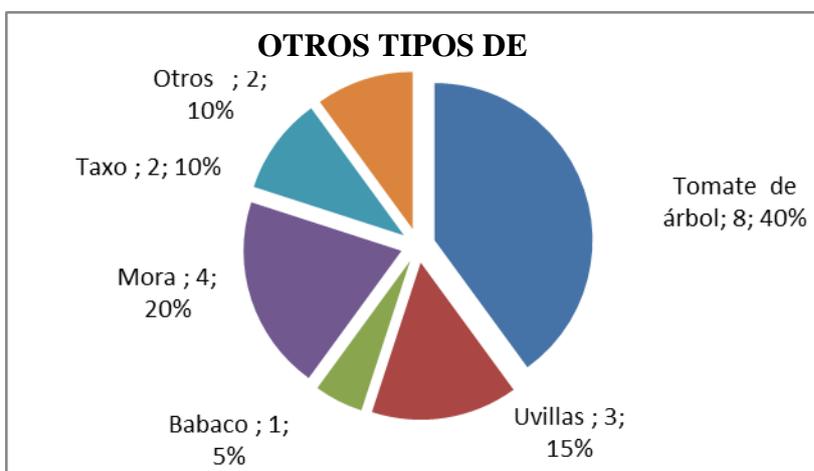
PREGUNTA: ¿Qué tipo de frutas cultiva y produce?

CUADRO Nº 1.5
TIPOS DE FRUTAS QUE PRODUCE

TIPOS DE FRUTAS	Fr.	%
Tomate de árbol	8	40
Uvillas	3	20
Babaco	1	5
Mora	4	15
Taxo	2	10
Otros	2	10
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: El Autor.



Análisis:

Se determinó que el 5% de los productores se dedica a la producción de babaco, el 10 % cultiva lo que es taxo, y otro 10 % se dedica al cultivo de otros frutales como claudias, peras, manzanas y aguacates, el 20% siembra y produce uvilla, en su mayor parte, el 40% de los productores promueve el cultivo de tomate de árbol y la mora en un 15% aduciendo que estos frutales son más rentables en el mercado. En conclusión la

mayor parte de los productores se dedica a la producción y comercialización de tomate de árbol en fresco.

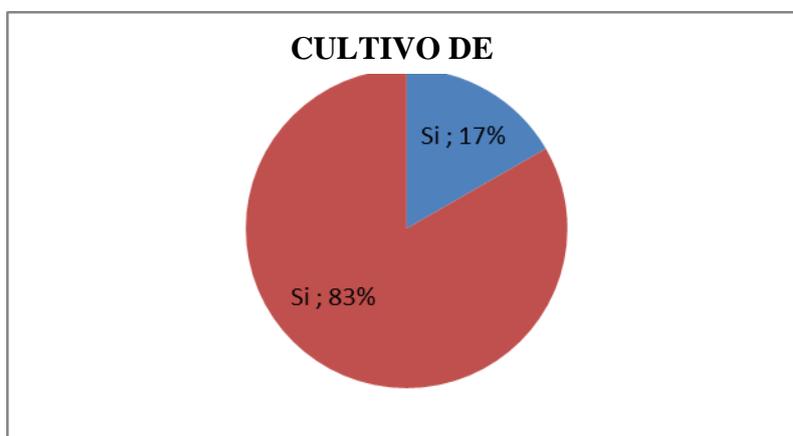
PREGUNTA: ¿Ha cultivado alguna vez chamburo?

**CUADRO 1.6
CULTIVA CHAMBURO?**

ALTERNATIVAS	Fr.	%
Si	5	17
No	15	83
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: El Autor.



Análisis:

Del cuadro y el gráfico se obtuvo que el 75% de los productores no tienen conocimiento sobre el cultivo de chamburo y su comercialización y el 25% si tiene algún conocimiento de la especie pero no del cultivo. Por lo

tanto podemos inferir que no existe un total conocimiento del cultivo y su explotación y necesitan información sobre el cultivo.

PREGUNTA: ¿Conoce las propiedades nutricionales y medicinales del Chamburo?

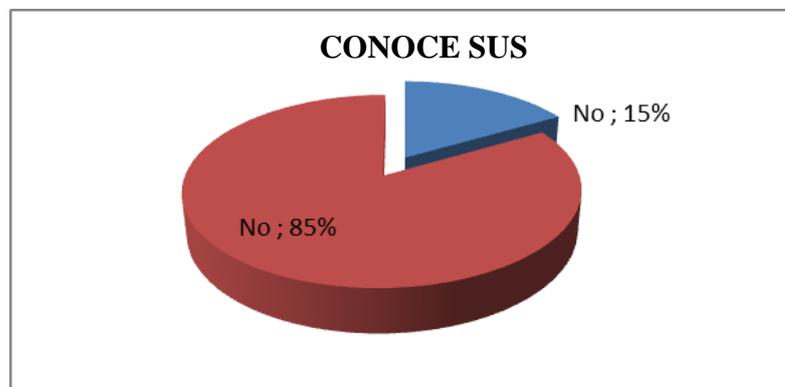
CUADRO Nº 1.7

CONOCIMIENTO DE PROPIEDADES DEL CHAMBURO

ALTERNATIVAS	Fr.	%
Si	3	15
No	17	85
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: El Autor.



Análisis:

Del cuadro y el gráfico se pudo determinar que el 85% de los productores no conoce en su totalidad el uso y las propiedades nutricionales del chamburo, el 15% conoce poco. Por lo tanto, se puede decir que existe un total desconocimiento sobre el valor nutricional del chamburo.

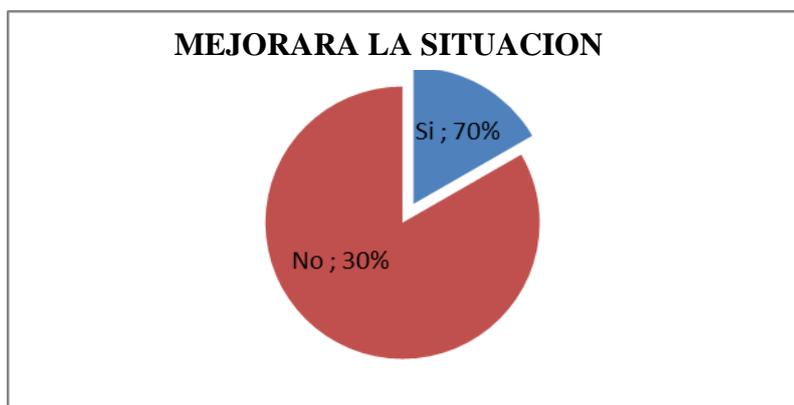
PREGUNTA: ¿Cree Ud. Que cultivando esta fruta e industrializándola podría mejorar su situación económica?

CUADRO Nº 1.8

LA INDUSTRIALIZACIÓN DEL CHAMBURO Y EL MEJORAMIENTO DE LA SITUACION ECONÒMICA

ALTERNATIVAS	Fr.	%
Si	14	70
No	6	30
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011
ELABORACIÓN: El Autor.



Análisis:

Del cuadro y el gráfico se obtuvo que el 70% de los productores creen que dándole un valor agregado e industrializándole al chamburo mejorar el precio de la fruta y por ende sus ingresos y su situación económica, mientras que el 30% opinan que el cultivo no es rentable. Por lo tanto tomando en consideración la opinión de los productores el cultivo de chamburo sería una buena alternativa para mejorar situación económica de los productores.

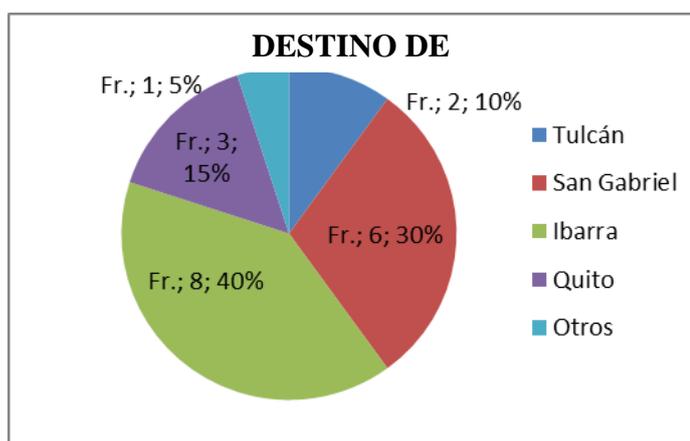
PREGUNTA: ¿En qué mercados vende actualmente las frutas que produce?

CUADRO N° 1.9

DESTINO DE LAS VENTAS DE FRUTAS

ALTERNATIVAS	Fr.	%
Tulcán	2	10
San Gabriel	6	30
Ibarra	8	40
Quito	3	15
Otros	1	5
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011
ELABORACIÓN: El Autor



Análisis:

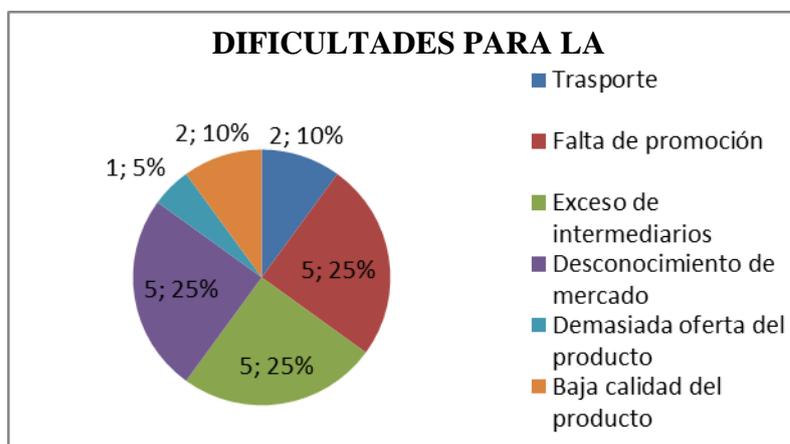
Del cuadro y el gráfico se determinó que el 40% de la producción vende su producción en los mercados de la ciudad de Ibarra, el 30% lo hace en el mercado de la ciudad de San Gabriel, mientras que el 15% y 10% de la producción se expende en la ciudad de Quito y Tulcán respectivamente y un 5% oferta su producción en otros mercados o pequeñas ferias. Por lo tanto se puede manifestar que gran parte de la producción de fruta está destinada y se vende en el mercado de la ciudad de Ibarra.

PREGUNTA: ¿Qué problemas tiene para vender sus productos?

**CUADRO N° 1.10
DIFICULTADES PARA LA VENTA**

ALTERNATIVAS	Fr.	%
Trasporte	2	10
Falta de promoción	5	25
Exceso de intermediarios	5	25
Desconocimiento de mercado	5	25
Demasiada oferta del producto	1	5
Baja calidad del producto	2	10
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011
ELABORACIÓN: El Autor



Análisis:

Del cuadro y el gráfico se pudo determinar que los principales problemas que tiene el productor para vender sus productos son los siguientes, falta de promoción, exceso de intermediarios, desconocimiento de mercados teniendo un 25% respectivamente cada una sumando así un 75% y el porcentaje restante está dado de la siguiente manera, el 10% transporte, el 5% demasiada oferta de producto y otro 10% tiene problemas en la calidad del producto. Por lo tanto se considera que existe un alto porcentaje que coincide en que el principal problema está en el exceso de intermediarios, promoción y desconocimiento de nuevos mercados.

PREGUNTA: ¿Qué problema tiene para producir el producto?

CUADRO N° 1.11
PROBLEMAS PARA LA PRODUCCION

ALTERNATIVAS	Fr.	%
Escasez de tierra	1	5
Altos costos de insumos	6	30
Escasa capacitación	2	10
Excesiva contaminación ambiental	1	5
Escaza tecnología	2	10
Factores climáticos negativos	3	15
Escasez de capital	5	25
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: El Autor



Análisis:

Del cuadro y el gráfico se obtuvo que los principales problemas que tienen que enfrentar los agricultores para producir sus productos, en un 30% los altos costos de materias primas e insumos seguido por un 25% la escasez de capital para invertir y un 15% los factores climáticos y ambientales y el porcentaje restante se le atribuye, el 20% a escasa capacitación y tecnología, el otro 10% a escases de tierra y contaminación ambiental. Por lo tanto los productores encuestados requieren de cultivos alternativos que no demanden cantidad de insumos.

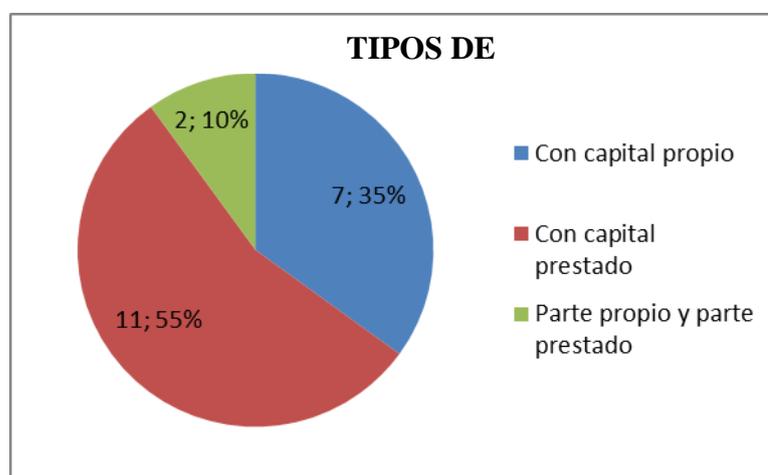
PREGUNTA: ¿Con qué tipo de financiamiento realiza la producción?

CUADRO N° 1.12
TIPOS DE FINANCIAMIENTO

ALTERNATIVAS	Fr.	%
Con capital propio	7	35
Con capital prestado	11	55
Parte propio y parte prestado	2	10
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: El Autor



Análisis:

Del cuadro y el gráfico se determinó que en un 55% de los productores trabaja o produce con capital prestado, el 35% lo hace con capital propio y un 10% trabajan a medias o son partidarios. Por lo tanto se puede apreciar que la mayor parte de agricultores requieren o recurren a un préstamo para explotar sus tierras y obtener productos.

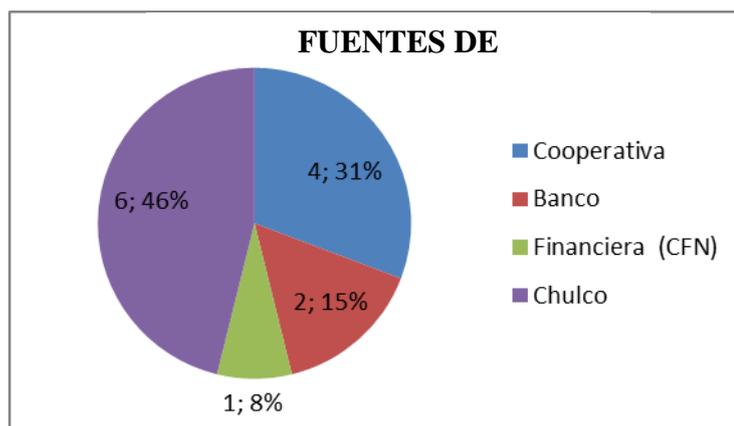
PREGUNTA: ¿De dónde obtiene sus préstamos?

**CUADRO N° 1.13
FUENTES PRESTAMISTAS**

ALTERNATIVAS	Fr.	%
Cooperativa	4	30
Banco	2	20
Financiera (CFN)	1	10
Chulco	6	40
TOTAL	13	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: El Autor



Análisis:

Del cuadro y el gráfico se determinó que en un 40% de los productores recurre y tiene préstamos a chulco, el 30% y 20% tiene financiamiento de cooperativas y bancos respectivamente y un 10% trabajan con financieras como CFN. Por lo tanto se puede apreciar que la mayor parte de productores tienen un préstamo a chulco para producir.

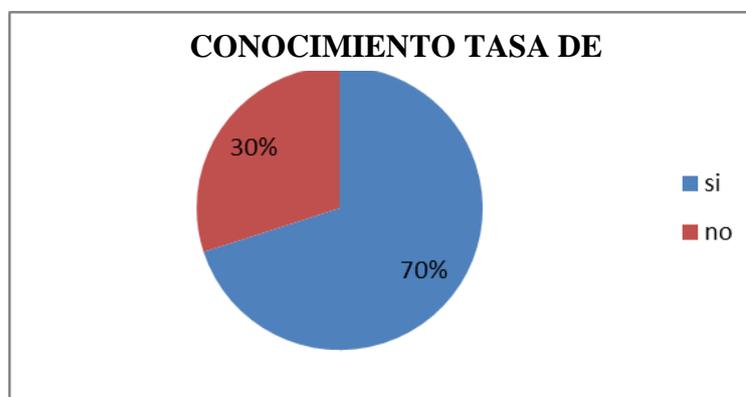
PREGUNTA: ¿Conoce la tasa de interés a la que le prestaron el dinero?

CUADRO N° 1.14
TASA DE INTERÈS POR PARTE DE ENTIDAD PRESTAMISTA

ALTERNATIVAS	Fr.	%
Si	10	76
No	3	24
TOTAL	13	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: El Autor



Análisis:

Del cuadro y el gráfico se determinó que en un 76% de los productores conoce la tasa de interés a la que le prestan el dinero y un 24% no tiene mayor conocimiento acerca de lo que es la tasa de interés y manifestaron que ellos se limitaban a pagar las cuotas mensuales en el tiempo acordado. Razón por la cual se puede concluir que la mayoría de agricultores tienen conocimiento de las tasas de interés a las cuales les proporcionan el dinero.

PREGUNTA: ¿Qué inconvenientes tuvo para acceder a su crédito?

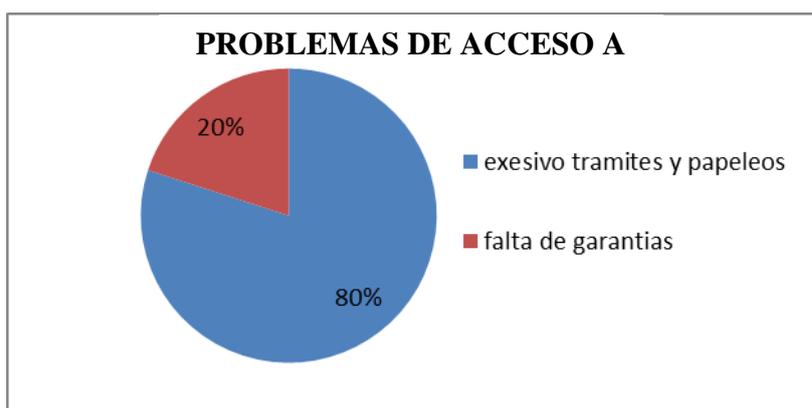
CUADRO N° 1.15

PROBLEMAS DE ACCESO A CRÉDITO

ALTERNATIVAS	Fr.	%
Excesivos tramites y papeleos	11	84
Falta de garantías	2	16
TOTAL	13	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: El Autor



Análisis:

Del cuadro y el gráfico se determinó que en un 84% de los productores tiene problemas de trámites y papeles al realizar el crédito mientras que solo el 16% pone como referente la falta de garantías por parte de las entidades financieras y otros argumento. Por lo tanto se puede apreciar que la mayor parte de productores solicitan sencillez y facilidad en los trámites al momento de acceder a un crédito.

PREGUNTA: ¿Le gustaría dedicarse al cultivo de chamburo como una fruta exótica?

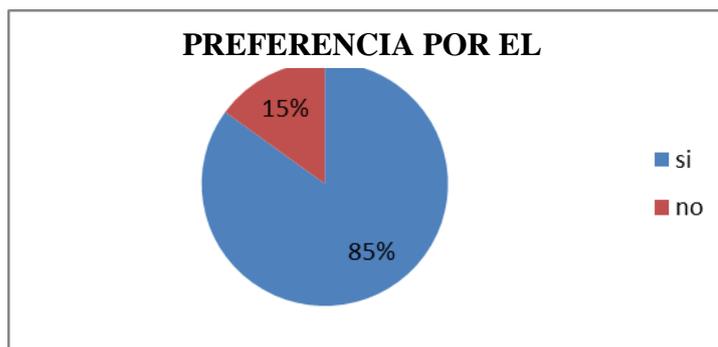
CUADRO N° 1.16

PREFERENCIA POR EL CULTIVO DE CHAMBURO

ALTERNATIVAS	Fr.	%
Si	17	85
No	3	15
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: Edison Prado



Análisis:

Del cuadro y el gráfico se determinó que en un 85% de los productores estarían dispuestos a trabajar o cultivar esta fruta, mientras que el 15% no está dispuesto a cultivar la fruta aduciendo que los frutales que actualmente manejan son netamente rentables. Por lo tanto se puede estimar que la mayor parte de productores están interesados en diversificar su producción y participar el cultivo de chamburo; necesitando para esto en primer lugar el soporte técnico para el cultivo, producción y

comercialización, la ayuda de alguna institución seguida una buena promoción e industrialización de la fruta y apertura de nuevos mercados.

1.2.2. RESULTADOS DE ENCUESTA A PRODUCTORES DE CHAMBURO

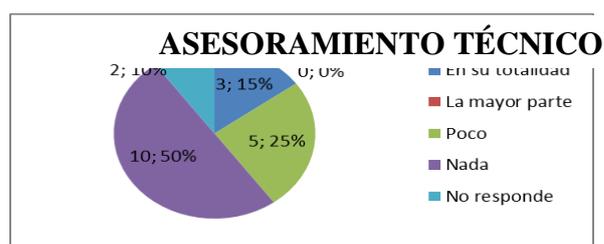
PREGUNTA: ¿Utiliza asesoramiento técnico para la producción y comercialización del chamburo?

CUADRO N° 1.17

USO DE ASESORAMIENTO TÉCNICO

ALTERNATIVAS	Fr.	%
En su totalidad	3	15
La mayor parte	0	0
Poco	5	25
Nada	10	50
No responde	2	10
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011
ELABORACIÓN: Edison Prado



Análisis:

Del cuadro y el gráfico se pudo determinar que el, 15% utiliza en una mayor parte asesoramiento, un 25% utiliza poco asesoramiento técnico y nada un 50%. Por lo tanto el conocimiento para la producción y comercialización requiere de un profundo asesoramiento técnico.

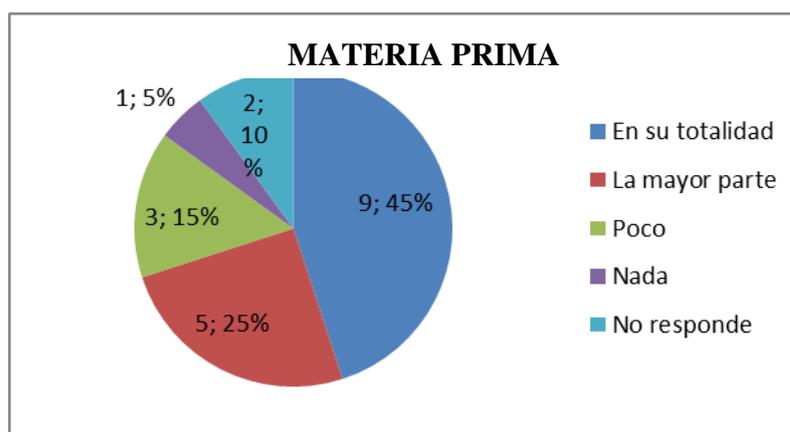
PREGUNTA: ¿La materia prima que dispone satisface sus requerimientos para la producción?

CUADRO Nº 1.18
SATISFACCIÓN POR MATERIA PRIMA

ALTERNATIVAS	Fr.	%
En su totalidad	9	45
La mayor parte	5	25
Poco	3	15
Nada	1	5
No responde	2	10
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: Edison Prado



Análisis:

Del cuadro y el gráfico se determinó que el 45% dispone totalmente de materia prima, un 25% la mayor parte, el 15% cuenta con poca materia prima y un 5% no cuenta con materia prima, el 10% se niega a responder. Por lo tanto se puede notar que en el medio existe suficiente materia prima para la producción de chamburo.

PREGUNTA: ¿El volumen de producción del chamburo le permite atender la demanda de los comerciantes?

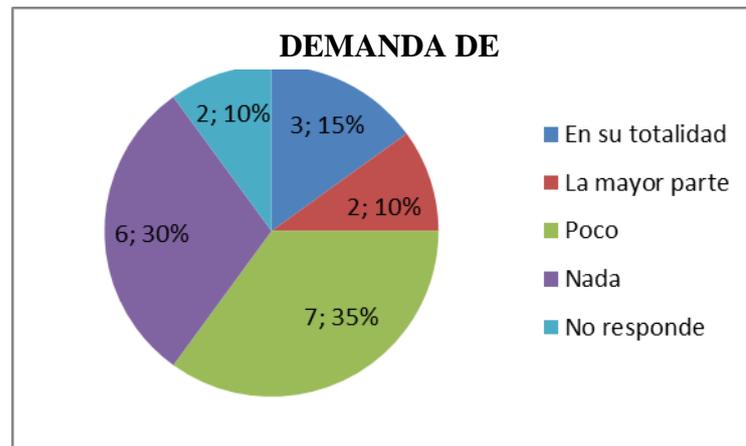
CUADRO N° 1.19

ATENCION DE DEMANDA A COMERCIANTES

ALTERNATIVAS	Fr.	%
En su totalidad	3	15
La mayor parte	2	10
Poco	7	35
Nada	6	30
No responde	2	10
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: Edison Prado



Análisis:

Del cuadro y el gráfico se obtuvo que en un 15% piensan que la producción satisface en su totalidad la demanda o consumo del chamburo, el 10% opina que la mayor parte de la demanda está satisfecha, un 35% y 30% considera que la producción actual satisface un poco y nada respectivamente la demanda. Por lo tanto se puede observar que existe escasa oferta del producto.

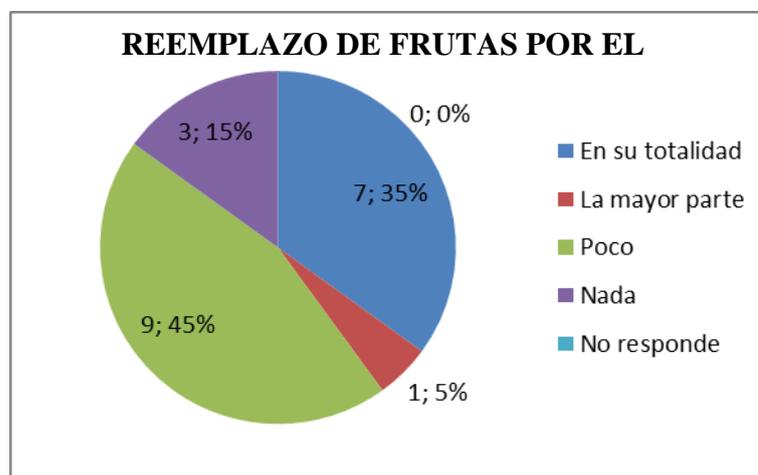
PREGUNTA: ¿Considera que se puede reemplazar a las frutas tradicionales con el chamburo en el mercado?

**CUADRO N° 1.20
POSIBLE REEMPLAZO DE FRUTAS
TRADICIONALES POR CHAMBURO**

ALTERNATIVAS	Fr.	%
En su totalidad	7	35
La mayor parte	1	5
Poco	9	45
Nada	3	15
No responde	0	0
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: Edison Prado



Análisis:

Del cuadro y el gráfico se determinó que en un 45 % manifestaron que se puede reemplazar muy poco, un 15% nada, el 35% en su totalidad, el 5% la mayor parte. Por lo tanto se puede decir que los productores todavía no están convencidos de su reemplazo con otras frutas tradicionales.

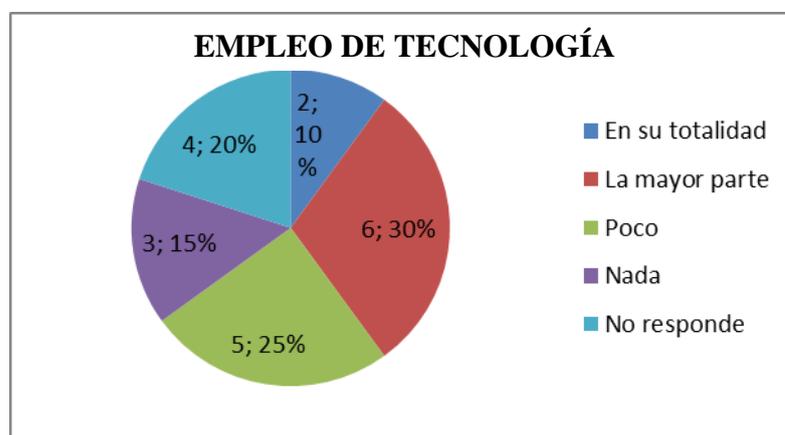
PREGUNTA: ¿La tecnología empleada para la producción y comercialización del chamburo es la apropiada?

CUADRO N° 1.21
EMPLEO DE TECNOLOGÍA APROPIADA

ALTERNATIVAS	Fr.	%
En su totalidad	2	10
La mayor parte	6	30
Poco	5	25
Nada	3	15
No responde	4	20
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: Edison Prado



Análisis:

Del cuadro y el gráfico se obtuvo que en un 10% la tecnología utilizada para la producción del chamburo es apropiada en su totalidad, en un 30% es apropiada en una mayor parte, el 25% opina que es una tecnología poco apropiada y el 15% piensa que es nada apropiada, el 20% no respondió a esta pregunta. Por lo tanto se puede manifestar que si se dispone de la tecnología en el medio necesaria para producir chamburo.

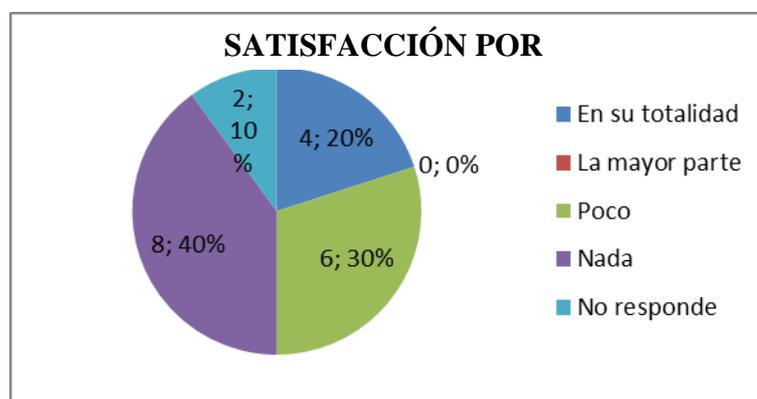
PREGUNTA: ¿Las personas que trabajan en la producción y comercialización del chamburo se encuentran satisfechas con la remuneración que perciben?

CUADRO N° 1.22
ACEPTACIÓN A REMUNERACIÓN IMPUESTA

ALTERNATIVAS	Fr.	%
En su totalidad	4	20
La mayor parte	0	0
Poco	6	30
Nada	8	40
No responde	2	10
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: Edison Prado



Análisis:

Del cuadro y el gráfico se obtuvo que en un 20% de las personas que trabajan en esta actividad se encuentran satisfechos en su totalidad, un 30% están poco satisfechos y el 40% no se halla conforme con la remuneración que recibe. Por lo tanto se puede decir que esta actividad no es de agrado para los trabajadores debido a sus bajas remuneraciones.

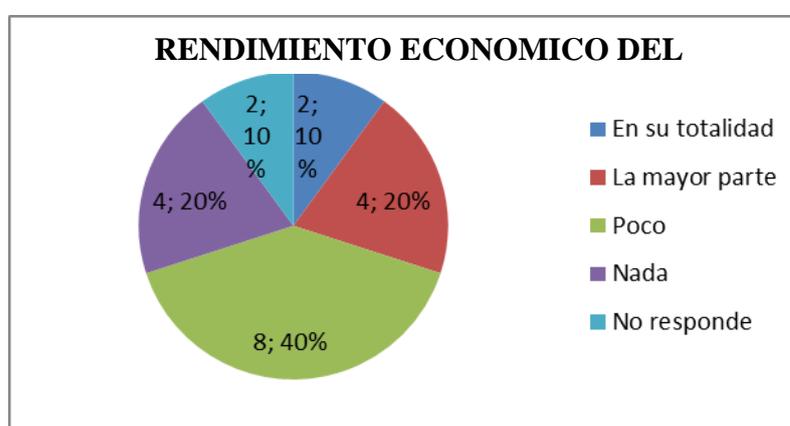
PREGUNTA: ¿Considera que el rendimiento económico del cultivo de chamburo, es mejor que otras frutas?

**CUADRO N° 1.23
COMPARACIÓN DE CHAMBURO CON OTRAS FRUTAS**

ALTERNTIVAS	Fr.	%
En su totalidad	2	10
La mayor parte	4	20
Poco	8	40
Nada	4	20
No responde	2	10
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: Edison Prado



Análisis:

De acuerdo al cuadro y gráfico se obtuvo que en un 10% y 20% de los productores piensa que el rendimiento del chamburo es mejor que otras formas de producción de frutas, un 40% y 20% piensan que es poco y nada el rendimiento económico del chamburo y un 10% se limitó a no responder. Por lo tanto se puede decir que el chamburo tiene bajos rendimientos económicos.

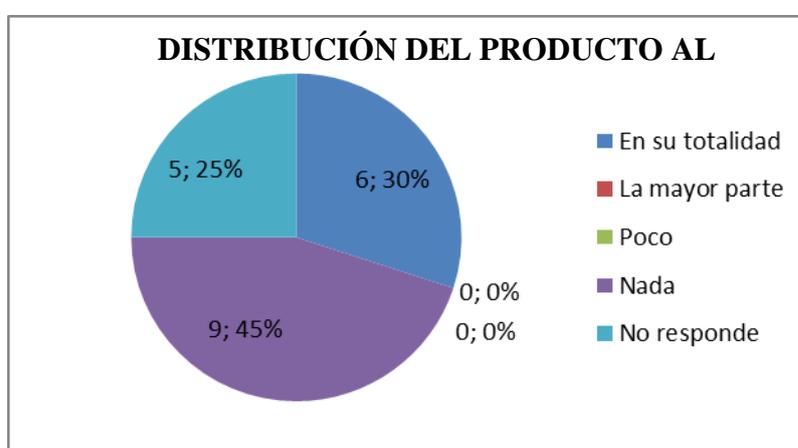
PREGUNTA:¿La producción de chamburo entrega directamente al consumidor final?

**CUADRO N° 1.24
FORMA DE DISTRIBUCIÓN DE CHAMBURO**

ALTERNATIVAS	Fr.	%
En su totalidad	6	30
La mayor parte	0	0
Poco	0	0
Nada	9	45
No responde	5	25
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: Edison Prado



Análisis:

De los productores encuestados se obtuvo que en un 30% entregan directamente al consumidor final, el 45% no entrega a los consumidores finales y entrega a intermediarios y un 25 no respondió a la pregunta. Por lo tanto se puede manifestar que la fruta no es entregada en su mayor parte directamente a los consumidores.

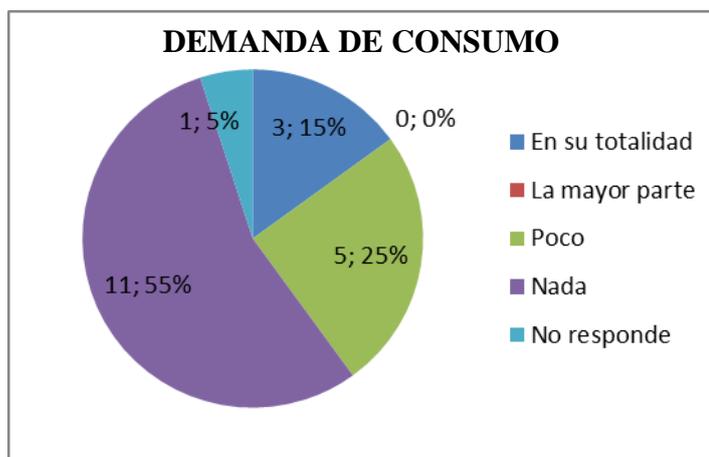
PREGUNTA: ¿En el momento existe demanda de este producto por los consumidores?

CUADRO N° 1.25

DEMANDA ACTUAL POR PARTE DE CONSUMIDORES

ALTERNATIVAS	Fr.	%
En su totalidad	3	15
La mayor parte	0	0
Poco	5	25
Nada	11	55
No responde	1	5
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011
ELABORACIÓN: Edison Prado



Análisis:

De los datos recolectados se puede determinar que en un 15 % existe una total demanda del chamburo, y en un 25% y 55 % hay poca o nula demanda respectivamente de la fruta. Por lo tanto se puede decir que no existe mayor cantidad de demanda de chamburo en el mercado.

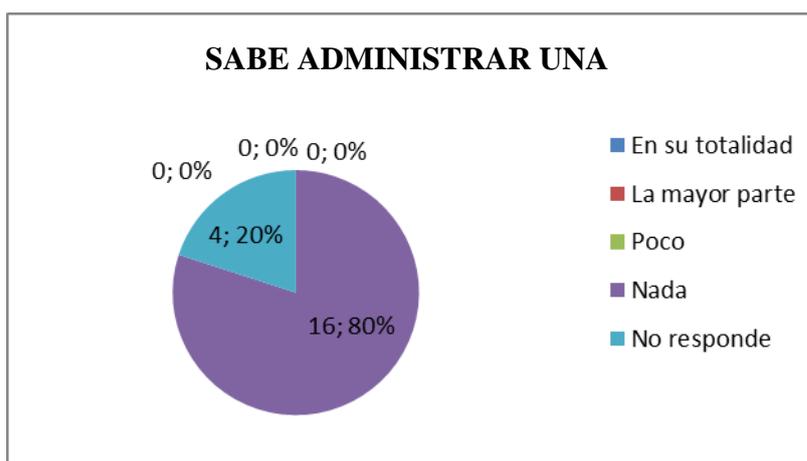
PREGUNTA: ¿Sabe cómo administrar una empresa de esta línea?

**CUADRO Nº 1.26
CONOCIMIENTO DE ADMINISTRACIÓN**

ALTERNATIVAS	Fr.	%
En su totalidad	0	0
La mayor parte	0	0
Poco	0	0
Nada	16	80
No responde	4	20
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: Edison Prado



Análisis:

Del cuadro y el gráfico se pudo determinar que el 20% de los productores encuestados saben cómo administrar una microempresa, el 80% no conocen como administrar ningún tipo de empresa. Por lo tanto se puede manifestar que existe un nivel efímero de conocimiento sobre cómo administrar una microempresa.

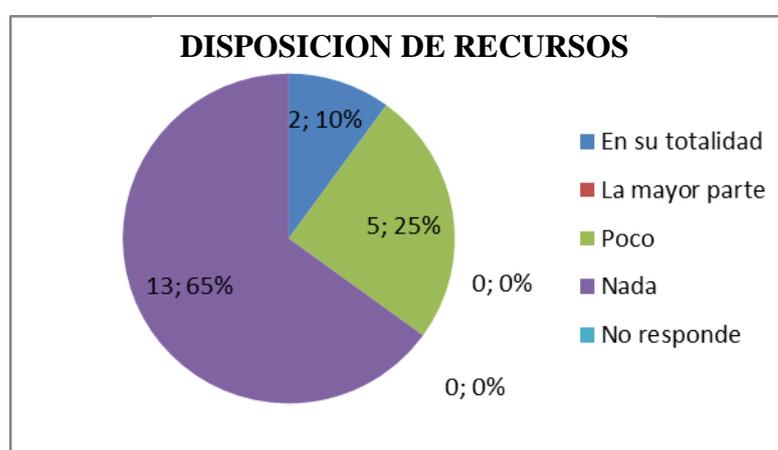
PREGUNTA: ¿Dispone de los recursos económicos y financieros?

**CUADRO N° 1.27
DISPOSICIÓN DE RECURSOS**

ALTERNATIVAS	Fr.	%
En su totalidad	2	10
La mayor parte	0	0
Poco	5	25
Nada	13	65
No responde	0	0
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: Edison Prado



Análisis:

Del cuadro y el gráfico se obtuvo que el 10% de productores cuentan con financiamiento total, un 25% disponen de poco financiamiento y 65% nada. Por lo tanto se puede manifestar que existe un nivel bajo de financiamiento.

1.2.3. Construcción de la Matriz FODA (Productores)

Fortalezas

- ✓ Tienen experiencia, sino técnica, al menos empírica en el cultivo de frutas.
- ✓ Sus productos frutales pueden ser industrializados

- ✓ Facilidad para encontrar el mercado meta en la comercialización de sus frutos.
- ✓ Existe suficientes áreas de terreno para su producción.

Oportunidades

- ✓ Mejorar la situación económica de los productores
- ✓ La mayoría de agricultores no se dedican a la producción de chamburo.
- ✓ Se puede industrializar este producto
- ✓ Existe escasa oferta del producto en los mercados locales y regionales.
- ✓ La mayoría de agricultores piensa que el cultivo de chamburo no es tan rentable
- ✓ La mayoría no sabe cómo administrar una microempresa
- ✓ Baja remuneraciones para los trabajadores

Debilidades

- ✓ No conocen las propiedades nutricionales y medicinales de chamburo.
- ✓ No existe hábitos generalizados de consumo
- ✓ No tienen asesoramiento técnico para sus cultivos de frutas
- ✓ No están convencidos en reemplazar sus cultivos por otras frutas
- ✓ No existe una demanda mayoritaria del producto
- ✓ No saben cómo administrar una microempresa
- ✓ Nivel bajo de financiamiento para este tipo de cultivo

Amenazas

- ✓ Altos costos de los insumos
- ✓ Escases de programas de capacitación para cultivos de frutas
- ✓ Existencia de muchos intermediarios
- ✓ Altos costos de intereses por préstamos
- ✓ Escasa tecnología

1.2.4. RESULTADOS DE ENCUESTAS A CONSUMIDORES

La presente encuesta se la realizó a una muestra de la población en la Provincia del Carchi, en los Cantones Tulcán, Huaca, y Montufar, de los cuales se obtuvo la siguiente información.

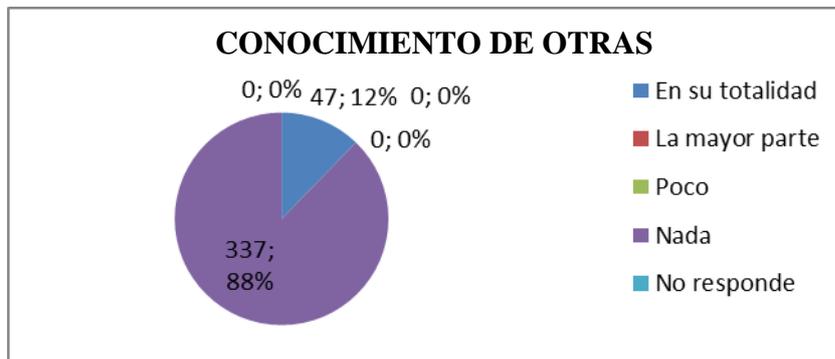
PREGUNTA: ¿Conoce la existencia de empresas de producción de chamburo?

**CUADRO N° 1.28
CONOCIMIENTO DE OTRAS EMPRESAS
PRODUCTORAS DE CHAMBURO**

ALTERNATIVAS	Fr.	%
En su totalidad	47	12,24
La mayor parte	0	0,00
Poco	0	0,00
Nada	337	87,76
No responde	0	0,00
TOTAL	384	100,00

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: Edison Prado



Análisis:

Del cuadro y el gráfico se pudo determinar que el 12% de la población encuestada conoce en su totalidad la existencia de la fruta, el 88% no conoce y no sabe que es. Por lo tanto, se puede decir que existe total desconocimiento de esta fruta.

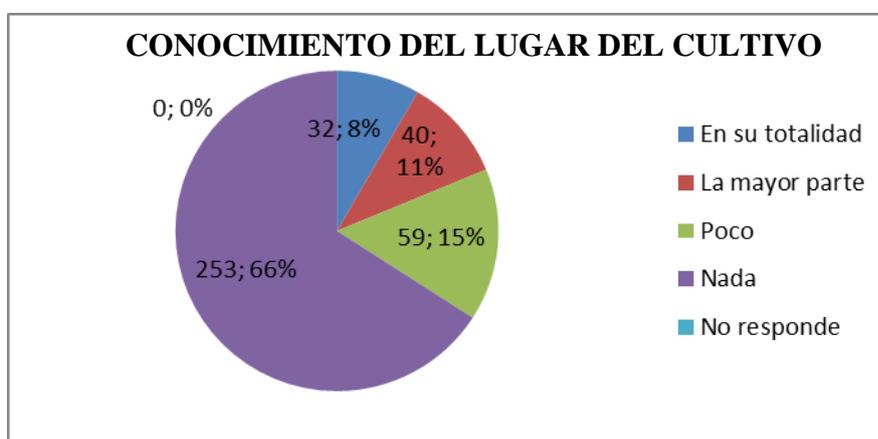
PREGUNTA: ¿Sabe Ud. dónde se realiza el cultivo del chamburo?

CUADRO N° 1.29
CONOCIMIENTO DE LUGAR DE CULTIVO DE CHAMBURO

ALTERNATIVAS	Fr.	%
En su totalidad	32	8,33
La mayor parte	40	10,42
Poco	59	15,36
Nada	253	65,89
No responde	0	0,00
TOTAL	384	100,00

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: Edison Prado



Análisis:

El 8% de la población conoce en su totalidad de donde es esta fruta, el 10% conoce en su mayor parte, el 15% poco y la mayor parte 66% no tiene conocimiento. Es decir que no existe conocimiento del cultivo y su origen.

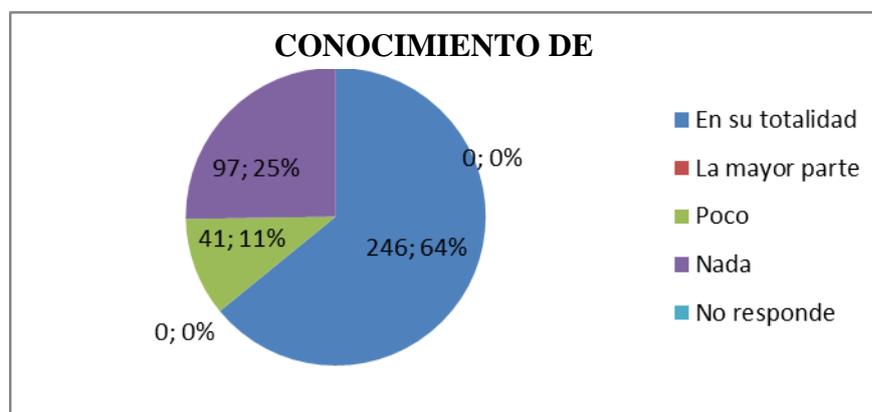
PREGUNTA: ¿Sabe usted que esta fruta se le puede consumir como cualquier otra fruta?

CUADRO N° 1.30
CONOCIMIENTO DE CONSUMO

ALTERNATIVAS	Fr.	%
En su totalidad	246	64,06
La mayor parte	0	0,00
Poco	41	10,68
Nada	97	25,26
No responde	0	0,00
TOTAL	384	100,00

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: Edison Prado



Análisis:

De los consumidores encuestados el 64% de la población conoce en su totalidad sobre el consumo en fresco de esta fruta, el 11% conoce poco y el 25% desconoce sobre el consumo del chamburo como fruta. Por lo tanto, se puede decir que existe un profundo conocimiento sobre el consumo de chamburo como fruta fresca.

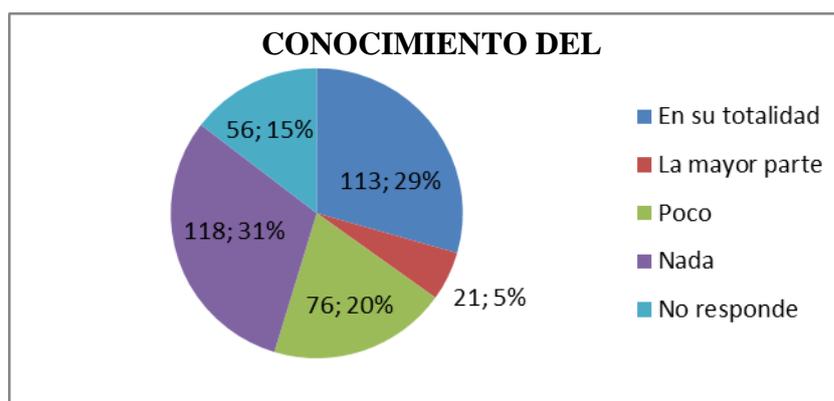
PREGUNTA: ¿Sabe usted que el costo del cultivo del chamburo es más barato que otras frutas?

CUADRO N° 1.31
CONOCIMIENTO DE PRECIO DEL CHAMBURO

ALTERNATIVAS	Fr.	%
En su totalidad	113	29,43
La mayor parte	21	5,47
Poco	76	19,79
Nada	118	30,73
No responde	56	14,58
TOTAL	384	100,00

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: Edison Prado



Análisis:

De total de personas encuestada y de acuerdo a los datos tabulados se obtuvo que el 29% de la población encuestada tiene un conocimiento sobre el costo del chamburo pero existe una equivalencia del 31% en cuanto al desconocimiento del costo, el 5% conoce la mayor parte, y el 20% poco y el porcentaje restante no respondieron. Por lo tanto tomando en consideración el costo existe un nivel equitativo en cuanto al conocimiento sobre su bajo valor económico.

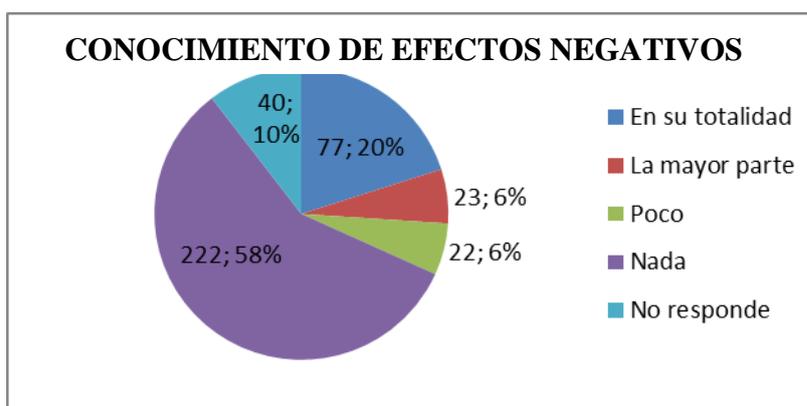
PREGUNTA: ¿Conoce usted que el consumo del chamburo tiene ninguna repercusión negativa en la salud de las personas?

CUADRO N° 1.32
CONOCIMIENTO EFECTOS NEGATIVOS DEL CHAMBURO

ALTERNATIVAS	Fr.	%
En su totalidad	77	20,05
La mayor parte	23	5,99
Poco	22	5,73
Nada	222	57,81
No responde	40	10,42
TOTAL	384	100,00

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: Edison Prado



Análisis:

De todas las personas encuestadas se determinó que el 20% de la población conoce en su totalidad que el chamburo no tiene ningún tipo de repercusión en la salud, el 6% conoce la mayor parte y poco sobre la pregunta, la mayoría de los consumidores el 58% desconoce o no conoce nada sobre el tema. Por lo tanto se puede manifestar que gran parte de la población desconoce los beneficios y bondades del chamburo en la salud.

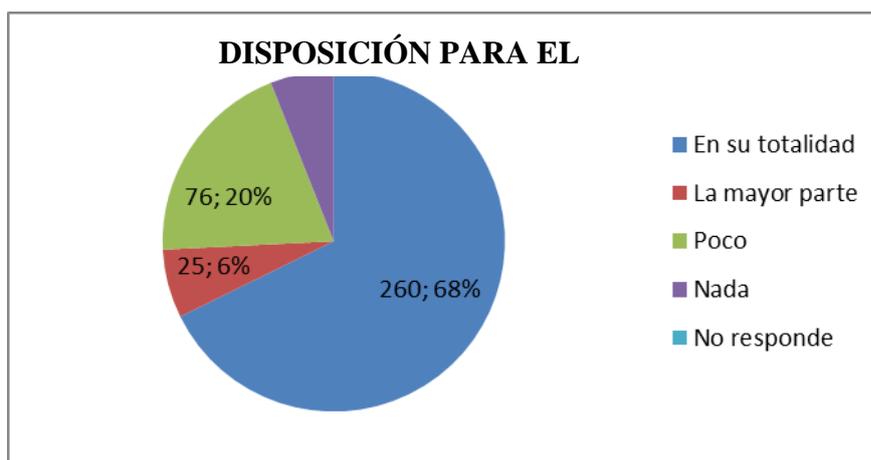
PREGUNTA: ¿Estaría dispuesto(a) a utilizar el chamburo en su dieta diaria?

CUADRO Nº 1.33
DISPOSICIÓN UTILIZAR CHAMBURO EN SU DIETA ALIMENTICIA

ALTERNATIVAS	Fr.	%
En su totalidad	260	67,71
La mayor parte	25	6,51
Poco	76	19,79
Nada	23	5,99
No responde	0	0,00
TOTAL	384	100,00

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: Edison Prado



Análisis:

Del cuadro y el gráfico se pudo determinar que el 68% de la población encuestada está dispuesto a utilizar en su totalidad el chamburo en su dieta diaria, el 6.5% la mayor parte, el 20% poco y un 6% no estaría dispuesto a utilizar el chamburo. Por lo tanto se considera que existe un alto porcentaje que estarían dispuestos a utilizarlo.

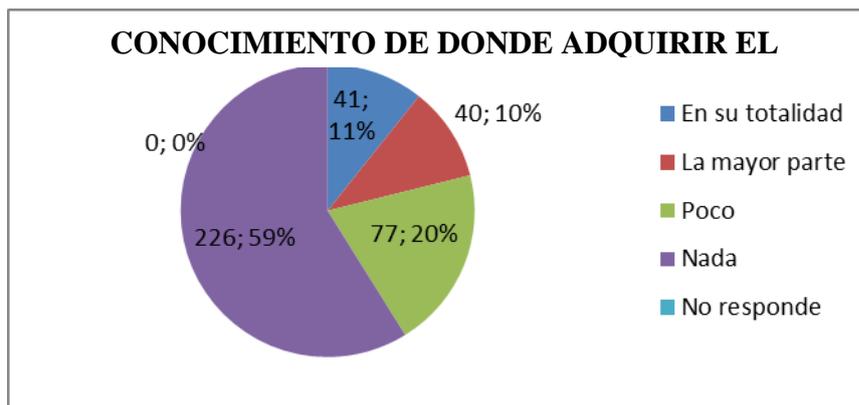
PREGUNTA: ¿Sabe dónde se puede adquirir este tipo de fruta?

CUADRO N° 1.34
CONOCIMIENTO DONDE ADQUIRIR CHAMBURO

ALTERNATIVAS	Fr.	%
En su totalidad	41	10,68
La mayor parte	40	10,42
Poco	77	20,05
Nada	226	58,85
No responde	0	0,00
TOTAL	384	100,00

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: Edison Prado



Análisis:

Del cuadro y el gráfico se obtuvo que el 10,68% de la población conoce en su totalidad donde se puede adquirir este tipo de fruta, el 10,42% la mayor parte, el 20% poco, y 59% nada. Por lo tanto los consumidores encuestados no tienen conocimiento de donde adquirir este producto.

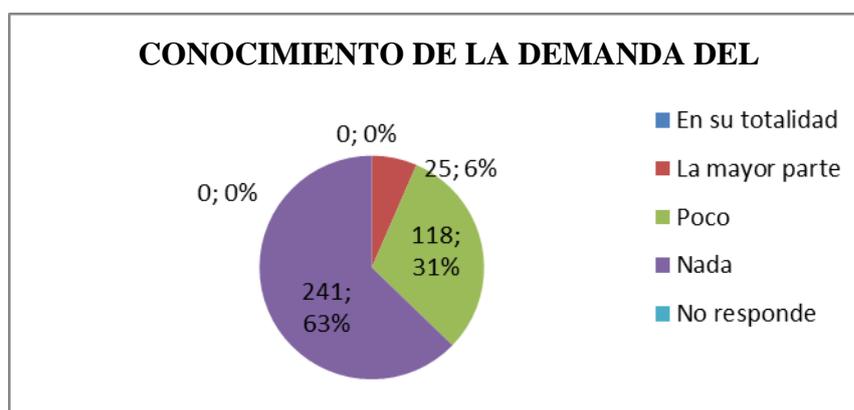
PREGUNTA: ¿Sabe usted si la cantidad de chamburo que está en el mercado satisface la demanda?

**CUADRO N° 1.35
COCOCIMIENTO SOBRE DEMANDA DE CHAMBURO**

ALTERNATIVAS	Fr.	%
En su totalidad	0	0,00
La mayor parte	25	6,51
Poco	118	30,73
Nada	241	62,76
No responde	0	0,00
TOTAL	384	100,00

FUENTE: Encuesta a Productores de frutas. Abril 2011

ELABORACIÓN: Edison Prado



Análisis:

Del total de la población encuestada se determinó que el 6.51 % considera que la cantidad del chamburo que existe en el mercado satisface la demanda, el 31% satisface poco, y el 63% no satisface nada. Por lo tanto se puede apreciar que la cantidad actual de este producto no satisface en su totalidad la demanda actual.

1.2.5. Matriz FODA Consumidores

Fortalezas

- ✓ Sabe que el producto tiene grandes beneficios nutricionales.
- ✓ Por el cambio de hábitos de consumo, diversifica su dieta diaria con frutas, para mejorar su estilo de vida.
- ✓ El consumidor tiene suficientes ingresos como para destinarlos a la compra de frutas.

Oportunidades

- ✓ Que se le ofrezca una variedad de frutas.
- ✓ Disponer el producto en cualquier mercado local.
- ✓ Que existan agricultores que pasen de cultivos tradicionales al cultivo de frutas exóticas.

Debilidades

- ✓ Desconocimiento del producto
- ✓ No conocen beneficios y bondades del producto
- ✓ No saben dónde adquirir el producto

Amenazas

- ✓ Que no exista la suficiente y permanente producción de chamburo
- ✓ Que toda la producción de chamburo se la destine a industrialización y a la exportación.
- ✓ Que los precios suban por concepto de incremento de los costos de producción y alta demanda.

1.3. DIAGNÓSTICO EXTERNO

1.3.1. ALIADOS

❖ **Ministerio de Inclusión Económica y Social**

Será un importante aliado de la microempresa a constituirse dado que promueve e impulsa la organización comunitaria, el cooperativismo con fines productivos y de desarrollo, y otros beneficios orientados a lograr el bienestar de la colectividad.

❖ **Corporación Financiera Nacional**

Igualmente será un aliado de la microempresa en razón de ser una Banca de desarrollo del Ecuador que promueve e impulsa el crecimiento de los sectores productivos del país y por ende facilitará el financiamiento para la ejecución de éste proyecto.

❖ **Cámara de Comercio**

Será aliado por cuanto se trata de un organismo que tiene la finalidad gestionar beneficios al gobierno para el sector. Además brindará información útil para que la microempresa desarrolle sus actividades productivas y de comercio; así como también se tendrá acceso al asesoramiento jurídico, a cursos y conferencias.

1.3.2. Oponentes

❖ **Productores de Chamburo**

Si bien es cierto que no existe aún en el Ecuador productores de chamburo a gran escala, no podemos ignorar a las personas que de manera elemental lo cultivan, ya que al momento de competir pueden mejorar su calidad de producción. La microempresa

tendrá que hacer frente a la producción, aunque escasa, generada en Ambato-Tungurahua.

❖ **Productores de Frutas**

La zona norte del país se caracteriza más por el cultivo de la papa, verduras, hortalizas y granos, así que no existen competidores directos en la región. Indirectamente si es competencia la producción de frutas como: Babaco, Uvilla, manzana, peras, mora, entre otras frutas que se cultivan en la zona.

❖ **Comerciantes de Frutas de la Zona Norte**

Los comerciantes de la zona se convierten en oponentes ya que pueden incidir directamente en la decisión de compra de los consumidores de frutas.

❖ **Situación Climatológica Actual en el Sector**

En cuanto al clima podemos manifestar que es por calentamiento global existen alteraciones climatológicas que pueden incidir en la baja productividad del chamburo.

1.3.3. OPORTUNIDADES

❖ **Mercado no cubierto con chamburo.**

Al existir una virtual demanda insatisfecha, por los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas, el mercado de frutas nos brinda la oportunidad de entrar a competir y posicionarnos con la producción y comercialización del chamburo.

❖ **Nuevas alternativa de producción y diversificación de la producción.**

En la actualidad son pocas las personas que se dedican a la producción de ésta fruta exótica en el país de ahí que podemos tecnificar su cultivo y ser competitivos. De ésta forma la

microempresa permitirá la diversificación del cultivo de frutas en éste sector.

❖ **Preferencia de productos autóctonos.**

El comportamiento actual de los consumidores en ésta época moderna prefieren el consumo de frutas en estado natural; así como: mortiño, motilón, taxo, mora silvestre, cerote, preferidos por gente extranjera y también nacional.

❖ **Crecimiento de nuevos mercados.**

En época de globalización los mercados internos y externos tienden a ampliar sus fronteras comerciales, bien puede la empresa incursionar en ellos y contribuir a su crecimiento con un producto autóctono como es el chamburo.

1.3.4. RIESGOS

❖ **Aparición de plagas que afecten el rendimiento de la producción**

Como en todo cultivo se corre el riesgo de que se infecte de plagas y enfermedades propias del ambiente, pero gracias al asesoramiento técnico se podrá minimizar éste riesgo al máximo.

❖ **Hábito de los consumidores por la compra de otros tipos de frutas.**

El chamburo al ser una fruta poco conocida actualmente no es muy demandado. Éste riesgo se podrá superarlo con una buena campaña de promoción y difusión de las bondades de la fruta.

❖ **Incremento del número de competidores en el mercado**

Hoy que está en boga los emprendimientos pueden existir otros agricultores o grupos de agricultores que realicen inversiones para la producción de ésta fruta.

❖ **Inestabilidad política**

La microempresa a crearse también le representaría algún riesgo si es que el país provincia o cantón se ven alterados en su estructura político administrativas, de dirección y autoridad.

1.4. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Una vez realizado el diagnóstico situacional, sobre la producción y comercialización de chamburo en el cantón de Montúfar provincia del Carchi, se ha identificado que en el cantón no existe la costumbre de cultivar este producto con fines de comercialización; la producción de esta variedad de chamburo se lo hace en forma tradicional dentro de los huertos caseros, con fines netamente de consumo familiar, empleando como parte de su dieta alimenticia.

Por lo que se ha determinado que es factible la producción y comercialización del chamburo a gran escala, para satisfacer la demanda de la población local y regional, inclusive para establecer el inicio de la industrialización, a través de la venta a las empresas procesadoras de frutas, para el comercio nacional e internacional.

Los posibles efectos que podrían darse con la implementación de una empresa de producción y comercialización del chamburo, es el aumento de fuentes de trabajo, así como un mayor movimiento económico en la localidad y la región.

Existiendo en esta zona las condiciones agro-económicas y sociales favorables, se plantea la elaboración de un proyecto económico-productivo con el siguiente tema:

“Estudio de factibilidad de creación de una empresa de producción y comercialización del chamburo, en el cantón Montúfar, provincia del Carchi”

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

A continuación, respetando las fuentes bibliográficas, se estructuran las bases teórico-científicas, con definiciones importantes relacionadas al objeto de estudio que sustenta el desarrollo temático de la investigación efectuada. Se registran también argumentos y opiniones del autor del presente trabajo de grado.

2.1. ADMINISTRACIÓN

KOONTZ (2010) afirma, “La administración es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que trabajando en grupos los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos”. (pág. 6)

La administración es el órgano social encargado de hacer que los recursos productivos, humanos y materiales, se interrelacionen con la finalidad de cumplir con los objetivos planteados.

2.1.1. CONCEPTOS GENERALES

Según H. KOONTZ, H (2010) manifiesta que: “La administración es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos”

El objetivo del presente estudio es el diseño de un proyecto de factibilidad para, de forma empresarial, producir y comercializar el chamburo, fruta que procesándola se pueden obtener otros derivados. Para este propósito es importante observar los aspectos administrativos.

Por consultas realizadas a www.monografias.com. citan que: “La administración se define como el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas trabajando en grupo alcancen con eficiencia metas seleccionadas. Esta se aplica a todo tipo de organizaciones bien sean pequeñas o grandes empresas lucrativas y no lucrativas, a las industrias manufactureras y a las de servicio”.

De lo afirmado anteriormente, la administración es el proceso de planificar, organizar, integrar, dirigir y controlar las actividades de los individuos que conlleven a conseguir de manera eficiente los objetivos preestablecidos.

2.1.2. IMPORTANCIA

Debido a los cambios que se vive en la actualidad y en el país es necesario contar con una administración eficiente y productiva. La administración es requerida por toda institución, empresa o compañía, sea ésta grande o pequeña; ya que sólo a través de ella se puede manejar adecuadamente los recursos disponibles.

Para toda empresa es importante mejorar la calidad de la administración, ya que es necesario coordinar todos los elementos que intervienen en el proceso administrativo para poder crear las bases esenciales para el desarrollo y permanencia de la empresa. Además es el proceso encargado de hacer que los recursos sean productivos.

2.1.3. FUNCIONES ADMINISTRATIVAS

Para un mejor estudio y entendimiento se ha dividido a la administración en cinco funciones administrativas que permiten un fácil análisis de la administración: planificación, organización, administración de recursos humanos, dirección y control. El estudio de estos cinco elementos permite al administrador desempeñarse correctamente en sus funciones y cumplir los objetivos empresariales tanto en un ambiente interno como externo.

2.1.3.1. Planificación

Para H., Koontz, H., Weihrich (2008)“La planificación implica seleccionar misiones y objetivos, así como las acciones necesarias para cumplirlos, y requiere por lo tanto de toma de decisiones”

La planificación es la primera función que se debe tener y tomar en cuenta en una empresa, ya que permite conocer con anticipación los objetivos y las estrategias que harán llegar al cumplimiento de los objetivos. No se puede dejar las cosas al azar, todo debe estar debidamente planificado antes de tomar cualquier decisión.

La planificación es el puente que va desde el lugar donde estamos hasta el lugar a donde queremos llegar en un futuro. Para esto, es importante evaluar la situación actual, que servirá como punto de partida para la planificación; se determinará las metas y objetivos que se quiere cumplir,

teniendo en cuenta prioridades claras y flexibles; establecer un plan de acción que debe seguir una compañía y cada departamento de ella; asignar los recursos, ejecutar el plan de acción y controlar para que el esfuerzo colectivo sea eficaz.

La planificación debidamente estructurada permite disminuir el riesgo del fracaso asegurando el éxito de la empresa en el futuro, administrando eficientemente los recursos de la empresa.

La planificación por lo tanto, es decidir con anticipación qué se debe hacer, cómo hacerlo, dónde y quien lo hará, lo que permitirá a las personas conocer sus propósitos y objetivos.

2.1.3.2. Organización

CERTO (2000) indica, “Organizar es el proceso de establecer el uso ordenado de todos los recursos del sistema administrativo “. (Pág. 212)

La organización es la parte de la administración que establece una estructura en los papeles que las personas deben desempeñar en una empresa. Esta estructura permite asignar las tareas necesarias para el cumplimiento de metas y objetivos a personas mejor capacitadas para realizar este tipo de tareas contando con los instrumentos e información necesaria para el cumplimiento de las tareas.

Para cumplir con esta parte de la administración que es la organización, se debe determinar cuáles serán las actividades necesarias que permitan alcanzar los objetivos empresariales; agrupar estas actividades en departamentos o secciones; para un mejor control y seguimiento se designará a un administrador a esos grupos de actividades; delegar la autoridad para llevarlas a cabo y proveer las actividades de coordinación, autoridad e información horizontal y vertical en la estructura organizacional.

Pero la estructura organizacional no es tarea fácil, ya que se debe buscar que las estructuras se adecuen a las situaciones, e incluso hay que buscar los tipos de puestos que deben crearse y las personas más adecuadas e idóneas para cubrirlos, lo que genera numerosos problemas que el administrador deberá resolver.

2.1.3.3. Administración de Recursos Humanos

La administración de recursos humanos se refiere al proceso de selección e integración del personal, que llenarán los puestos contenidos en la estructura organizacional.

La organización define sus planes y objetivos y en base a éstos determina el personal que requiere para el cumplimiento de los mismos. Para esto

es necesario realizar un proceso interno y/o externo de selección, contratación, ascenso y separación; evaluación, capacitación y desarrollo de los administradores, que a su vez ayudaran a la consecución de objetivos tanto individuales y personales como los objetivos empresariales.

2.1.3.4. Dirección

CHIAVENATO (2006) menciona, “Una vez definida la planeación y establecida la organización, resta hacer que las cosas avancen y sucedan. Este es el papel de la dirección: accionar y dinamizar a la empresa. La dirección está relacionada con la actuación de los recursos humanos”. (Pág. 143)

La parte un poco complicada dentro del proceso de la administración es obtener resultados positivos de los individuos y la búsqueda de administradores eficaces que a su vez sean líderes. Por lo tanto la dirección es el hecho de influir en los individuos para que contribuyan al cumplimiento de los objetivos empresariales.

La dirección como parte del proceso administrativo se compone de varios elementos:

a) Toma de decisiones.

Significa la elección de una acción o alternativa. Al tomar decisiones es necesario definir y analizar el problema, para posteriormente aplicar la decisión o alternativa que mejor se sugiera.

b) Integración

Existe un proceso adecuado para la integración del personal, este proceso inicia con el reclutamiento u obtención de los candidatos que aspiran a un puesto determinado, en seguida se les ambientará; para finalmente capacitarlos en el desarrollo de las funciones que habrán de realizar.

c) Motivación

La motivación es la labor más importante de la dirección, a la vez que la más compleja, pues a través de ella se logra la ejecución del trabajo, de acuerdo a normas o patrones de conducta esperados.

d) Comunicación

La comunicación es de vital importancia ya que involucra a los individuos no solo en su papel de comunicadores, sino en el buen uso que a la información se le da.

e) Supervisión

Consiste en vigilar y guiar a los subordinados de tal forma que las actividades se realicen adecuadamente.

2.1.3.5. Control

REINOSO (1983) menciona: “Es el proceso para determinar lo que está llevando a cabo valorizando y, si es necesario aplicando medidas correctivas de manera que la ejecución se lleve a cabo de acuerdo con lo planeado.” (pág. 772)

El control consiste en la medición del desempeño individual y colectivo de las actividades que permitan conseguir los objetivos planteados. En otras palabras el control facilita el cumplimiento de los planes.

Cualquiera que sea el objeto del control el proceso básico del control consta de tres pasos:

a) Establecimiento de normas

El primer paso del control es establecer planes y dado que estos planes varían de acuerdo al tamaño de la empresa o necesidades es

necesario que el administrador establezca normas que le permitan tener un control de las actividades. Las normas son medidas de desempeño que ayudan al administrador estar al tanto de cada paso que se dé para la ejecución de los planes.

b) Medición del desempeño

La medición del desempeño es una forma de prevención ante las variaciones que se pueden presentar, de una manera oportuna. Es importante que todo incumplimiento se deba detectar a tiempo con el fin de tomar acciones apropiadas.

c) Corrección de desviaciones

Una ventaja que se presenta al momento de asignar labores individuales o grupales, es que se puede detectar y corregir fácilmente desviaciones. La forma de corregir cualquier desviación es rediseñar o modificar los planes, deberes y objetivos.

2.2. GESTIÓN ADMINISTRATIVA

2.2.1. CONCEPTO

Para AMARO GUZMÁN, Raymundo, la gestión administrativa conceptualiza en los siguientes tres puntos:

- “Acción que se realiza para la consecución de algo o la tramitación de un asunto, es acción y efecto de administrar.
- Es la capacidad de la institución para definir, alcanzar y evaluar sus propósitos con el adecuado uso de los recursos disponibles.
- Es coordinar todos los recursos disponibles para conseguir determinados objetivos”. (Pág. 32,33,34,35)

2.2.2. IMPORTANCIA

La tarea de construir una sociedad económicamente mejor; normas sociales mejoradas y un gobierno más eficaz, es el reto de la gestión administrativa moderna.

La supervisión de las empresas está en función de una administración efectiva; en gran medida la determinación y la satisfacción de muchos objetivos económicos, sociales y políticos descansan en la competencia del administrador.

En situaciones complejas, donde se requiera un gran acopio de recursos materiales y humanos para llevar a cabo empresas de gran magnitud la administración ocupa una importancia primordial para la realización de los objetivos.

Este hecho acontece en la administración pública ya que dado su importante papel en el desarrollo económico y social de un país y cada vez más acentuada de actividades que anteriormente estaban relegadas al sector privado, las maquinarias administrativas públicas se han constituido en la empresa más importante de un país.

En la esfera del esfuerzo colectivo donde la administración adquiere su significación más precisa y fundamental ya sea social, religiosa, política o económica, toda organización depende de la administración para llevar a cabo sus fines.

Según Reyes Ponce (2002) , manifiesta que: “La importancia de la administración se ve en que está imparte efectividad a los esfuerzos humanos. Ayuda a obtener mejor personal, equipo, materiales, dinero y relaciones humanas. Se mantiene al frente de las condiciones cambiantes y proporciona previsión y creatividad” (Pág. 190).

El mejoramiento es su consigna constante, nos enumera la importancia de la administración como:

- a. La administración se da donde quiera que existe un organismo social, aunque lógicamente sea más necesaria, cuanto mayor y más complejo sea éste.

- b. El éxito de un organismo social depende, directa e inmediatamente, de su buena administración y sólo a través de ésta, de los elementos materiales, humanos, etc. con que ese organismo cuenta.
- c. Para las grandes empresas, la administración técnica o científica es indiscutible y obviamente esencial, ya que por su magnitud y complejidad, simplemente no podrían actuar si no fuera a base de una administración sumamente técnica.
- d. Para las empresas pequeñas y medianas, también, quizá su única posibilidad de competir con otras, es el mejoramiento de su administración, o sea, obtener una mejor coordinación de su elementos: maquinaria, mercado, calificación de mano de obra, etc.

2.3. EMPRESAS

En www.monografias.com: afirman que “Es una entidad económica de carácter pública o privada, que está integrada por recursos humanos, financieros, materiales y técnico administrativos, se dedica a la producción de bienes y/o servicios para satisfacción de necesidades humanas, y puede buscar o no lucro”. (Septiembre 2009)

En caso de PRADO-MONTUFAR SA., la empresa será de carácter privado los recursos con los que contará la empresa se especificaran en el estudio técnico e ingeniería del proyecto su estructura administrativa se la realizara en estudio organizacional.

En el **DICCIONARIO CONTABLE Y MAS (2002-2003)** la empresa es: “Unidad económica que actúa como factor dinámico en el proceso productivo de bienes o de servicios, mediante la forma de una sociedad industrial, mercantil o de prestación de servicios, y creada con el fin de obtener beneficios económicos o sociales” (Pág. 60).

La empresa es una organización cuyo principal objetivo es obtener utilidades, brindando un servicio o un producto de calidad que satisfaga las necesidades de los clientes.

2.3.1. ELEMENTOS DE LA EMPRESA

Se consideran elementos de la empresa todos aquellos factores, tanto internos como externos, que influyen directa o indirectamente en su funcionamiento.

Los principales elementos son los siguientes:

a. El empresario

Es la persona o conjunto de personas encargadas de gestionar y dirigir tomando las decisiones necesarias para la buena marcha de la empresa.

b. Los trabajadores

Es el conjunto de personas que rinden su trabajo en la empresa, por lo cual perciben un salario.

c. La tecnología

Está constituida por el conjunto de procesos productivos y técnicas necesarias para poder fabricar (técnicas, procesos, máquinas, ordenadores, etc.)

d. Los proveedores

Son personas o empresas que proporcionan las materias primas, servicios, maquinaria, etc., necesarias para que las empresas puedan llevar a cabo su actividad.

e. Los clientes

Constituyen el conjunto de personas o empresas que demandan los bienes producidos o los servicios prestados por la empresa.

f. La competencia

Son las empresas que producen los mismos bienes o prestan los mismos servicios y con las cuales se ha de luchar por atraer a los clientes.

g. Los organismos públicos

Tanto el Estado central como los Organismos Autónomos y Ayuntamientos condicionan la actividad de la empresa a través de normativas laborales, fiscales, sociales, etc.

2.3.2. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

Las empresas se pueden clasificar de muy diversas formas, por su forma jurídica, por el sector económico, por el grado de participación del Estado, por su tamaño y por el ámbito estatal.

2.3.2.1. Por Su Forma Jurídica

Todas las empresas deben tener una forma jurídica que viene determinada, entre otras cosas, por el número de personas que participan en la creación de la misma, por el capital aportado y por el tamaño; así, podemos distinguir:

a) Empresario individual

Cuando el propietario de la empresa es la única persona que asume todo el riesgo y se encarga de la gestión del negocio.

b) Sociedades

Cuando varias personas se deciden a invertir en una empresa pueden formar una sociedad.

2.3.2.2. Por el Sector Económico

La actividad económica de un país se puede dividir en tres grandes sectores:

a) Sector primario

En este grupo de empresas se incluirían las empresas extractivas (mineras, pesqueras, agrícolas, ganaderas y forestales).

b) Sector secundario

En este sector se encuentran todas las empresas que transforman los productos obtenidos en el sector primario y también fabrican nuevos productos.

c) Sector terciario

En este sector se encuadran las empresas de servicios, tales como bancos, compañías de seguros, hospitales, servicios públicos y las empresas comerciales dedicadas a la compra-venta.

2.3.2.3. Por el Grado De Participación Del Estado

El Estado puede crear empresas de las cuales es totalmente el propietario o bien participar en empresas junto con particulares.

a) Empresas públicas

Son aquellas cuyo propietario es el Estado y actúa como empresario en ciertos sectores a los cuales no llega la iniciativa privada.

b) Empresas privadas

Son aquellas que pertenecen a los particulares.

c) Empresas mixtas

Son aquellas en las cuales la propiedad de la empresa es compartida entre el Estado y los inversores privados.

2.3.2.4. Por su Tamaño

Según el tamaño de la empresa se pueden diferenciar tres grupos:

a) Pequeña empresa

Las que tienen entre 1 y 50 trabajadores.

b) Mediana empresa

Las que tienen entre 50 y 500 trabajadores.

c) Gran empresa

Las que tienen más de 500 trabajadores.

2.3.2.5. Por El Ámbito Estatal

Se pueden considerar dos grupos:

a) Empresas nacionales

Son las que desarrollan su actividad en un único país.

b) Empresas multinacionales

Son grandes empresas que desarrollan sus actividades al mismo tiempo en varios países.

2.3.3. ÁREAS FUNCIONALES DE LA EMPRESA

Las actividades más importantes en la empresa, por medio de las cuales se alcanzan las metas y objetivos, son las siguientes:

2.3.3.1. Área de Finanzas

Es el área que se encarga del óptimo control, manejo de recursos económicos y financieros de la empresa, esto incluye la obtención de recursos financieros tanto internos como externos, necesarios para alcanzar los objetivos y metas empresariales y al mismo tiempo velar por que los recursos externos requeridos por la empresa sean adquiridos a plazos e intereses favorables.

El área de finanzas tiene como objetivo el mayor aprovechamiento y administración de los recursos financieros, relacionados con el plan de mercadeo.

2.3.3.2. Área de Mercadeo

Es el área encargada de generar la mayor fuente de ingresos al negocio. Es una función trascendental ya que a través de ella se cumplen algunos de los propósitos institucionales de la empresa. Su finalidad es la de reunir los factores y hechos que influyen en el mercado, para crear lo que el consumidor quiere, desea y necesita, distribuyéndolo en forma tal, que esté a su disposición en el momento oportuno , en el lugar preciso y al precio más adecuado.

Entre las funciones de mercadeo podemos mencionar: la investigación de mercados, el presupuesto de mercadeo, la determinación de empaque, envase, etiqueta y marca, la distribución y venta de los productos, la determinación del precio de los artículos la publicidad y la promoción.

2.3.3.3. Área de Producción

Es un área estratégica financieramente para la ampliación de costos razonables y que le permiten a la empresa una mayor productividad para ser competitivos en los mercados nacionales e internacionales.

Es el área encargada de transformar la materia prima en productos y servicios terminados, utilizando los recursos humanos, económicos y materiales (herramientas y maquinaria) necesarios para su elaboración.

Entre las principales funciones del área de producción, el mantenimiento y reparación de maquinaria o equipo, el almacenamiento de materia prima, producto en proceso, producto terminado y el control de calidad.

2.3.3.4. Área de Recursos Humanos

El recurso humano es un elemento importante dentro de la organización, ya que si el personal que la integra es altamente capacitado se puede cumplir con los objetivos de manera eficiente.

El objeto del Departamento de Recursos Humanos es conseguir y conservar un grupo humano de trabajo cuyas características vayan de acuerdo con los objetivos de la empresa, a través de programas adecuados de reclutamiento, selección, capacitación y desarrollo, pero no solo el esfuerzo o la actividad humana hay que tomar en cuenta, sino también otros factores que dan diversas modalidades a esa actividad como conocimientos, experiencias, motivación, intereses, vocacionales, aptitudes, actitudes, habilidades, potencialidades, salud, etc.

2.4. PATRONES CULTURALES, COSTUMBRES Y POSIBILIDADES DE LOS CLIENTES.

Para establecer la estrategia de servicio al cliente deben considerarse otros factores como:

2.4.2. Los segmentos del mercado.

El mercado no puede analizarse sólo globalmente, sino en sus variados estratos o segmentos, ya que cada uno tiene un comportamiento atendido a diferentes factores y tienen distinta repercusión en la empresa.

Para segmentar el mercado se hace necesario seleccionar los parámetros que definen la comunidad de actitud de los clientes. Entre estos parámetros pueden señalarse: Ubicación geográfica, rama de actividad, sexo, nivel de ingreso, nivel profesional, condiciones de vida, Condiciones medio ambientales, otros.

Para cada segmento debe diseñarse un nivel de servicio específico. No es económico generalizar el mismo nivel de servicio a todo el mercado.

2.4.3. La posición del producto en su ciclo de vida

No es el mismo nivel de servicio que se debe ofrecer para un producto cuando está en la fase de lanzamiento que para uno que está en la etapa de madurez.

2.4.4. Componentes del servicio al cliente

El nivel de servicio se puede expresar por: el nivel de servicio ofrecido, el nivel de servicio proporcionado, el nivel de servicio percibido por el cliente.

El objetivo de la empresa debe ser garantizar que no existan diferencias entre el nivel de servicio ofrecido y el nivel de servicio percibido, en ninguno de los componentes del servicio.

2.4.4.1. El servicio al cliente tiene como componentes:

- a) Calidad del producto.
- b) Variedad de productos.
- c) Características del producto.
- d) Fiabilidad del producto.
- e) Servicio de posventa.
- f) Costo.
- g) Disponibilidad.
- h) Tiempo de respuesta.
- i) Tiempo de entrega.
- j) Actitud.

En cada caso debe valorarse a partir de la apreciación del cliente cuáles son los elementos de mayor peso y alrededor de ellos diseñar el mejoramiento del nivel de servicio.

2.4.4.2. Evolución de la competencia y de las necesidades del cliente.

Hay que llegar a visionar cuál será el comportamiento de las necesidades del cliente (cambios en la ponderación de los elementos del servicio) y de los competidores en un futuro para a partir de ahí poder delimitar en la estrategia las acciones para mantener la competitividad. Cuando no se analiza este factor puede lograrse un éxito competitivo hoy pero que mañana se verá cómo se va perdiendo terreno utilizando la misma política que dio el éxito.

Todo empresario debe estar consciente que trabajar en un mercado competitivo exige como condición de supervivencia lograr un determinado nivel de servicio.

De su capacidad estratégica depende que pueda identificar qué nivel mínimo de servicio debe lograr para mantenerse en el mercado y cuál es el nivel de servicio que le permite lograr la ventaja competitiva en determinados segmentos de mercado.

2.4.4.3. Diseñar la oferta y la promoción del servicio al cliente.

El papel que juega la información en el cliente es determinante para que pueda valorar el nivel de satisfacción que puede esperar del sistema logístico y por tanto establecer su nivel de compromiso con el sistema; es por ello que en la oferta del servicio deben quedar satisfechas todas las interrogantes del cliente. Por su parte, la promoción del servicio al cliente debe también ser muy transparentes para poder atraer a los clientes potenciales.

Generalmente, la oferta se realiza en forma de paquetes de servicio que se caracterizan por:

- a) Los términos de entrega del producto, que dependen de asumir o no la responsabilidad de la calidad, custodia, y seguridad del producto hasta el momento en que se realiza la entrega final.
- b) La forma de contratación se selecciona en dependencia de las variables laboriosidad del servicio y los términos de entrega, que se relacionan formándose la matriz contratación de servicio.
- c) El precio en dependencia de las regulaciones establecidas.

Los incumplimientos de las partes se penalizan mediante multas por los parámetros convenidos por mutuo acuerdo.

2.5. EL CHAMBURO

2.5.2. CARACTERÍSTICAS BOTÁNICAS DEL CHAMBURO

El género carica abarca un gran número de especies de gran importancia económica, siendo la gran mayoría de estas especies nativas de América tropical y de esta los Andes.

La planta de chamburo la encontramos en el Ecuador como planta silvestre, principalmente en la Provincia de Loja, en otras provincias se la encuentra ocasionalmente en huertos caseros en un número reducido, estas alcanzan 3 metros de altura y algunas alcanzan los 5 metros. Es una especie dicotiledónea de tamaño pequeño. semileñosa, La fruta pertenece a la familia Caricacea, la misma que contiene 21 especies, todas nativas de América tropical.

La carica son los únicos que se cultivan por el uso de sus frutos, las otras se cultiva para obtención de ejemplares ornamentales.

En el chamburo encontramos tres tipos de plantas, las que se diferencian por el sexo de las flores, estas son femeninas, masculinas y hermafroditas. La forma sexual de la planta solo se determina cuando esta se encuentra en floración. No se conoce todavía plantas que tengan exclusivamente flores hermafroditas.

2.5.3. GENERALIDADES

El Chamburo es una planta que en el Ecuador se la encuentra casi en forma silvestre en algunas regiones de los Andes. El cultivo de este frutal exótico es incipiente en nuestro medio, no tenemos aún cultivos comerciales, tan solo hallamos en forma casual unas pocas plantas en huertos caseros.

En el valle de Vilcabamba Provincia de Loja, se encuentra en forma silvestre, desde donde ha sido llevado a otros países como Nueva Zelanda con el fin de producir en volúmenes comerciales.

No existe aún en el Ecuador trabajos de selección genética. Chile realiza exportaciones de esta fruta, la misma que se caracteriza por su delicioso sabor y exquisito aroma, cualidad muy requerida para la industria alimenticia.

El chamburo o papayuela es una fruta de gran importancia económica para el país, puesto que presenta un futuro promisorio para la agroindustria, sus características especiales permiten procesar y presentar como deshidratados-confitadas de excelente sabor y aroma, muy apetecidas en los mercados externos.

La fruta puede ser procesada para utilizarse principalmente en helados, jugos, sorbetes, néctares, postres, cócteles y otros más. El chamburo le encontramos en el país desde los 1500 hasta los 3.000 m.s.n.m.

2.5.4. CARACTERÍSTICAS DE FRUTO

El fruto generalmente es de forma ovoide, esférica periforme desde su estado inicial, alcanzando longitudes hasta de 12 cm. de largo por 8 cm. de ancho, su pulpa es de coloración amarillenta clara, en su interior se encuentran las semillas y masa placentaria que ocupan toda su concavidad. Las semillas miden de 4 a 6 mm. de diámetro con una sarcotesta musilaginosa lisa; la esclerotesta tiene una infinidad de protuberancias regularmente dentadas a modo de crestas, las mismas

que se hallan dispuestas longitudinalmente, en algunos casos no desarrolladas.

El fruto a su plena madurez tiene una coloración amarilla o anaranjada de conformación ovoides subpentágonos, los ángulos son obtusos y en algunos casos muy salientes.

El pedúnculo que sostiene el fruto en el caso de provenir de plantas femeninas es corto aproximadamente 1 cm. en el caso de provenir de plantas hermafroditas, este puede alcanzar hasta 4 cm. de largo.

La cáscara de la fruta es muy delgada pero resistente incluso cuando ha alcanzado su madurez fisiológica (pintón), característica esta permite el manipuleo en cosecha y post-cosecha.

Frutos de Chamburo

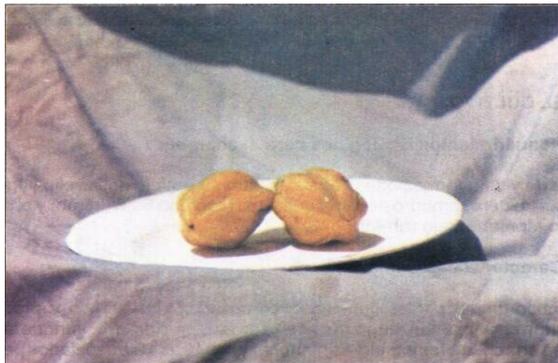


Figura N° 2.1

Fuente: Fotografía

Elaborado: El Autor

2.5.5. VARIEDADES

En el Ecuador no existen investigaciones sobre clasificaciones taxonómicas y determinación de variedades de chamburo por lo tanto no podemos aún hablar de variedades de chamburo.

Planta de Chamburo en huertos caseros



Figura Nº 2.2

FUENTE: Fotografía

ELABORACIÓN: El Autor

2.5.6. EL CULTIVO

2.5.6.1. Requerimientos Ecológicos para el chamburo

La zona de vida o formaciones vegetales para su óptimo desarrollo vegetativo y productivo del chamburo es el bosque seco Montano Bajo (bsmb) y el bosque húmedo Montano Bajo (bh-MB).

2.5.6.2. Características Climáticas

Las temperaturas óptimas para un buen desarrollo fisiológico y productivo encuentran en zonas con rangos de 14 a 18 grados centígrados, aunque también se cultiva en zonas a temperaturas menores y mayores a los señalados pero con rendimientos menores, razón por la cual recomendamos seguir los rangos señalados. La planta soporta las bajas temperaturas, sobreviviendo aún aquellas de menos 3 grados centígrados.

Los niveles de precipitación de las plantas en estado silvestre van de los 800 a 1.500 mm. Pudiéndose obtener magníficos resultados en zonas de menor precipitación pero con riego adicional.

2.5.6.3. Característica Edáficas

La mayoría de plantas de chamburo, se desarrollan muy bien en una gran variedad de suelos, para establecer cultivos es necesario que los suelos tengan buen drenaje, buena disponibilidad de humedad, por ello que las mejores plantaciones se han obtenido en suelos sueltos de textura franca.

El contenido de materia orgánica en el suelo debe ser en cantidades superiores al 5 por ciento, a fin de mantener la humedad, temperatura y mejorar las características texturales, estructurales y químicas del suelo para un buen desarrollo radicular. En caso de que los suelos sean pobres en materia orgánica es imprescindible agregar esta.

La pendiente del terreno debe ser ligeramente plana (3 al 10 %). Esto facilitara las labores fitosanitarias, poda, cosecha, riego y otras. Los suelos inundables producen enanismo y tallos cloróticos. Se observa un buen desarrollo en suelos pedregosos.

La profundidad efectiva del suelo debe ser de 80 centímetros o más, a fin de facilitar un gran desarrollo radicular.

El Ph que prefiere el chamburo es ligeramente ácido a neutro de 5,5 a 7,5

2.6. LOS BENEFICIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Las empresas comprometidas con la responsabilidad social experimentan importantes beneficios tanto cuantitativos como cualitativos: Performance Financiera, Reducción de Costos Operativos, Imagen de Marca y corporativa.

2.6.2. PERFORMANCE FINANCIERA

El negocio y comunidades de la inversión han debatido por mucho tiempo si existe una conexión real entre las prácticas de negocio socialmente responsables y la actuación financiera positiva.

Varios académicos han mostrado esta correlación. En un estudio , citado en **Business and Society Review (2000)**, mostró que 300 corporaciones que honraban sus códigos de ética con la característica de ser expuesta a la comunidad resultaron de una performance de dos a tres veces superior respecto a aquellas que no lo habían considerado, significando sin duda un valor agregado diferencial. Un reciente estudio de la Universidad de Harvard demostró también que aquellas empresas con paquetes accionarios compartidos con sus empleados mostraron una proporción de crecimiento cuatro veces mayor, y de ocho veces el crecimiento de empleo en relación al paquete solo para accionistas.

David Lewin, Profesor de la UCLA, por encargo de la compañía IBM ha estudiado la relación entre las donaciones corporativas y el desempeño corporativo de las empresas. A través de la misma pudo corroborarse que las compañías con prácticas sociales filantrópicas obtenían tasas de retorno a sus inversiones muy superior a las expectativas.

2.6.3. REDUCCIÓN DE COSTOS OPERATIVOS

Diversas iniciativas de CSR, particularmente en el focus medioambiental, logran reducir costos significativamente, reduciendo gastos e improductividad. Por ejemplo, las que apuntaron a reducir emisiones de gases contribuyeron a optimizar la capacidad energética, reduciendo así gastos innecesarios. También las alternativas de reciclaje generan ingresos extras. Existen diversos ejemplos prácticos sobre ahorros significativos medio ambientales. Por ejemplo la Dow Chemical Co y la *National Resource Defense Council* establecieron una alianza con el objeto de reducir la producción de 26 químicos tóxicos a sólo uno. Por

esta razón han logrado ahorrar 5,4 millones al año, y como beneficio adicional la calidad de sus productos.

En el año 1997, una encuesta hecha a 150 ejecutivos dirigida por la *Whirlpool Foudation, Working Mother Magazine* y *Family Newsbrief* encontró una relación directa entre los programas y distintas iniciativas del área laboral, como salud, bienestar, cuidado de bebés y tercera edad, con el resultado de obtener importantes beneficios tales como reducción del ausentismo y rotación, mayor satisfacción de los empleados y los consumidores, reducción de costos de salud, etc.

2.6.4. MEJORA DE LA IMAGEN DE MARCA Y REPUTACIÓN

Frecuentemente los consumidores son llevados hacia marcas y compañías consideradas por tener una buena reputación en áreas relacionadas con la responsabilidad social empresarial. Una empresa considerada socialmente responsable, puede beneficiarse de su reputación entre el público, así como de su reputación entre la comunidad empresarial, incrementando así la habilidad de la empresa para atraer capital y asociados.

La participación activa en actividades de la comunidad, genera una reputación positiva con los empleados dentro de la empresa. Según un estudio de Hill and Knowlton and Yankelovich Partners, los estadounidenses piensan más favorablemente de aquellas empresas que focalizan sus esfuerzos filantrópicos en la donación de productos y el estímulo del voluntariado de los empleados en la comunidad. Sólo un pequeño porcentaje consideran que "dar una gran suma de dinero" es la acción corporativa más impresionante.

Empresas líderes son frecuentemente citadas en los medios de comunicación y son recomendadas a los inversionistas que buscan empresas socialmente responsables. Muchas de las listas anuales sobre empresas incluyen la participación activa en la comunidad como parte de

los parámetros a medir. Por ejemplo, la revista Fortune, sitúa la "responsabilidad social" entre los ocho criterios usados en su encuesta anual de las Empresas más admiradas, conjuntamente con solidez financiera y calidad en la administración.

2.7. CONTABILIDAD FINANCIERA

CHILQUINGA, Manuel (2008), manifiesta que: “Constituye un instrumento de la actividad empresarial, que se ocupa principalmente de los estados financieros para uso externo de quienes proveen recursos de la entidad y de personas que puedan tener intereses en las operaciones financieras de la empresa. Entre los proveedores de fondos se encuentran los accionistas (propietarios) y los acreedores (quienes proporcionarán préstamos). Los inversionistas y los analistas financieros, también se interesan en los informes financieros.”

Es la forma más idónea de interpretar todas y cada una de las transacciones empresariales, que a su vez nos permite dar un diagnóstico de cómo se encuentra la empresa o negocio, previa toma y aplicación de acertadas decisiones.

2.8. PRESUPUESTO

Determinar un presupuesto de mercadotecnia es en esencia un informe de ganancias y pérdidas proyectadas. Por el lado de los ingresos, muestra el número de unidades que se piensan vender y el precio neto promedio, por el del gasto muestra el costo de producción, la distribución física y las ventas, la diferencia entre ambos es la ganancia proyectada.

2.8.1. Costos y Gastos

MOLINA, Antonio (1987) :”La contabilidad de costos es la aplicación de los principios contables con el fin de determinar el valor total de la materia prima mano de obra y otros insumos utilizados en la obtención de un producto terminado o en la prestación de un servicio”.

La contabilidad de costos tiene como objetivos facilitar un oportuno y eficaz servicio de información y el control de todo lo que se relaciona con la producción.

2.8.1.1. Definición de Contabilidad de Costos

El propósito fundamental de la Contabilidad es proporcionar información financiera afín a una entidad económica información que permite el diagnóstico y la toma de decisiones.

Es el sistema contable que proporciona información para determinar los costos de un bien o servicio, el beneficio y el control de las operaciones.

2.8.1.2. Elementos del Costo

Pues para determinar el costo de un bien o servicio debemos tomar en cuenta y clasificar los rubros utilizados en costos y gastos que se distribuyen dependiendo el caso.

a. Materia Prima Directa

CHILQUINGA, Manuel (2008) manifiesta que: “Constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semielaborado. Se caracteriza por ser fácilmente identificable y cuantificable en el producto fabricado.”

Al ser la Materia Prima un rubro de fácil identificación dentro del producto se convierte en el más representativo dentro del costo, como ejemplo tenemos: tela, hierro, madera, entre otras.

b. Materia Prima Indirecta

CHILQUINGA, Manuel (2008), afirma que: “Estos pueden o no formar parte del producto terminado.” Estos son los costos que le dan imagen al producto luego de su proceso de transformación, entre los cuales podemos citar: hilos, suelda, envases, embalajes, etiquetas, y más.

c. Mano de Obra Directa

CHILQUINGA, Manuel (2008) dice que: “Fuerza de trabajo que participa directamente en la transformación de los materiales en productos acabados ya sea que intervienen manualmente o accionando una máquina”.

Es el talento humano con el que cuenta la empresa para transformar la materia prima en un producto semi terminado o terminado, y pueda continuar con el proceso de acabados.

d. Mano de Obra Indirecta

CHILQUINGA, Manuel (2008) afirma que: “Fuerza de trabajo que participa indirecta en la transformación de un producto.” Viene a ser el personal de apoyo que tienen las fábricas para dar los acabados finales al producto.

e. Gastos Generales de Fabricación

CHILQUINGA, Manuel (2008), afirma que: “Llamados También carga fabril y engloba aquellos egresos realizados con el fin de beneficiar al conjunto de los diferentes artículos que se fabrican. No se identifican con un solo producto o proceso productivo.”

Son los gastos en los que la empresa incurre en personal administrativo, que son los que se encargan de controlar la optimización de los recursos materiales y económicos, en todos los procesos de producción.

2.9. ESTADOS FINANCIEROS

BRAVO, Mercedes (2005), dice que: “Los Estados Financieros se elaboran al finalizar un periodo contable con el objetivo de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial futuro de la compañía”.

Para tener una evaluación financiera clara debemos reflejar la información en los diferentes estados como son:

2.9.1. Balance General

Es un resumen de todo lo que tiene la empresa, de lo que debe, de lo que le deben y de lo que realmente le pertenece a su propietario, a una fecha determinada. Al elaborar el balance general el empresario obtiene la información valiosa sobre su negocio, como el estado de sus deudas, lo que debe cobrar o la disponibilidad de dinero en el momento o en un futuro próximo.

2.9.2. Estado de Resultados

Es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico como resultado de los ingresos y gastos; en base a este

estado se mide el rendimiento que ha generado la actividad de la empresa. La utilidad neta se genera cuando los ingresos superan a los gastos, en caso contrario, se presenta una pérdida neta.

2.9.3. Objetivos de los Estados Financieros

Tanto la administración de la empresa como el público en general están interesados en conocer las fortalezas y debilidades de la entidad, para esto se debe analizar y estudiar los estatutos financieros.

Los Estados Financieros sirven para:

- a. Tomar decisiones de inversión y crédito.
- b. Evaluar la gestión gerencial, la solvencia y la liquidez de la empresa, además su calidad para generar fondos.
- c. Conocer origen y las características de sus recursos para estimar la capacidad financiera crecimiento.
- d. Formular un juicio sobre los resultados financieros de la administración en cuanto a la rentabilidad, secuencia, generación de fondos y capacidad de crecimiento.

2.10. CLASES DE INVERSIÓN

2.10.1. Inversión y Financiamiento

Para la valoración de los activos fijos, se realizará un desglose de los mismos lo más detallado posible, sea que ya se posean o se vayan a adquirir; los valores serán reales ya que si los subvaloramos aparecerá una inversión baja y con un costo de producción inferior al real, en cambio, si los sobrevaloramos afectará a todo el proyecto, debido a que subirán los precios de venta y pueden ser superiores a los del mercado y no podremos vender en forma apropiada y deseada. Los principales rubros componentes de los activos fijos son: terrenos, edificaciones, instalaciones, maquinaria y equipos, muebles y enseres de la planta, para

la producción, vehículo, muebles y enseres de administración y ventas y otros activos.

2.11. INDICADORES DE EVALUACION FINANCIERA

2.11.1. Flujos de Caja Proyectados

El flujo neto de caja es un estado financiero en el cual se registran los ingresos y egresos generados en un periodo determinado, es decir que el flujo neto de caja es el saldo entre los ingresos y egresos de un periodo determinado.

Al realizar la proyección de flujo, se asegura la posibilidad de una quiebra o fracaso del negocio en forma repentina por subestimar el tiempo que tomará recibir los pagos de sus compradores o clientes.

2.11.2. Valor actual neto (VAN)

GUTIERREZ M, Luís, asevera que: “Si el valor actual de los ingresos supera el de los egresos, el valor actual neto es positivo y la inversión es viable; el valor actual neto de una inversión puede interpretarse como el máximo valor que una firma o un inversionista estaría dispuesto a pagar por la oportunidad de llevar a cabo el proyecto, sin detrimento de las utilidades”.

Para hacer el cálculo se requiere descontar el flujo de fondos propuesto por medio de una tasa de interés que es la relevante para los potenciales inversionistas. Esta tasa es, por supuesto, la misma tasa mínima atractiva de retorno.

Mide el flujo del dinero en el momento presente, es decir la rentabilidad de la inversión en moneda real, tomando en cuenta una tasa de rendimiento promedio de mercado. Si el valor actual es positivo, significa que la inversión es atractiva o rentable, y si es negativo no es procedente la inversión, si tenemos un valor cero en cambio es independiente, el valor actual neto es la suma de los valores obtenidos y corridos durante el período que demora menos el valor erogado para la misma:

$$VAN = VP - INVERSIÓN$$

$$VAN = -P + \frac{FNE + VS}{(1+i)^n}$$

SIMBOLOGÍA:

FNE Flujo Neto de Efectivo

=

i = Tasa de Rendimiento

-P = Inversión inicial = 2.446,86

VS = Valor de salvamento

n = Tiempo u horizonte de la vida útil del proyecto o inversión

2.11.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

GUTIÉRREZ M, Luís, afirma que: “Esta medida también recibe los nombres de tasa interna de rendimiento, rédito, eficiencia marginal del capital y otros, equivale a decir que es la tasa que hace el valor actual neto igual a cero, la tasa interna de retorno es la máxima tasa de interés con la cual el inversionista tomaría dinero prestado para financiar la totalidad del proyecto, repagado con lo producido la totalidad del capital y de sus intereses, sin perder dinero”

La rentabilidad se obtiene con la siguiente ecuación:

$$\text{RENTABILIDAD} = (\text{INGRESOS NETOS} - \text{DEPRECIACIÓN}) / (\text{VALOR EN LIBROS} - \text{DEPRECIACIÓN})$$

El cálculo de la tasa interna de retorno conlleva ciertos errores matemáticos, que es importante tomarles en cuenta y que son:

- Por la forma indiscriminada de llevar los ingresos y egresos.
- No toma en cuenta el tiempo en que se producen

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

2.11.4. Punto de Equilibrio

CHILQUINGA, Manuel (2008) manifiesta que: “Es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en éste punto la empresa no gana ni pierde.”

El punto de equilibrio esta dado cuando los beneficios son igual a cero, esto significa que el margen de contribución (MC) solo está destinado

para absorber los Costos Fijos, lo que queda bajo el punto de equilibrio significa pérdida y lo que queda sobre él ganancias. Algebraicamente el punto de equilibrio puede demostrarse en cantidades y en unidades monetarias, además el punto de equilibrio permite analizar las características financieras de los sistemas alternativos de producción, esto es la relación entre ingresos y costos totales.

El cálculo se realiza mediante la aplicación de las fórmulas siguientes:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VTAS}}$$

$$\text{Unidades} = \frac{PE}{PVtas}$$

$$\% = \frac{PE}{\text{Ingresos por Vtas}}$$

2.11.5. Tiempo de Recuperación de la Inversión

TRUJILLO, Gonzalo (2003), afirma que: "Es la operación financiera que consiste en calcular el plazo que se requiere para recuperar el costo original de una inversión a partir de los flujos de efectivo esperados. "Para calcular el periodo de recuperación de un proyecto, sólo se debe añadir los flujos de efectivo esperados de cada año hasta que se recupere el monto inicialmente invertido en el proyecto"

Este cálculo me permitirá establecer en que tiempo se recupera la inversión.

2.11.6. Relación Beneficio - Costo

CUESTA, Rafael (2002) lo define como: "una manera práctica de evaluar la conveniencia de proyectos en los que es importante tener una visión de largo alcance y una visión amplia es decir, implica la enumeración y evaluación de todos los costos y beneficios pertinentes".

El análisis de costo-beneficio es una herramienta de toma de decisiones para desarrollar sistemáticamente información útil acerca de los efectos deseables e indispensables del proyecto.

El cálculo se realiza con el siguiente procedimiento:

$$\frac{B}{C} = \frac{\sum \text{INGRESOS}(i)}{\sum \text{EGRESOS}(i)}$$

SIMBOLOGÍA:

B/C = Beneficio – Costo

$\sum \text{INGRESOS}(i)$ = Total Ventas Proyectadas

$\sum \text{EGRESOS}(i)$ = Total costos y Gastos de Producción Proyectadas

Los indicadores de evaluación financiera son herramientas que permiten tener una idea a los inversionistas de lo que puede suceder a futuro y establecer si el proyecto es viable desde el punto de vista financiero.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. ANTECEDENTES

El estudio de mercado es una herramienta administrativa de importancia para la determinación de la factibilidad del presente proyecto, así como es la base de información para las siguientes etapas como el estudio técnico y estudio económico-financiero, principalmente.

3.1.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.

3.1.2.1. Objetivo General

Determinar el mercado meta, su segmentación, identificación de la demanda, niveles de preferencia de esta fruta, su proyección en el mercado, la demanda y la oferta en la zona norte del país provincias de Carchi, Imbabura y Pichincha.

3.1.2.2. Objetivos Específicos

- a) Identificar el producto sus características que se requieren
- b) Determinar los mercados meta, su segmentación que justifiquen el proyecto desde este punto de vista.
- c) Establecer la demanda y oferta actual proyectada de esta fruta, así, como analizar la competencia.

3.2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

CUADRO Nº. 3.1

Clasificación botánica del chamburo

Reino	Vegetal
Familia	Caricacea
Género	Carica
Especie	Carica pentagona H.
Nombre científico	Carica pentagona H.
Nombre vulgar	Chamburo, Papayo de montaña, papaya de clima frío, Papayuela. Chihualcan, Bonete, paw-paw pan de monte.

ELABORACION: *El Autor*

El Chamburo es una planta que en el Ecuador se la encuentra casi en forma silvestre en algunas regiones de los Andes. El cultivo de este frutal exótico es incipiente en nuestro medio, no tenemos aún cultivos comerciales, tan solo hallamos en forma casual unas pocas plantas en huertos caseros.

En el valle de Vilcabamba Provincia de Loja, se encuentra en forma silvestre, desde donde ha sido llevado a otros países como Nueva Zelanda con el fin de producir en volúmenes comerciales. No existe aún en el Ecuador trabajos de selección genética. Chile realiza exportaciones de esta fruta, la misma que se caracteriza por su delicioso sabor y exquisito aroma, cualidad muy requerida para la industria alimenticia.

El chamburo o papayuela es una fruta de gran importancia económica para el país, puesto que presenta un futuro promisorio para la agroindustria, sus características especiales permiten procesar y presentar como deshidratados-confitadas de excelente sabor y aroma, muy apetecidas en los mercados externos.

La fruta puede ser procesada para utilizarse principalmente en helados, jugos, sorbetes, néctares, postres, cócteles y otros más.

3.2.1. CARACTERÍSTICAS DEL FRUTO

El fruto generalmente es de forma ovoide, esférica periforme desde su estado inicial, alcanzando longitudes hasta de 12 cm. de largo por 8 cm. de ancho, su pulpa es de coloración amarillenta clara, en su interior se encuentran las semillas y masa placentaria que ocupan toda su concavidad. Las semillas miden de 4 a 6 mm de diámetro con una sarcotesta musilaginosa lisa; la esclerotesta tiene una infinidad de protuberancias regularmente dentadas a modo de crestas, las mismas que se hallan dispuestas longitudinalmente, en algunos casos no desarrollados.

El fruto a su plena madurez tiene una coloración amarilla o anaranjada de conformación ovoides su pentágonos, los ángulos son obtusos y en algunos casos muy salientes.

En el Ecuador no existen investigaciones sobre clasificaciones taxonómicas y determinación de variedades de chamburo por lo tanto no podemos aún hablar de variedades de chamburo.

3.3. MERCADO META

3.3.1. Por el nivel de consumo

Por el nivel de consumo final de esta fruta, las provincias del Carchi, Imbabura, y Pichincha son un mercado atractivo para la demanda de chamburo, es un espacio geográfico que abarca **2.801.959** habitantes que pertenecen a las provincias señaladas. La población económicamente activa es la más influyente en la adquisición de esta fruta en estado natural.

CUADRO NO. 3.2
POBLACIÓN POTENCIALMENTE CONSUMIDORA

Provincia	Población Total	PEA
Carchi	164.524	37.468
Imbabura	398.244	95.243
Pichincha Cantón Quito	2.239.191	362.968
Total	2.801.959	495.679

FUENTE: Censo INEC, 2010
ELABORACION: Edison Prado

Este mercado meta es considerado debido a que existe una aceptable preferencia del consumo del chamburo ya que es una fruta exótica, de un sabor exclusivo que es muy utilizado en los hogares para elaborar postres, distintos manjares y dulces.

3.3.2. Por la demanda derivada

Debido a que el chamburo puede formar parte como materia prima para la elaboración de derivados agroindustriales como: lácteos, representado por leche saborizada, yogurt y otros así, como mermeladas que se pueden elaborar teniendo como materia prima esta fruta. Este mercado meta está representado por las micro, medianas y grandes empresas que elaboran derivados de frutas, siendo las más importantes las siguientes:

CUADRO NO. 3.3
MARCAS DE DERIVADOS DE CHAMBURO

Nombre de la empresa	Marcas
1. Facundo	Facundo, en presentación de vaso de cristal de 300g
2. Arcor	Arcor, en presentación de 454g tipo vaso de crista
3. Snob	Snob, en presentación tipo vaso cristal de 320g
4. Guayas	Guayas, en presentación de cristal tipo vaso de 480g y 300g
5. San Jorge	San Jorge, en presentaciones tipo vaso de cristal de 300g, y tipo sache de 200g.
6. NESTLE	Con sus productos lácteos como: yogurt de diferentes frutas como mora durazno y otros.
7. ALPINA	Con sus productos lácteos como: yogurt de diferentes frutas como mora durazno y otros.

ELABORACION: El Autor

3.4. Segmentación del mercado

Por la demanda derivada, en este mercado se definen dos tipologías de actores de la formación de la cadena de esta fruta:

3.4.1 Cadena Artesanal

Representado por pequeñas industrias que preparan diferentes de productos derivados de frutas como: mermeladas, dulces, confites y otros.

Formado por aproximadamente 75 microempresas de esta naturaleza localizadas en este sector geográfico. Estas microempresas artesanales son de componente familiar entre pequeñas y medianas. En la provincia de Pichincha en el Sector de Mindo, Puerto Quito y Noroccidente se estima que existen alrededor del 19% de pequeños productores.

Este mercado meta tiene la particularidad que elaboran diferentes productos en base a frutas como las mermeladas de: guayaba, mora, piña y otras, por lo que existe una alta oportunidad, para comercializar el chamburo en forma directa a este tipo de microempresas.

3.4.2. Cadena Industrial

Este segmento de mercado está formada por la demanda de las grandes empresas productoras y sus marcas de mermeladas como: La empresa NESTLE es una de las más grandes demandantes de frutas, para elaborar especialmente derivados lácteos a base de frutas. Este segmento de mercado normalmente comercializa con los proveedores directos de las frutas, lo que es una fortaleza para el proyecto. Este sistema les permite fidelizar sus proveedores y mejorar la calidad de las frutas a la recepción.

3.4.3. Por el Nivel de Consumo

Está referida a la venta directa a supermercados y cadenas de mercados de frutas. Es la cadena directa que manejará la empresa sin intermediarios, que le permita el mayor margen de utilidad. Una alternativa para comercializar será llegar directamente a las gerencias de estos supermercados y acordar las políticas y lineamientos para ser proveedores directos del chamburo.

3.5. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

El Chamburo, también conocido como “la papaya de los Andes es una fruta regularmente consumida en el Ecuador. El índice de comercialización del chamburo es medianamente bajo, debido al desconocimiento de la fruta y sus propiedades por parte de la población o consumidores, razón por lo cual existe la necesidad de fomentar y extender el consumo de la fruta en fresco e industrializada en zumo o mermelada.

Para identificar la demanda histórica no se obtiene datos referenciales sobre la comercialización de esta fruta en el país por lo que limita este análisis.

**CUADRO NO. 3.4
POTENCIALES CONSUMIDORES ÁREA
DE INFLUENCIA DEL PROYECTO**

Provincia	Población Total	PEA
Carchi	164.524	37.468
Imbabura	398.244	95.243
Cantón Quito	2.239.191	362.968
Total	2.801.959	495.679

Fuente: INEC. Censo de 2010.

Elaborado: El Autor

3.5.1. Análisis de probabilidades del consumo de esta fruta en el mercado meta (consumidor final)

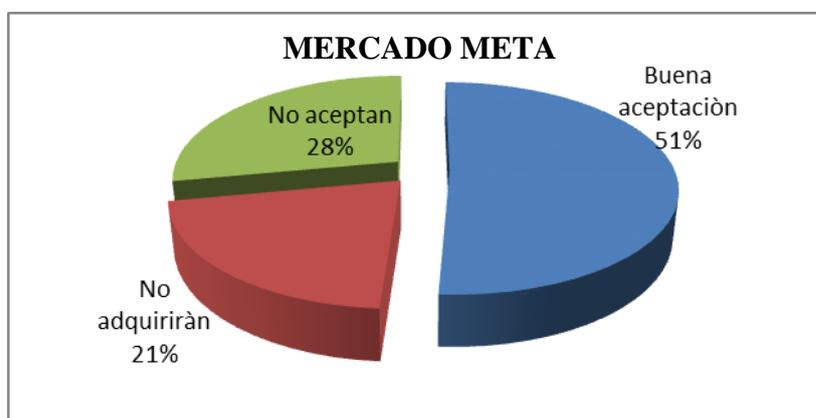
En base a las encuestas aplicadas en el trabajo de campo efectuado para el estudio de mercado, se determinó la probabilidad de consumo de esta fruta, obteniéndose los siguientes resultados:

**CUADRO Nº 3.5
CONSUMO MERCADO META**

RESPUESTAS	%	CONSUMIDORES
Buena aceptación	51	252796
No adquirirán	21	104093
No aceptan	28	138790
TOTAL	100	495679

Fuente: Encuesta Consumidores de frutas. Abril 2011.

Elaborado: El Autor



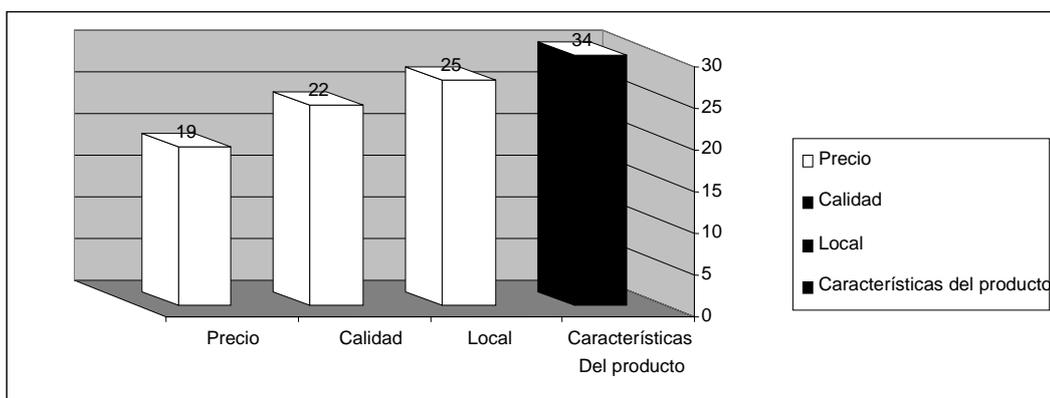
Análisis:

El 51% de los encuestados tienen buena aceptación por esta fruta ya que les permite elaborar postres que normalmente son consumidos en los diferentes hogares de estas provincias. El 28% de los encuestados no tienen preferencia por esta fruta y el 21% consideran que si podrían tener preferencia si existiera regularmente en el mercado.

3.5.2. Factores de la demanda

Para determinar los factores que identifican la posible demanda de esta fruta se consideró los siguientes: Precio, Calidad, Local de adquisición, Características del producto.

CUADRO Nº 3.6
FACTORES DE LA DEMANDA



FUENTE: Encuesta Consumidores de frutas. Abril, 2011.

ELABORADO: El Autor

Análisis:

El 34% de los encuestados sostienen que para adquirir esta fruta consideran como factor más importante las características del producto, el 25% manifiestan que comprarían esta fruta en relación al local de expendio, el 22% consideran como indicador de compra la calidad de la fruta en cuanto tiene que ver a tamaño, tiempo de maduración y el 19% en relación al precio.

Con estos resultados se puede establecer una demanda de mercado potencial representada en aproximadamente el 51% de la población del área geográfica de las provincias del Carchi, Imbabura y Pichincha.

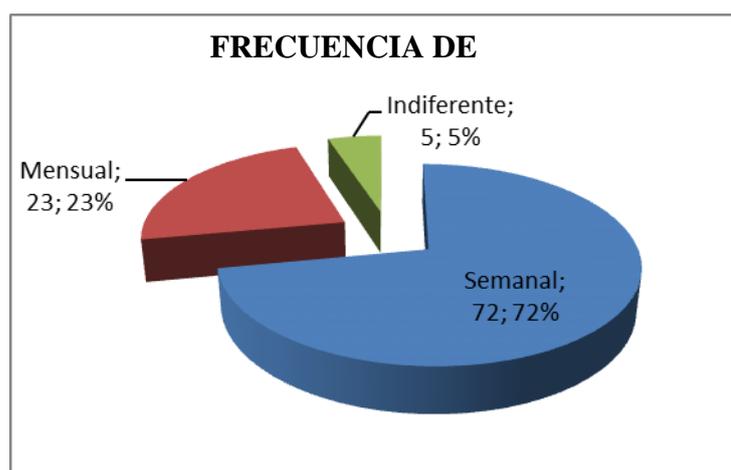
3.5.3. Frecuencia de consumo

Con la finalidad de obtener el volumen de consumo aparente de esta fruta, es decir de consumo per cápita de la población sujeta al estudio de mercado se estableció la frecuencia de consumo obteniéndose los siguientes resultados.

CUADRO Nº 3.7
FRECUENCIA DE CONSUMO

RESPUESTAS	%	CONSUMIDORES
Semanal	72	182013
Mensual	23	58143
Indiferente	5	12640
TOTAL	100	252796

FUENTE: Encuesta Consumidores de frutas. Abril, 2011.
ELABORACIÓN: El Autor.



Análisis:

El 72% consideran que consumirían de uno a dos chamburos en forma semanal lo que representa aproximadamente de 1 a 2 kilogramos ya que

un chamburo normal tiene un peso aproximado de 0.90 a 1.10 kilogramos. El 23% consideran que consumirían 1 mensual. El 5% son indiferentes ante esta pregunta.

3.5.4. Proyección de posibles consumidores

Con la información antes obtenida se puede establecer una subjetiva demanda histórica a partir del año 2010, actual y futura de esta fruta.

FORMULA DEL MONTO:

M $Co(1+r)^n$

Co Valor Actual

r Tasa de crecimiento (i=Tasa de crecimiento de la población que es de 1.95 %, según INEC Censo 2010)

n Periodos (año)

CUADRO Nº 3.8

Años	Proyección Posibles consumidores
2010	252.796
2011	257.726
2012	262.751
2013	267.875
2014	273.099
2015	278.424
2016	283.853
2017	289.389

FUENTE: INEC y Cuadro Nro. 3.7.

ELABORACIÓN: El Autor

Análisis:

Con estos datos se puede determinar un consumo aparente per cápita subjetivo de 12 kilogramos de chamburo anual, valor que es bajo en relación al consumo de otras frutas como: la manzana que tiene un consumo per cápita de 25.2 kilogramos o del babaco que tiene un consumo del 21.5 kilogramos anual.

3.5.5. Proyección de la demanda

Para proyectar la demanda se consideró las series históricas estructuradas y se aplicó la siguiente ecuación:

CUADRO No 3.9
PROYECCIÓN DE POSIBLES CONSUMIDORES

Años	Proyección Posibles consumidores	Consumo aparente en kilogramos
2013	267.875	3214501
2014	273.099	3277184
2015	278.424	3341089
2016	283.853	3406241
2017	289.389	3472662

FUENTE: Cuadro Nro. 3.8.

ELABORACION: El Autor

La demanda proyectada para para los posibles consumidores de la zona de influencia del proyecto (Carchi, Imbabura y Cantón Quito), en relación a la preferencia de consumo de los encuestados que gustan esta fruta de doce kilos por año, es de: **3'214.501** kilogramos de chamburo anual, si se mantiene la misma proyección se tendrá para el año 2017 una demanda aparente aproximada de **3'472.662** kilogramos de chamburo.

3.6. IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA

3.6.1. Producción u oferta actual

Del 40% de la población ecuatoriana que reside en el área rural, las dos terceras partes conforman hogares de productores agropecuarios y viven en las propias unidades de producción agropecuaria, de tal manera que, algo más del 25% de la población ecuatoriana se estima

vinculada a la actividad agropecuaria, ciertamente, el 62% de la población rural ocupada, trabaja en la agricultura. (MAGAP III Censo Nacional Agropecuario).

Existen en la actualidad pocos agricultores que comercializan a gran escala el chamburo en el cantón Montufar, la mayor parte de los agricultores que cuentan con este frutal no aprovechan la producción y dejan que la fruta se deteriore en los predios en algunas ocasiones comercializan el producto pero de manera empírica entre la población y mercados cercanos y generalmente es de mala calidad por falta de asesoramiento técnico especializado y tratamiento inadecuado de la materia prima.

Según el MAGAP existen en la provincia del Carchi alrededor de 1.5 hectáreas de cultivo de chamburo en los diferentes sectores rurales de los cantones de la provincia, lo que significa una producción aproximada de 90.000 kilogramos de esta fruta en forma anual.

3.6.2. Proyección de la Oferta

Para proyectar la oferta se usó el mismo método que la demanda, considerando que actualmente existe una producción aproximada de 90.000 kilogramos en toda la provincia del Carchi. Según técnicos del MAGAP, un 2 % es una tasa de crecimiento razonable para cultivos de frutas en la provincia del Carchi.

CUADRO No 3.10
OFERTA APARENTE PROYECTADA

Años	Kilogramos	Tasa de crecimiento ponderada
2012	90.000	Año base
2013	91.800	Estimación de la producción de chamburo al 2% anual
2014	93.636	
2015	95.508	
2016	97.380	
2017	99.360	

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: El Autor

La oferta aparente proyectada se estima que para el año 2013 será de 91.800 kilogramos de chamburo, que cultivan agricultores dispersos en los sectores rurales. Si se mantiene este mismo comportamiento la oferta aparente proyectada, para el año 2017 sería de 99.360 kilogramos de esta fruta que equivale a cultivar 1.65 hectareas.

3.7. BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

CUADRO No 3.11

BALANCE OFERTA-DEMANDA EN KGS.

Años	OFERTA	DEMANDA	DEM. INSAT.
2013	91.800	3214501	-3.122.701
2014	93.636	3277184	-3.183.548
2015	95.508	3341089	-3.245.581
2016	97.380	3406241	-3.308.861
2017	99.360	3472662	-3.373.302

3.8. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE PRECIOS

Para la proyección del precio por kilogramo de la fruta, a partir del año 2013, se ha tomado en cuenta el promedio de inflación de los últimos

cinco años, con datos recopilados de fuentes como: Banco Central y el INEC, aproximándose a un 5 %.

ECUADOR: EVOLUCION DE LA INFLACION

AÑOS	VALOR %
2008	5,19
2009	5,20
2010	4,56
2011	4,27
2012	4,94
PROMEDIO	4,83

CUADRO No 3.12

PROYECCIÓN DEL PRECIO

Años	Precio kilogramos
2013	0,80
2014	0,84
2015	0,88
2016	0,93
2017	0,97

3.9. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Prácticamente se puede decir que no existe actualmente una competencia para el proyecto ya que los pocos agricultores que cultivan esta fruta no aplican las tecnologías adecuadas teniendo bajos rendimientos, lo que no les ha permitido posicionar este producto en el mercado, y actualmente comercializan en los mercados de Quito principalmente y no existen volúmenes adecuados de acuerdo a la demanda de esta fruta.

Uno de los productos que se puede considerar como competidor directo es el babaco fruto que tiene algunas características físicas, parecidas al del chamburo y que en la actualidad si se ha posicionado en el mercado a

nivel de todos los estratos de consumidores. Es común ver el babaco en todos los mercados del país así, como en supermercados, comisariatos y tiendas de frutas.

Así, como el babaco ha ganado posicionamiento en el mercado local, el chamburo tiene la oportunidad de hacerlo ya que tiene una alta preferencia en la población (51%) según las encuestas aplicadas en este estudio de mercado.

a) Competidores indirectos

Los competidores indirectos son los agricultores que cultivan otras frutas, que actualmente tienen gran aceptación en el mercado local e internacional, como: el arazá, badea, carambola, chayote, inchi, maracuyá, melón.

b) Perspectivas del mercado internacional

El chamburo está considerado dentro de las cincuenta frutas o cultivos de exportación no tradicionales, según el MAGAP, en su reporte del año 2009, en el que afirma que esta fruta puede tener gran demanda en países como: Alemania, Canadá, España, Estados Unidos, Italia, Holanda, la China, El Japón. Sostienen que se puede expandir el mercado a otros países europeos que actualmente comercializan con el país otras frutas exóticas como: el babaco, maracuyá, melón entre otras.

3.10. CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

De la investigación realizada se pudo identificar que la población en general quieren adicionar a su dieta esta fruta sea en fresco o industrializada en mermeladas y conservas, con la finalidad de contar con productos autóctonos elaborados en nuestro país y adicionalmente que permita mejorar la situación económica y social de los ciudadanos.

A continuación se indica los aspectos relevantes se la investigación realizada:

a) Se determinó la falta de conocimiento del chamburo y de las bondades que brinda en la salud, y respectivamente el desconocimiento de su forma de preparación contribuyen a la escasa comercialización en los diferentes mercados y supermercados.

b) Los mercados meta del chamburo según la demanda son de 2 categorías:

La primera que es demanda de consumidores finales, que pueden adquirir esta fruta en supermercados, tiendas de frutas para elaborar, dulces, postres, como parte de la dieta alimenticia. La segunda categoría de mercado meta es de demanda básica, ya que esta fruta puede ser comercializada a el sector artesanal, micro y mediano que elaboran derivados de frutas así, como a las grandes empresas como Alpina Nestlé, conservera Guayas, Facundo, Arcor, entre otras que elaboran mermeladas, derivados lácteos como yogurt y otras en base a frutas como piña, durazno, frutilla entre otras, desde esta perspectiva existe mercado meta sustentable

c) Al analizar la demanda de esta fruta en base a las encuestas aplicadas se determina que el 51% de la población de las provincias del Carchi, Imbabura y pichincha si tienen preferencia por el consumo de esta fruta lo determina oportunidad para el proyecto.

d) En base a la demanda aparente estructurada se considera la probabilidad de consumo de esta fruta de 3'214.501 kilogramos para el año 2013. La demanda aparente proyectada con la tasa de preferencia antes señalada podría ser de 3'472.662 kilogramos para el 2017.

e) La oferta del chamburo actualmente es sumamente restringida ya que existen pocos agricultores en la provincia del Carchi, ya que representa el 1.5

hectáreas lo que determina una oferta aparente de 90.000 kilogramos de esta fruta que se comercializa en mercados de la ciudad de Quito.

- f)** Al analizar la competencia se establece que es débil, ya que los agricultores que actualmente cultivan el chamburo no aplican tecnologías adecuadas y no disponen de óptimos canales de comercialización. El competidor directo de esta fruta es el babaco, que tiene buena posición en el mercado local y extranjero. Los competidores indirectos de esta fruta son el arazá, badea, carambola, chayote, inchi, maracuyá, melón.

- g)** Se deben seguir las estrategias señaladas en este acápite con la finalidad de tener probabilidades de que esta fruta pueda posicionarse en el mercado de las tres provincias sujetas del estudio de mercado así, como a nivel nacional.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA

4.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

Para establecer el tamaño del proyecto y las características en lo que tiene que ver a espacios físicos se consideró, los siguientes indicadores:

4.1.1. Tamaño del proyecto y las características del mercado

El carácter dinámico de la demanda de frutas no tradicionales como el chamburo tiene una gran expectativa en mercados nacionales como las cadenas de supermercados, AKI, Supermaxi, TIA, Comisariatos de Gobiernos locales, supermercados de frutas, que en la actualidad van creando óptimos espacios de clientes en las diferentes ciudades del país. Se consideró el crecimiento futuro de la demanda de chamburo en 3'472.662 kilogramos, lo que justifica la instalación del cultivo de esta fruta con una capacidad de 4 a 10 hectáreas.

Desde este punto de vista se justifica la creación de la empresa de producción y comercialización de chamburo, pero será importante efectuar un análisis combinado de la demanda y la curva de los costos en función del tamaño.

4.1.2 Tamaño del proyecto y la tecnología

La tecnología que normalmente se utiliza para el cultivo del chamburo se basa en labores silviculturales, que actualmente son aplicadas con óptimos rendimientos en los procesos anuales de este cultivo. Los indicadores de rendimientos de este cultivo sostienen que se puede obtener de 36.20 a 45 kilogramos por planta en forma anual. La

tecnología en este tipo de cultivo sostiene que se puede hacer las plantaciones en distancias de 2 x 1.5 mt y también de 2 x 2mt, entre hileras y plantas. Esta tecnología no requiere de equipos sofisticados sino más bien de herramientas menores, para desarrollar las labores silviculturales.

4.1.3 Tamaño del proyecto y los insumos

Para el desarrollo del cultivo de chamburo se requiere de insumos agrícolas que pueden ser adquiridos en los almacenes de esta naturaleza localizados en la ciudad de San Gabriel.

4.1.4 Tamaño del proyecto y el financiamiento

Es indudable que los recursos financieros es uno de los factores más importantes para poner en marcha el cultivo de esta fruta. El financiamiento que tendrá el proyecto es a través del aporte con recursos propios con un valor de 47.500 dólares, a través de un crédito en el Banco Nacional de Fomento de 107.400 dólares, que es la institución que actualmente tiene la tasa de financiamiento 10%.

4.2. MACRO Y MICROLOCALIZACION DEL PROYECTO

4.2.1. MACROLOCALIZACION

La empresa estará ubicada en La Región Norte del Ecuador, Provincia del Carchi, Cantón Montufar, Parroquia de San José, que según datos del INEN este cantón representa el 18,7 % del total de la población de la provincia, y se caracteriza por ser eminentemente agropecuario, actividad a la que se dedica el 75% de su población, y por tener una población joven ya que el 43.9% son menores de 20 años al igual que la mayor parte de los habitantes de este cantón que residen en el área rural (56%).

Figura 4.1

Mapa de la Provincia del Carchi



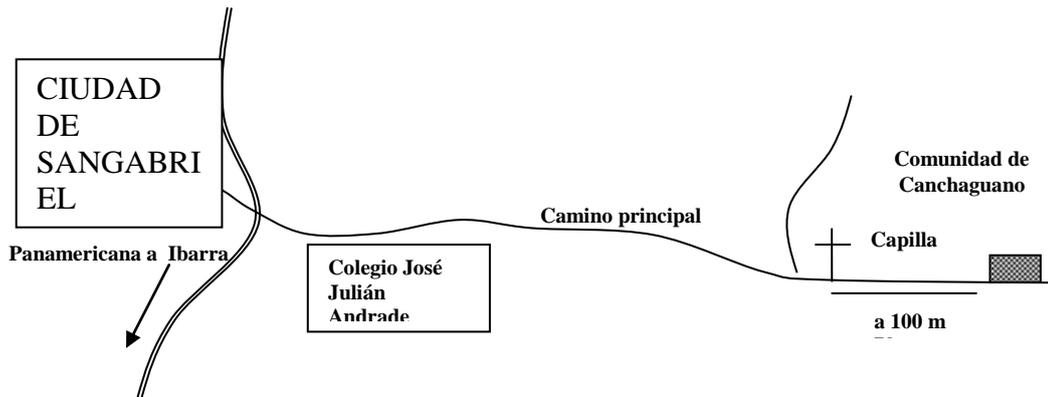
FUENTE: Atlas del Ecuador

ELABORACIÓN: El Autor

La empresa se ubicará con su infraestructura e instalaciones en la Ciudad de San Gabriel, ubicada al sur este de la Provincia del Carchi, a 40 Km. de la ciudad de Tulcán.

Los sectores de la Delicia, Miraflores y Canchaguano son áreas rurales que pertenecen al cantón Montufar y están cercanos a la ciudad de San Gabriel. Estas localidades se localizan en altitudes entre 2.600 a 2.800 m.s.n.m. con una temperatura promedio de 12,5°C, ambiente por lo tanto son los sitios más aptos para la producción de ésta especie de fruta.

CROQUIS DE UBICACIÓN DE LA PLANTA



4.2.2. MICROLOCALIZACIÓN

Específicamente para un cultivo tipo industrial de esta fruta se requiere de los siguientes factores más importantes para su localización:

a) Zona ecológica

Bosque seco, pre montano y montano alto. Su clima debe ser entre 18 a 24gc, con una precipitación anual de 800 a 1.500 mm. La altitud de 2.200 a 2.900 m.s.n.m.

b) Tipo de suelo

Se puede cultivar en los sectores antes señalados (Miraflores, La Delicia y Cachaguano), que disponen de suelos de textura franco a franco arenoso, con buen contenido de humedad y de materia orgánica, de profundidad media de 0.80 mt. Estos suelos deben tener un buen drenaje y un pH entre 5.7 a 7.5.

Otros factores que se consideró para su localización son los siguientes:

a) Vías de acceso

Se debe considerar que la ubicación del proyecto debe tener vías de acceso que permita un transporte normal, para el ingreso de los insumos agrícolas y la salida de la fruta para su comercialización. El tipo de rodadura de preferencia deberá ser tipo lastrado o empedrado.

b) Socialización con la comunidad

Será importante que el proyecto se socialice con las poblaciones que estén cercanas al sitio de cultivo, para que no exista en lo posterior problemas, referentes a los olores que emanan la aplicación de fertilizantes, fungicidas que son utilizados, para el cultivo de esta fruta.

c) Servicios básicos

Todo cultivo agrícola de tipo industrial debe tener como requisito, agua de preferencia de regadíos ya que la cantidad de plantas que se tiene por hectárea crea la necesidad de tener en lo posible, de 0.50 a 0.75 m³ diarios por cada planta de chamburo.

d) Costo del terreno

Este factor es importante desde el punto de vista económico y de la inversión inicial del proyecto, por lo que será un factor preponderante en el análisis cuantitativo para su ubicación.

Las alternativas para la ubicación del proyecto son las siguientes:

- ❖ Sector Canchaguano
- ❖ Sector Miraflores
- ❖ Sector la Delicia

Para la evaluación de las opciones de localización del proyecto se utilizó el método de valoración cuantitativa.

c) Método de valoración cuantitativa.

Este método consistió en un modelo de calificación de los factores locacionales antes señalados expresado en términos de requerimientos funcionales del proyecto y que sirvieron de base, para la evaluación, mediante la aplicación del siguiente procedimiento:

A los factores locacionales se les asignó un peso relativo de 0 a 1 en relación a la importancia funcional del proyecto. Las sumas de los pesos

de los factores ocasionales deben ser 1. El peso asignado está exclusivamente a criterio del proyectista.

Para la calificación de cada factor se utilizó una escala de 1 a 10 puntos. Con el objetivo de obtener la calificación ponderada se multiplicó el peso por la calificación de cada factor.

La matriz establecida para la localización fue la siguiente:

CUADRO Nº 4.1
METODO CUALITATIVO POR PUNTOS

FACTOR RELEVANTE	PESO	Canchaguano		Miraflores		La Delicia	
		Calf.	Calf. Pond.	Calf.	Calf. Pond.	Calf.	Calf. Pond.
1. Vías de acceso	0.10	8	0.8	6	0.6	7	0.7
2. Socialización con la comunidad	0.30	9	2.7	8	2.4	7	2.1
	0.20	8	1.6	5	1	5	1
3. Servicios básicos	0.30	9	2.7	6	1.8	6	1.8
4. Costo del terreno	0.15	8	1.2	8	1.2	8	1.2
5. Mano de obra							
TOTAL	1		8.7		7		6.8

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

Con los resultados de la calificación ponderada expuesta en la matriz, se determina que la mejor ubicación del proyecto en relación a los factores evaluados es el sector de Canchaguano, ya que tiene un puntaje de 8.7. la segunda opción será el sector de Miraflores con 7 puntos y quedando como tercera opción el sector de la Delicia con 6.8 puntos.

4.3. Tamaño del proyecto y la organización

La organización de la empresa estará conformada a través de un organigrama estructural que sirva de base, para establecer los procesos, subprocesos y las actividades que se deberán desarrollar a nivel de la plantación, para obtener rendimientos adecuados de las labores silviculturales que se aplicaran en el ciclo de cultivo de esta fruta. A nivel administrativo y de mercadeo se estructuraran los procesos que viabilicen un uso adecuado de los recursos institucionales.

4.3.1. Capacidad instalada

La capacidad física instalada que deberá tener el proyecto requiere de 40.500 m² de los cuales 40.000m² deberán ser destinados para labores de cultivo y los 500m² para patio de maniobras, de los vehículos de los clientes y de los espacios físicos, para la construcción civil que se requiere para un funcionamiento óptimo del proyecto. Con esta capacidad instalada se obtendrá aproximadamente un rendimiento de 420.000 kilogramos de chamburo en forma anual. La capacidad operativa que se espera obtener es de 396.000 kilogramos anuales. Este valor en comparación con la demanda insatisfecha del año 2013, representa el 12,68 % de captación por parte del proyecto. Capacidad de producción estimada que se mantendría por la vida útil del proyecto, debido a la extensión de terreno cultivable disponible.

CUADRO Nº 4.2
TAMAÑO DEL PROYECTO, SEGÙN CAPTACION
DE DEMANDA INSATISFECHA EN KGS.

Años	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD O TAMAÑO
2013	-3.122.701	396.000
2014	-3.183.548	396.000
2015	-3.245.581	396.000
2016	-3.308.861	396.000
2017	-3.373.302	396.000

4.3.2. Diseño de Instalaciones

En relación a la capacidad instalada se procedió a diseñar las instalaciones de la empresa de producción y comercialización del chamburo. Para el diseño de instalaciones se consideró el ámbito del proyecto, la tecnología, su tamaño, sus procesos o diagramas de los mismos, su herramienta menor. El diseño de las instalaciones

básicamente fundamenta la ingeniería del proyecto, mediante el cual se obtiene las áreas y espacios técnicamente diseñados con la finalidad de aprovechar en forma óptima los recursos físicos, tecnológicos, económicos de la empresa.

4.3.3. Diseño del área de cultivo

Para el cultivo del chamburo se tendrá un área de 40.000m² (4 hectáreas); con una distancia de siembra de 2 x 1.5 y de 2 x 2m entre hileras y plantas; obteniéndose una densidad de plantación por hectáreas de 2.900 plantas o arboles por hectárea.

Considerando la topografía del terreno que en lo posible deberá ser plano, con una inclinación promedio del 5 al 10% en cualquier dirección, se pretende que las hileras estén en sentido perpendicular a la pendiente con el objeto de evitar problemas de erosión eólica del viento así, como un escurrimiento hídrico lo que perjudicaría el tamaño de las plantas, su ciclo vegetativo y por tanto disminuiría el rendimiento promedio por planta que es aproximadamente de 34.13 kilogramos de chamburo por planta que es la meta del proyecto.

Para la implantación en el terreno será necesario:

- a) Adecuaciones del terreno. Entendiéndose por adecuaciones las labores de arado, rastrado y surcado, es decir determinando las hileras donde irán ubicadas las plantas.
- b) Hoyado. El hoyado consistirá en la ubicación de los espacios de 0.40 x 0.40mt en las cuales se depositaran las plantas de chamburo para su crecimiento.

4.3.4. Diseño constructivo

El diseño constructivo propuesto del bloque de administración y post cosecha se basa en la utilización de la madera de eucalipto como elemento estructural, que será utilizado en las columnas y las vigas superiores de la cubierta. La mampostería será de ladrillo visto, con

ventanas y puertas de madera. En el área administrativa los pisos serán de hormigón simple recubiertos con tablón biselado. La cubierta será de estructura mixta con vigas de eucalipto y una loseta de 5cm de espesor de hormigón, masillada por ambos lados, y en el exterior recubierta con una teja vidriada a dos caídas.

El área de post cosecha tendrá que ser la mampostería interna recubierta en su totalidad con cerámica de color blanca, para favorecer la limpieza, desinfección así, como eliminar la presencia de hongos y otros patógenos que normalmente se localizan en el área de post cosecha tratándose de frutas. El piso será de hormigón simple recubierto con cerámica blanca.

Instalaciones hidrosanitarias; las instalaciones hidrosanitarias que se deberá utilizar en el área de post cosecha son a través de rejillas que están vinculadas directamente con el canal de recolección de aguas hervidas, que a su vez se unen con las cajas de revisión externas, para su evacuación.

4.4. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Una vez definido estos aspectos, se consideró que la empresa debe tener la siguiente distribución de la planta:

**CUADRO No. 4.3
DISTRIBUCION FÍSICA DE LA EMPRESA**

Bloque funcional	M2
Área de cultivo	40.000
Área administrativa – bodegas	70
Área de post cosecha – almacenamiento - empaque	108
Patio de maniobras	232
Accesos	90
Total	40.500

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

El área de cultivo es de 40.000m², para el área administrativa – bodegas es de 70m², para el área de post cosecha, almacenamiento y empaque

tendrá un área de 60m², para el patio de maniobras el área será de 280m² y para el área de accesos será de 90m².

Esta distribución de la planta pretende tener una adecuada característica para obtener el volumen de producción meta de 396.000 kilogramos anuales de fruta así, como proporcionar bienestar a los trabajadores y fomentar la productividad. Esta distribución de planta, especialmente en el área de cultivo facilitara las actividades silviculturales que se requiere durante el ciclo anual de esta planta.

El área administrativa estará compuesta de los siguientes ambientes físicos:

CUADRO No. 4.4

ÁREA ADMINISTRATIVA

Área administrativa	M2
Sala de espera	16
Gerencia	20
Secretaria contadora	20
Batería sanitaria	3.5
Accesos	10.5
Total	70

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

La distribución física del área de post cosecha será la siguiente:

CUADRO No. 4.5

ÀREA DE POST COSECHA

Área post cosecha	M2
Recepción	8
Limpieza	30
Selección – clasificación	10
Pesado	5
Tratamiento fitosanitario	5
Empaque	10
Almacenamiento	40
Total	108

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICO DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA



4.5. FLUJOGRAMA DE PROCESOS DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACION DE CHAMBURO

Para implantar el desarrollo del proceso productivo es necesario conocer la trazabilidad del producto, debemos saber cómo se elabora, y para ello existen varios símbolos que representan gráficamente que tipo de proceso se desarrolla y cuales los pasos a seguir.

4.5.1 Propagación de plantas:

Para establecer el cultivo las plantas se obtendrán por vía sexual debido a que el procedimiento es más sencillo y se logra mayor eficiencia económica en cultivos comerciales. Para obtener plantas por vía sexual se parte de semillas, para lo cual es necesario seguir los siguientes pasos:

CUADRO 4.6
Flujograma de Proceso de Producción

OBTENCION DE SEMILLA								
Nº							DÍAS	ACTIVIDADES
1	X						2	Selección de frutos completamente maduros de excelente tamaño, forma y tamaño regular, color de la corteza característico de la fruta, sabor y aroma exquisito.
2	X						2	Remojo de la semilla extraída del fruto con el fin de facilitar el desprendimiento del mucilago de la semilla.
3	X						1	Lavado de la semilla eliminando completamente el mucilago.
4				X			3	Secar la semilla a la sombra y en un lugar ventilado.
5					X		1	Desinfección de la semilla seca con fungicidas como VITAVAX o CAPTAN, en dosis señaladas por las casas vendedoras y estarán listas para sembrar.
FORMACIÓN DE VIVERO								

7	X						1	Preparación del sustrato en proporción 2:2:1 es decir 2 partes de arena gruesa o pomina y 2 partes de compost o tierra de paramo y 1 kilo (10-30-10) por metro cúbico se sustrato.
8		X					5	Desinfección del sustrato químicamente (basamid, captan, bromuro de metilo, ditrapex o cloropicrina) y mecánicamente cubriendo el sustrato con polietileno.
9	X						5	Una vez que esta lista la tierra se procede al enfundado en fundas de plástico perforadas (6 perforaciones por funda) de color negro de 20cm largo x 10 cm diámetro y 2 milésimas de espesor. .
10	X						5	Cuando las fundas con tierra están listas, se procede a colocar estas en un área sombreada, formando bloques de un metro de ancho por diez o más de largo, dispuestas en filas e hileras, a fin de facilitar las labores de deshierbas, fertilización, riego, y conteo.
11					X		3	Siembra de semilla se realiza colocando dos semillas en el centro de la funda a 1 centímetros de profundidad y a dos cm. una de otra, esta debe quedar tapada totalmente con la tierra.

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

4.5.2 Establecimiento del cultivo

Una vez obtenida las plantas del vivero se procederá a la siembra definitiva e implantación del cultivo.

CUADRO Nº 4.7

Flujograma de Comercialización del Chamburo

SIEMBRA DEFINITIVA DEL CULTIVO								
Nº							DÍAS	ACTIVIDADES
1				X			15	Preparación del terreno arado y rastra.
2	X						3	Delineación y trazado se utilizan 2.0 m entre hileras y 1.5 entre plantas. Las hileras deben estar alineadas hacia el Este. La plantación puede realizarse en forma de marco real o en tres bolillo, con este último permite tener una mayor densidad de plantas por ha.

3	X						3	Hoyado se realiza en el lugar señalado por las estacas, estos se hace de 40 x 40 cm.
4	X						5	El trasplante de las plantas provenientes del vivero al lugar definitivo puede realizarse en cualquier fecha del año siempre que exista agua de riego y a los 2 meses desde que emergieron del suelo, El trasplante se debe realizar en las últimas horas de la tarde, a fin de que las plantas no sufran los efectos deshidratantes del sol de mediodía.
5	X						2	Deshierbas con el objeto de evitar la competencia por lo nutrientes, agua del suelo y sol, entre las plantas de chamburo y las malezas, es necesario tener limpia la plantación de malas hierbas, evitando de este modo también el ataque de plagas y enfermedades el control puede ser mecánico o químico.
7	X						3	Aplicación de Fertilizantes y Abonos la fertilización debe realizarse en base a los resultados de los respectivos análisis de fertilidad de los suelos y posteriormente en análisis foliares, Las aplicaciones se realiza cada cuatro meses para procurar que la planta disponga de los nutrientes en forma permanente y dosificada,
8				X			5	Podas se recomienda realizar con el fin de dar forma a los arbustos y para evitar el excesivo crecimiento foliar que reduce la producción. Las podas pueden ser de fructificación y saneamiento.
9	X						2	Controles fitosanitarios de plagas y enfermedades El chamburo es uno de los frutales que se ve muy frecuentemente atacada tanto por plagas como por enfermedades que limitan su crecimiento y rendimiento.
10			X				1	Cosechas La planta de chamburo inicia la producción a partir de los 10 o 15 meses de transplantado en el lugar definitivo, La forma de recolección de la fruta es manual y se empieza a recolectar cuando la corteza de la fruta pasa de su coloración verde oscura a amarillo verdosa, con estrías amarinadas que parten de la base del pedúnculo.

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

4.5.3 Proceso de post-cosecha

Una vez que el chamburo ha sido cosechado, este continúa su actividad de maduración, siguiendo procesos naturales. La fruta que viene del campo recién cosechada y si no puede clasificarse de inmediato, debe almacenarse en un lugar fresco, preferentemente en cuartos fríos a fin de retardar el proceso de maduración. Se debe siempre recordar que la fruta de chamburo es de consistencia frágil y blanda lo que le hace susceptible a magullarse con facilidad.

CUADRO Nº 4.8

Diagrama de procesos de post cosecha

Nº							DIAS	ACTIVIDADES
1			X					Selección y clasificación de la fruta por tamaño puede realizarse durante la cosecha y por su calidad en la sala de clasificación.
2	X							Lavado cuando la fruta se mancha con el látex es necesario lavar con agua y detergente o soluciones bajas de agua con cloro.
3	X							Tratamientos de conservación con fungicidas de contacto no sistémicos y cera.
4			X		X			Empacado va a depender del mercado y el tipo de transporte, La fruta seleccionada y limpia se empaca en cajas de cartón o madera con capacidad de 3.5 a 5 kg. y de 5 a 10 kilos respectivamente. Cada fruto de chamburo debe ser envuelto en papel de seda y sobre una base suave de papel picado.
					X			Etiquetado: El etiquetado tiene por finalidad dar información sobre, la procedencia, tipo, clase, peso, almacenamiento, etc., del producto que se está importando. La información se maneja de la siguiente manera.
5					X			Almacenamiento, la fruta empacada no se debe congelar o almacenar en cuartos fríos a temperaturas inferiores a 12 °C. Puesto que su calidad se deteriora.

6			x						Comercialización y transporte , la fruta de chamburo es muy delicada por lo tanto el transporte se debe realizar cuando esta pintón para que soporte mejor. El sistema de transporte que se emplea es el terrestre, marítimo y aéreo.
---	--	--	---	--	--	--	--	--	--

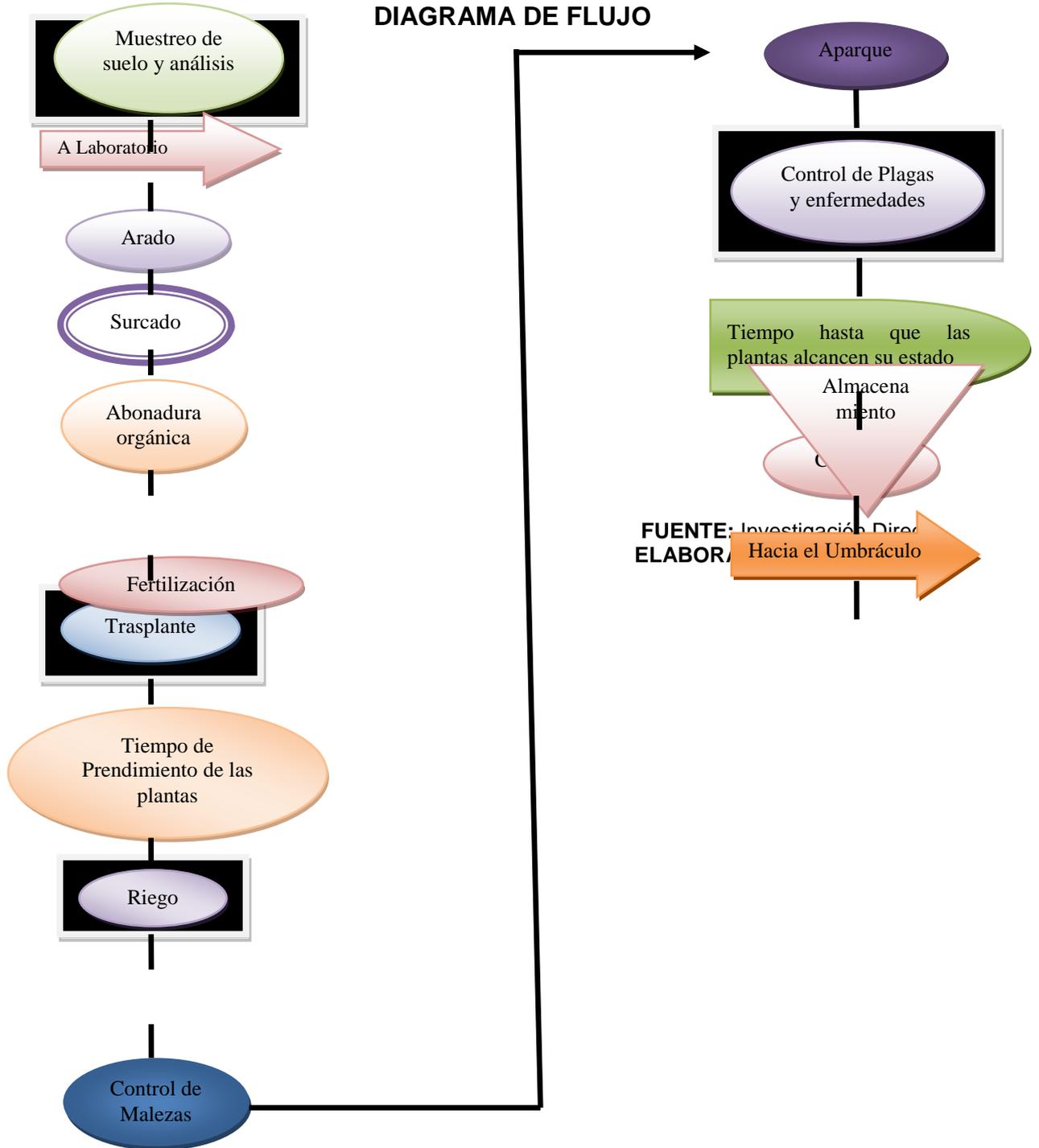
FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

4.5.4 Diagrama de flujo del proceso de cultivo

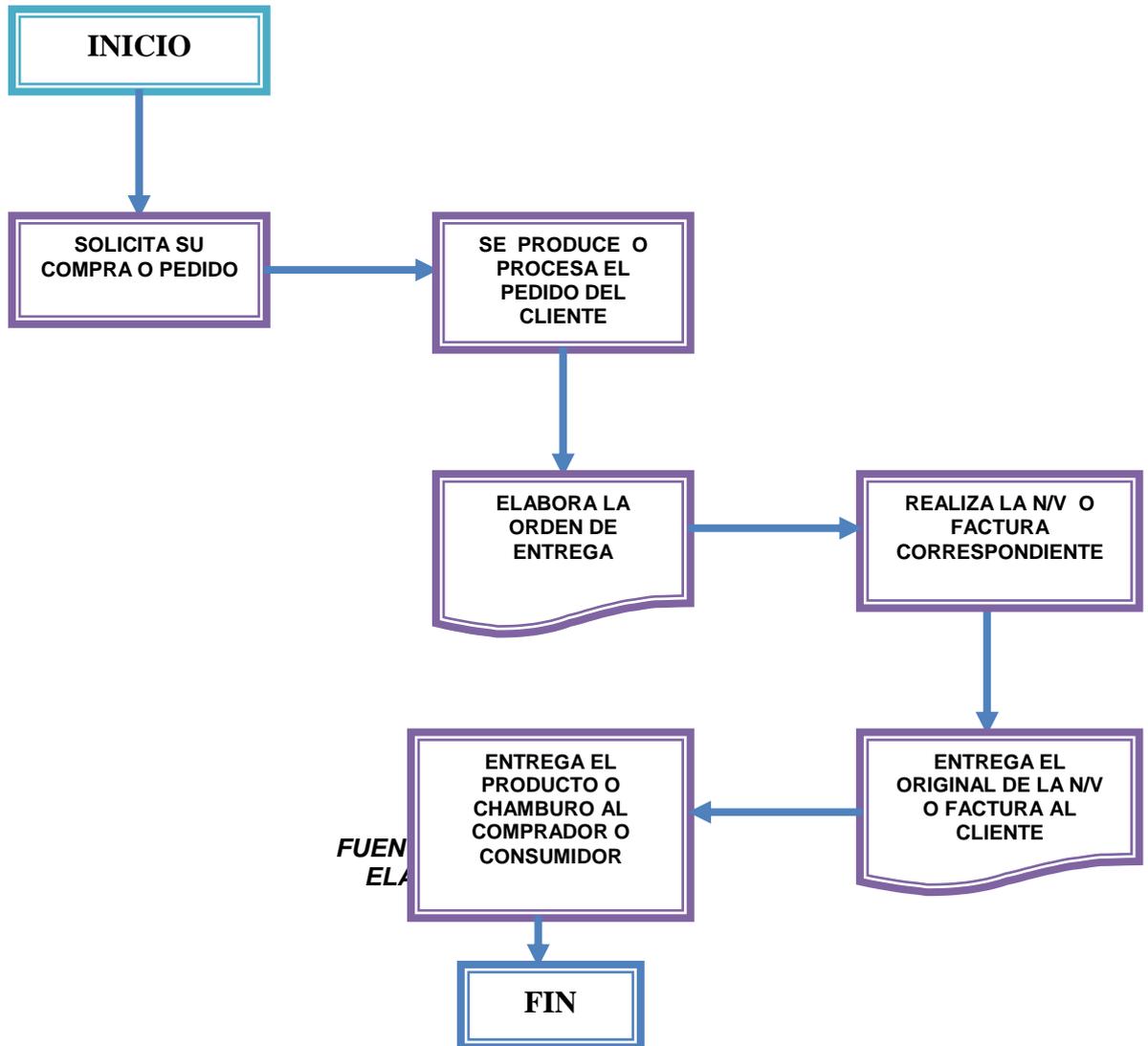
El diagrama de flujo del proceso de cultivo del chamburo se lo hizo para tener una representación gráfica de los puntos de los diferentes procesos y de la forma como suceden las diferentes actividades silviculturales.

Figura 4.1
DIAGRAMA DE FLUJO



4.5.5. Diagrama de proceso de venta

Figura 4.2
DIAGRAMA DE PROCESOS



4.6 PRESUPUESTO TECNICO

4.6.1 Presupuesto de costos de producción

El presupuesto de los costos de producción se determinaron en relación a las 4 hectáreas que se tendrá de cultivo y a las 11.600 plantas que tendrá la empresa, para producir 396.00 kilogramos de chamburo anuales. En primera instancia se procedió a determinar los materiales

directos.

CUADRO No. 4.9
COSTO DE FERTILIZANTES Y ABONOS

PRODUCTO	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Fertilizantes y Abonos				
RF 12-32-16+EM	Saco 125 Kg	520	35,00	18.200
RF 25-5-12+EM	Saco 125 Kg	500	28,50	14.250
RF 12-4-36+EM	Saco 125 Kg	300	32,60	9.780
RF 10-00-24+16	Saco 125 Kg	180	28,50	5.140.8
Tierra Sorb Radicular	Litros	500	14,56	7.280
Tiera Sorb Foliar	Litros	900	10,46	9.414
Aminoquelant Ca	Litros	90	15,20	1.368
Sulfato de Potasio	Saco 50 Kg	1.300	28,56	37.128
Nitrato De Amonio	Saco 50 Kg	50	27,60	1.380
Sulpomag	Saco 50 Kg	60	17,65	1.059
Ecoabonaza	Saco 45 Kg	30	4,04	121.20
Sulfato de Calcio	Saco 50 Kg	300	6,00	1.800
Urfos	Saco 25 Kg	250	2,52	630
Pollinaza	Saco 30 Kg	400	1,09	436
Urea	Saco 50 Kg	500	0,50	250
Magnesamon	Kilo	500	0,72	360
Nitrabor	Saco	100	29,03	2.903
TOTAL				111.500

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

CUADRO No. 4.10
FERTILIZANTES Y ABONOS FOLIARES

Fertilizantes y Abonos foliares	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Fitogrow	Litro	50	32,75	1.637.50
Algas Sea weed extraact	Litro	80	5,20	416
Biol	Litro	100	0,29	29
Kristalon Desarrollo	Kilo	6	7,15	42.90
Kristalon engrose	Kilo	6	7,15	42.90
Kristalon inicio	Kilo	5	7,60	38
Millerflex	Litro	100	18,50	1.850
New fol Calcio	Litro	5	9,20	46
New fol Boro	Litro	5	9,20	46
New Gibb	Sobre 10 g	10	2,13	21.30
Bio solar	Litro	12	6,50	78
Raizal	Kilo	8	9,80	78.4
Acidos húmicos	Litro	100	5,97	597
Cytokin	Litro	50	28,50	1.425
Silikum	Litro	200	10.76	2.152
TOTAL				8.500

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

El presupuesto es de 120.000 dólares para el primer año operativo, considerando las cantidades y los precios unitarios que actualmente tienen estos productos en el mercado.

CUADRO No. 4.11
HERBICIDAS, FUNGICIDAS E INSECTICIDAS

Herbicidas	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Glifosato	Litro	100	7,99	799
Goal	Kilo	30	32,30	969
Paraquat	Litro	10	6,34	63.40
Fungicidas e Insecticidas				
Karate zeon	Litro	10	39.28	392.80
Cekufon	Kilo	50	9,00	450
Clorpirifos	Litro	100	9,75	975
Daconil	Litro	2	14,00	28.00
Lorsban	Litro	3	10.20	30.60
Prelude (rally, letal, score)	Litro	2	80,00	160
Rival (Previcur)	Litro	2	23,50	47
Score	Litro	3	78.20	234.60
Cekudazim	kilo	1	7,60	7.60
TOTAL				4.157

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Edison Prado

Por concepto de fungicidas y herbicidas, para las labores culturales fitosanitarias o de problemas de plagas que atacan a este cultivo, se tiene un presupuesto de 4.157 dólares.

4.6.2. Presupuesto de talento humano para el cultivo

La mano de obra directa se calculó en función a las labores silviculturales que se requieren para el cultivo de las 4 hectáreas de la mencionada fruta. Se consideró un precio promedio de jornal de 10 dólares que es el que actualmente se está pagando en algunos sectores agrícolas de las provincias de la serranía. El número de jornales por actividad silvicultural se consideró en relación a los rendimientos que tiene el talento humano en cada uno de estos. Para el primer año operativo los costos de mano de obra directa son de 19.440 dólares.

CUADRO N° 4.12

MANO DE OBRA DIRECTA PARA EL PRIMER AÑO

Labores culturales	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Adecuación del terreno	Jornales	80	10	800
Preparación del semillero	Jornales	20	10	200
Delineación y trazado	Jornales	100	10	1.000
Hoyado	Jornales	220	10	2.200
Fertilización	Jornales	250	10	2.500
Deshierbas	Jornales	400	10	4.000
Riegos	Jornales	240	10	2.400
Podas	Jornales	220	10	2.200
Controles fitosanitarios	Jornales	250	10	2.500
Cosecha manual	Jornales	74	10	740
Recepción	Jornales	20	10	200
Limpieza selección	Jornales	30	10	300

Tratamiento fitosanitario	Jornales	20	10	200
Empaque y almacenamiento	Jornales	20	10	200
TOTAL		150		19.440

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Edison Prado

La mano de obra indirecta que se requiere para el cultivo de las 4 hectáreas corresponde a asistencia técnica, de un Ing. Agrónomo experto en cultivo de chamburo y los jornales que se describe en el siguiente cuadro. Para el primer año proyectado por el rubro de mano de obra indirecta se tendrá 1.300 dólares.

CUADRO N° 4.13

MANO DE OBRA INDIRECTA (PRIMER AÑO PROYECTADO)

Labores culturales	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Asistencia técnica	Visita	15	50	750
Controles fitosanitarios	jornales	10	10	100
Cosecha	jornales	25	10	250
Almacenamiento	jornales	20	10	200
TOTAL		120		1.300

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

4.6.3. Requerimiento de talento humano para administración

CUADRO N° 4.14

Requerimiento de Talento Humano Administrativo

Requerimiento de personal	Salario unificado mensual	Salario anual
Gerente	1.038,33	12.460
Contadora - secretaria	521.66	6.260
Total	1.560	18.720

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

4.6.4. Requerimiento de talento humano de ventas y distribución

CUADRO N° 4.15

Requerimiento de Talento Humano de ventas

Requerimiento de personal	Salario unificado mensual	Salario anual
Responsable de ventas	886.66	10.640
Agente de ventas - recaudador	521.66	6.260
Total	1.408,33	16.900

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Edison Prado

4.6.5. Presupuesto de herramienta menor

CUADRO N° 4.16

HERRAMIENTAS A UTILIZAR

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Tijeras de podar	5	35,00	175,00
Carretillas	10	25,00	250,00
Azadón	12	8,00	96,00
Palas	12	7,50	90,00
Rastrillos	10	4,00	40,00
Martillos	3	5,66	17,00
Tanques (200 lt)	5	25,00	125,00
Gavetas	77	5,00	385,00
Hoyadoras	12	8,50	102,00
Piola	5	2,00	10,00
Barra	5	35,00	175,00
Palancones	5	7,00	35,00
TOTAL			1.500

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

4.6.6. Equipos de informática

CUADRO No 4.17

EQUIPO INFORMATICO

DETALLE	CANTIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Computadora e impresora	3,00	566,66	1.700,00
Teléfono – fax	1,00	100,00	100,00
Sumadora	1,00	100,00	100,00
TOTAL			1.900,00

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Edison Prado

4.6.7. Muebles y enseres

CUADRO Nº 4.18

MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios ejecutivos	3	1.025	3.075
Sillas Giratorias de escritorio	3	75	225
Salas de star	3	500	1.500
Archivador	2	100	200
TOTAL			6.000

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Edison Prado

CUADRO N° 4.19

VEHICULO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vehículo	1	20.000	20.000
TOTAL		20.000	20.000

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

4.6.8. Presupuesto de construcción civil

CUADRO No. 4.20

CONSTRUCCION CIVIL

Rubros consolidados	Precio unitario asumido
Obras preliminares	1.500
Obras de cimentación	3.800
Estructuras y mamposterías	7.150
Cubierta	6.250
Instalaciones hidrosanitarias y eléctricas	2.650
Acabados en general	4.150
Lastrado de patios de maniobras	2.500
Total	28.000

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Edison Prado

4.6.9. Presupuesto técnico consolidado

CUADRO No. 4.21

PRESUPUESTO TÉCNICO

Concepto de presupuesto	TOTAL
Terreno	45.000
*Construcción Civil	28.000
Herramienta menor	1.500
Equipo de informática	1.900
Muebles – enseres	6.000

Vehículo	20.000
Total	102.400

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

4.6.10. RESUMEN DE INVERSIÓN

ACTIVOS	VALOR	%
Activos fijos	102.400	66.10
Activos pre operativos	2.500	1.61
Capital de trabajo	50.000	32.29
Total	154.900	100,00

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

5.1. FINANCIAMIENTO DE INVERSIONES

El financiamiento que tendrá el proyecto es a través del aporte con recursos propios con un valor de 47.500 dólares, a través de un crédito en el Banco Nacional de Fomento de 107.400 dólares, que es la institución que actualmente tiene la tasa de financiamiento 10%. Los valores se detallan en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 5.1

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

CONCEPTO	FUENTE		
	RECURSOS PROPIOS	CREDITO	TOTAL
ACTIVOS			
1. Activos Fijos			
Terreno	45.000	0	45.000
*Construcción Civil	0.00	28.000	28.000
Herramienta menor	0.00	1.500	1.500
Equipo de informática	0.00	1.900	1.900
Muebles – enseres	0.00	6.000	6.000
Vehículo	0.00	20.000	20.000
2. Capital de Trabajo	0.00	50.000	50.000
3. Activos pre operativos	2.500	0.00	2.500
TOTAL	47.500	107.400	154.900
%	30.66	69.33	100

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Edison Prado

5.2. DEPRECIACIÓN – AMORTIZACIÓN

La depreciación de los activos fijos para los cinco proyectados es de 6.530 dólares anuales. El valor de salvamento es de 24.750 dólares. La amortización de gastos preoperativos tiene un valor constante de 500

dólares. En el siguiente cuadro se muestra los valores que corresponde a cada rubro de los activos fijos.

Los criterios para el cálculo fueron los siguientes:

La Depreciación calculada en base a coeficientes de depreciación según Ley del impuesto a la Renta y su reglamento

VS = Valor en libros que se obtuvo de valor de adquisición - \sum de depreciación

Amortización Anual = Gastos preoperativos / periodo de amortización.

**Cuadro Nº 5.2
DEPRECIACIÓN – AMORTIZACIÓN**

CONCEPTO ACTIVO	COSTO	DEPRECIACION ANUAL					V.S.
		1	2	3	4	5	
Construcción civil	28.000	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	21.000
Herramienta menor	1.500	150	150	150	150	150	750
Equipo de informática	1.900	380	380	380	380	380	0.00
Muebles – enseres de producción	4.000	400	400	400	400	400	2.000
Muebles – enseres de administración	1.000	100	100	100	100	100	500
Muebles – enseres de comercialización	1.000	100	100	100	100	100	500
Vehículo	20.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	0.00
TOTAL DEPRECIACION ANUAL	57.400	6.530	6.530	6.530	6.530	6.530	24.750
		AMORTIZACION					
Amortización Activos Preoperativos	2.500	500	500	500	500	500	0.00
TOTAL AMORTIZACION		500	500	500	500	500	0.00

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

5.3. COSTOS / GASTOS

Para determinar los costos y los gastos se clasifico por la función que desempeñan estos en la empresa; por lo cual se determinó los siguientes costos de producción, gastos de administración, gastos de vender y distribuir y gastos de financiar. Para la proyección se consideró la tasa de inflación del 2009 que fue del 6%; obteniéndose un índice para su cálculo del 1.06.

5.3.1. COSTOS DE PRODUCCION

5.3.1.1. Materiales directos

Por materiales directos se consideró los fertilizantes, insumos que se requiere para el cultivo de las cuatro hectáreas de chamburo. Según las especificaciones técnicas de las labores culturales se requieren de los siguientes fertilizantes y abonos en el ciclo anual.

Cuadro No. 5.3

FERTILIZANTES Y ABONOS

PRODUCTO	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
RF 12-32-16+EM	Saco 125 Kg	520	35,00	18.200
RF 25-5-12+EM	Saco 125 Kg	500	28,50	14.250
RF 12-4-36+EM	Saco 125 Kg	300	32,60	9.780
RF 10-00-24+16	Saco 125 Kg	180	28,50	5.140.8
Tierra Sorb Radicular	Litros	500	14,56	7.280
Tiera Sorb Foliar	Litros	900	10,46	9.414
Aminoquelant Ca	Litros	90	15,20	1.368
Sulfato de Potasio	Saco 50 Kg	1.300	28,56	37.128
Nitrato De Amonio	Saco 50 Kg	50	27,60	1.380
Sulpomag	Saco 50 Kg	60	17,65	1.059
Ecoabonaza	Saco 45 Kg	30	4,04	121.20
Sulfato de Calcio	Saco 50 Kg	300	6,00	1.800
Urfos	Saco 25 Kg	250	2,52	630
Pollinaza	Saco 30 Kg	400	1.09	436
Urea	Saco 50 Kg	500	0,50	250
Magnesamon	Kilo	500	0,72	360
Nitrabor	Saco	100	29.03	2.903
TOTAL				111.500

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

Cuadro No. 5.4

FERTILIZANTES Y ABONOS FOLIARES

Fertilizantes y Abonos foliares	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Fitogrow	Litro	50	32,75	1.637.50
Algas Sea weed extraact	Litro	80	5,20	416
Biol	Litro	100	0,29	29
Kristalon Desarrollo	Kilo	6	7,15	42.90
Kristalon engrose	Kilo	6	7,15	42.90
Kristalon inicio	Kilo	5	7,60	38
Millerflex	Litro	100	18,50	1.850
New fol Calcio	Litro	5	9,20	46
New fol Boro	Litro	5	9,20	46
New Gibb	Sobre 10 g	10	2,13	21.30
Bio solar	Litro	12	6,50	78
Raizal	Kilo	8	9,80	78.4
Acidos húmicos	Litro	100	5,97	597
Cytokin	Litro	50	28,50	1.425
Silikum	Litro	200	10.76	2.152
TOTAL				8.500

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

5.3.1.2. Mano de obra directa.

La mano de obra directa se calculó en función a las labores silviculturales que se requieren para el cultivo de las 4 hectáreas de la mencionada fruta. Se consideró un precio promedio de jornal de 10 dólares que es el que actualmente se está pagando en algunos sectores agrícolas de las provincias de la serranía. El número de jornales por actividad silvicultural se considera en relación a los rendimientos que tiene el talento humano en cada uno de estos. Para el primer año operativo los costos de mano de obra directa son de 19.440 dólares.

Cuadro N° 5.5**MANO DE OBRA DIRECTA PARA EL PRIMER AÑO**

Labores culturales	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Adecuación del terreno	Jornales	80	10	800
Preparación del semillero	Jornales	20	10	200
Delineación y trazado	Jornales	100	10	1.000
Hoyado	Jornales	220	10	2.200
Fertilización	Jornales	250	10	2.500
Deshierbas	Jornales	400	10	4.000
Riegos	Jornales	240	10	2.400
Podas	Jornales	220	10	2.200
Controles fitosanitarios	Jornales	250	10	2.500
Cosecha manual	Jornales	74	10	740
Recepción	Jornales	20	10	200
Limpieza selección	Jornales	30	10	300
Tratamiento fitosanitario	Jornales	20	10	200
Empaque y almacenamiento	Jornales	20	10	200
TOTAL		150		19.440

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

5.3.1.3. Costos indirectos de producción**a. Materiales indirectos**

Los materiales indirectos son los herbicidas, fungicidas e insecticidas que se aplicara en el ciclo de cultivo anual con la finalidad de eliminar las plagas y enfermedades de los árboles en desarrollo. Las

cantidades están sujetas a normativas técnicas que se aplican para el cultivo de esta fruta.

Cuadro No. 5.6
HERBICIDAS, FUNGICIDAS E INSECTICIDAS

Herbicidas	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Glifosato	Litro	100	7,99	799
Goal	Kilo	30	32,30	969
Paraquat	Litro	10	6,34	63.40
Fungicidas e Insecticidas				
Karate zeon	Litro	10	39.28	392.80
Cekufon	Kilo	50	9,00	450
Clorpirifos	Litro	100	9,75	975
Daconil	Litro	2	14,00	28.00
Lorsban	Litro	3	10.20	30.60
Prelude (rally, letal, score)	Litro	2	80,00	160
Rival (Previcur)	Litro	2	23,50	47
Score	Litro	3	78.20	234.60
Cekudazim	kilo	1	7,60	7.60
TOTAL				4.157

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

b. Mano de obra indirecta

La mano de obra indirecta que se requiere para el cultivo de las 4 hectáreas corresponde a asistencia técnica, de un Ing. Agrónomo experto en cultivo de chamburo y los jornales que se describe en el siguiente cuadro. Para el primer año proyectado por el rubro de mano de obra indirecta se tendrá 1.300 dólares.

Cuadro Nº 5.7
DESCRIPCIÓN DE RUBROS DE MANO DE OBRA INDIRECTA
(PRIMER AÑO PROYECTADO)

Labores culturales	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Asistencia técnica	Visita	15	50	750
Controles fitosanitarios	Jornales	10	10	100
Cosecha	Jornales	25	10	250
Almacenamiento	Jornales	20	10	200
TOTAL		120		1.300

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

c. Costos indirectos de producción

Los costos indirectos que se requieren para cultivar las 4 hectáreas de chamburo y que son incurridos en forma directa que contablemente se los denomina costos efectivos y no efectivos. Los efectivos son los que corresponde a los rubros Mano de obra indirecta, materiales indirectos, servicios básicos, los costos no efectivos son los de depreciación. Los valores que corresponden a estos rubros son los siguientes:

Cuadro Nº 5.8
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

CONCEPTO	Años PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
EFFECTIVOS					
Mano de Obra Indirecta	1.300	1.378	1.461	1.548	1.641
Materiales Indirectos (insumos)	4.157	4.406	4.671	4.951	5.248
Servicios básicos	660	700	741	786	833
Subtotal	6.117	6.484	6.873	7.285	7.722
NO EFFECTIVOS					
Depreciación construcción civil	933	933	933	933	933
Maquinaria – equipos	750	750	750	750	750
Muebles – enseres	400	400	400	400	400
Subtotal	2.083	2.083	2.083	2.083	2.083
Total	8.200	8.567	8.956	9.368	9.805

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO: El Autor.

5.3.1.4. COSTOS DE PRODUCCIÓN CONSOLIDADOS

Los costos directos o de producción que tendrá la empresa corresponden a materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de producción u operación. Por el rubro materiales directos para el primer año proyectado se tiene un valor de \$120.000, en el rubro mano de obra directa \$19.440; y en el rubro Costos indirectos de producción 8.200 dólares, teniendo un costo total de 147.640 dólares.

Cuadro N° 5.9
COSTOS DE PRODUCCIÓN

CONCEPTO	Años PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Materiales Directos	120.000	127.200	134.832	142.922	151.497
Mano de obra directa	19.440	20.606	21.843	23.153	24.543
Costos indirectos de producción	8.200	8.567	8.956	9.368	9.805
TOTAL	147.640	156.373	165.631	175.443	185.845
CP/kilog.	0.264	0.256	0.271	0.287	0.303

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor.

5.4. GASTOS

5.4.1. Administrativos

Los gastos administrativos que tendrá el proyecto corresponden al pago de personal es de 18.720 dólares; por servicios básicos 300 dólares, insumos de oficina de 120 dólares, teniéndose un total de 19.140 dólares que representan gastos desembolsables. Los gastos que no representan desembolsos son de 887 dólares y corresponden a depreciación de edificios 167 dólares, depreciación de equipos de informática 120 dólares, 100 que corresponde a depreciación de muebles y enseres, por amortización se tiene un valor de 500 dólares. Por tanto los gastos de administración para el primer año serán de 20.027 dólares, para el quinto año proyectado se tendrá un valor de 25.050 dólares. En el cuadro siguiente se muestran los valores correspondientes.

Cuadro Nº 5.10
GASTOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	Años PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
EFFECTIVOS					
Salarios personal	18.720	19.843	21.034	22.296	23.634
Insumos de oficina	120	127	135	143	151
Servicios básicos	300	318	337	357	378
Subtotal	19.140	20.288	21.506	22.796	24.163
NO EFFECTIVOS					
Depreciación Edificio	167	167	167	167	167
Depreciación Equipos informat.	120	120	120	120	120
Depreciación Muebles – enseres	100	100	100	100	100
Amortización	500	500	500	500	500
Subtotal	887	887	887	887	887
TOTAL	20.027	21.175	22.393	23.683	25.050

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor.

5.4.2. Gastos de vender y distribuir

Los gastos por vender y distribuir para el primer año son de 21.180 dólares que representan por gastos efectivos 20.660 dólares y por gastos que no representan desembolsos 520 dólares. En el quinto año proyectado los gastos de ventas y distribución serán de 27.602 dólares. En el siguiente cuadro se detalla los valores.

Cuadro Nº 5.11
GASTOS DE VENDER Y DISTRIBUIR

CONCEPTO	1	2	3	4	5
1. EFFECTIVOS	20.660	21.900	23.208	24.606	27.082
Salarios Personal	16.900	17.914	18.989	20.128	21.336
Servicios Básicos	360	382	404	429	454
Insumos de oficina	200	212	225	238	252
Promociones	2.000	2.120	2.242	2.382	2.525
Combustible y mant, de vehículo	1.200	1.272	1.348	1.429	1.515
2. NO EFFECTIVOS	520	520	520	520	520
Depreciación de Edificios	300	300	300	300	300
Depreciación de Equipos informática	120	120	120	120	120
Depreciación de muebles - Enseres	100	100	100	100	100
TOTAL (1+2)	21.180	22.420	23.728	25.126	27.602

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

5.4.3. Gastos financieros

Los gastos financieros que tiene la empresa corresponden al crédito de 107.400 dólares obtenidos a través del Banco Nacional de Fomento, a una tasa de interés del 10% y a un plazo de 5 años. Por intereses (Gastos financieros) en el primer año se tendrá 10.740 dólares, para el quinto año 2.148 dólares. Los valores se muestran en el siguiente cuadro.

**Cuadro Nº 5.12
GASTOS FINANCIEROS**

FASE	INVERSIÓN	Años PROYECTADOS				
		0	1	2	3	4
Años						
NIVEL DE PRODUCCIÓN %		90	90	90	90	90
COSTOS DE FINANCIACIÓN		10.740	8.592	6.444	4.296	2.148
TOTAL		10.740	8.592	6.444	4.296	2.148

Años	VALOR DEL PRÉSTAMO	PAGO PRINCIPAL	INTERES	SALDO
0	107.400			
1		21.480	10.740	85.920
2		21.480	8.592	64.440
3		21.480	6.444	42.960
4		21.480	4.296	21.480
5		21.480	2.148	0.00

FUENTE: Investigación directa
ELABORACIÓN: El Autor

5.4.4. GASTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIACIÓN

Los costos de operación y de financiación que tendrá la empresa en su etapa operativa son: para el primer año 199.587 dólares de los cuales por costos directos se tiene 147.640 dólares y por gastos operativos 41.207 dólares, por Costos financieros 10.740. En el quinto año proyectado los costos de operación y financiación son de 240.645 dólares de los cuales 185.845 dólares pertenecen a costos directos, \$52.652 corresponde a gastos operativos, por costos financieros 2.148 dólares.

Cuadro Nº 5.13
COSTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIACIÓN

FASE	Años PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
AÑO					
NIVEL DE PRODUCCIÓN					
Materiales directos	120.000	127.200	134.832	142.922	151.497
Mano de Obra Directa	19.440	20.606	21.843	23.153	24.543
CIP	8.200	8.567	8.956	9.368	9.805
1. Costo de ventas (producción)	147.640	156.373	165.631	175.443	185.845
Gastos de administración	20.027	21.175	22.393	23.683	25.050
Gastos de vender y distribuir	21.180	22.420	23.728	25.126	27.602
2. Gastos Operativos	41.207	43.595	46.121	48.809	52.652
Costos Operativos (1+2)	188.847	199.968	211.752	224.252	238.497
Gastos de Financiar	10.740	8.592	6.444	4.296	2.148
Total Gastos Operativos y No Operativos	199.587	208.560	218.196	228.548	240.645

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

5.5. INGRESOS CONSOLIDADOS PROFORMA

Los ingresos proforma para el primer año que tendrá la empresa de producción y comercialización de chamburo son de 316.800 dólares que corresponden a la venta de 396.000 kilogramos de chamburo a un precio de venta por kilogramo de 0.80 centavos de dólar que reciben los distribuidores de supermercados y fruterías. Para el quinto año proforma los ingresos serán de 392.040 dólares.

Cuadro Nº 5.14
INGRESOS PROFORMA

Años	Kilogramos a vender	Precio kilogramos	Ingresos
1	396.000	0,80	316.800
2	396.000	0.84	332.640
3	396.000	0.89	352.440
4	396.000	0.95	376.200
5	396.000	0.99	392.040

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

5.6. CAPITAL DE TRABAJO – SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA

El saldo de efectivo requerido en caja que necesitará la empresa de producción y comercialización de chamburo en sus años operativos para que sus procesos de producción, administración y no tengan paralizaciones es de 15.747 dólares en el primer año de operación y de 19.875 dólares para el quinto año. El coeficiente de renovación máximo será de 12. Los días de cobertura mínimo son de 30 días. Estos dos indicadores se consideraron en función a operar 360 días del año. Las partidas que serán utilizadas con el saldo de efectivo requerido en caja corresponden a:

- 5.6.1. Materiales directos
- 5.6.2. Mano de obra directa
- 5.6.3. Gastos indirectos de fabricación
- 5.6.4. Gastos generales de administración

Los valores correspondientes a estas partidas se muestran en el siguiente cuadro.

- 1) Días Operativos = 360
- 2) Coeficiente de Renovación: 12
- 3) Días de Cobertura: 30

Cuadro N° 5.15
CAPITAL DE TRABAJO – SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN
CAJA

COSTO/GASTO	DIAS DE COBERTURA	COEFICIENTE DE RENOVACION	AÑOS PROYECTADOS				
			1	2	3	4	5
Materiales Directos	30	12	10.000	10.600	11.236	11.910	12.625
Mano de obra directa	30	12	1.620	1.717	1.820	1.929	2.045
CIP	30	12	683	714	746	781	817
Gastos de Administración	30	12	1.669	1.764	1.866	1.974	2.088
Gastos de vender y distribuir	30	12	1.775	1.868	1.977	2.094	2.300
Saldo de efectivo Requerido en caja			15.747	16.663	17.645	18.688	19.875

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

El capital de trabajo contable que requiere el proyecto para operar sin interrupciones en términos financieros y operativos, tiene que tener los valores proyectados en las diferentes cuentas de activo corriente y pasivo corriente. Los valores se proyectaron en base a comportamiento económico supuesto que tendrá el proyecto.

Cuadro Nº 5.16
CAPITAL DE TRABAJO PROYECTADO

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
ACTIVOS					
ACTIVOS CORRIENTES					
Caja	15.747	16.663	17.645	18.688	19.875
Bancos	60.048	124.699	195.830	275.508	357.573
Cuentas por cobrar	12.303	13.031	13.802	14.620	15.487
Inventario Materiales Directos	10.000	10.600	11.236	11.910	12.625
Inventario Productos en proceso	3.691	3.909	3.140	4.386	4.646
Inventario Productos terminados	6.986	7.398	7.834	8.297	8.787
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	108.775	176.300	249.487	333.409	418.993
PASIVOS					
PASIVO CORRIENTE					
Cuentas por Pagar	15.000	15.900	16.854	17.865	18.937
TOTAL PASIVO CORRIENTE	15.000	15.900	16.854	17.865	18.937
CAPITAL DE TRABAJO	93.775	160.400	232.633	315.554	400.056

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

El activo corriente proyectado para el primer año es de 108.775 dólares, y un pasivo corriente de 15.000 dólares, lo que da como resultado un capital de trabajo de 93.775 dólares. Para el segundo año proyectado el capital de trabajo es de 160.400, para el tercer año es de 232.633, para el cuarto de 315.554 y para el quinto 400.056 dólares.

5.7. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias proforma que tiene la empresa de producción y comercialización de chamburo cultivando las 4 hectáreas programadas se obtienen una utilidad bruta en ventas en el primer año de 169.160 dólares, una utilidad operativa de 127.953 dólares, lo que origina una utilidad antes de Impuestos de 99.331 dólares. En este primer año después de descontar participación de utilidades a trabajadores e impuesto a la renta se genera una utilidad neta de 15.596 dólares. Para el quinto año proyectado la utilidad operativa será de 153.543 dólares y una utilidad neta de 96.515 dólares. Los valores de los otros años se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro Nº 5.17
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Ingreso por ventas	316.800	332.640	352.440	376.200	392.040
Menos costo de producción	147.640	156.373	165.631	175.443	185.845
Utilidad Bruta	169.160	176.267	186.809	200.757	206.195
Menos gastos operativos	41.207	43.595	46.121	48.809	52.652
Utilidad Operacional	127.953	132.672	140.688	151.948	153.543
Costos Financieros	10.740	8.592	6.444	4.296	2.148
Utilidad Antes de Participación	117.213	124.080	134.244	147.652	151.395
15% Participación de Utilidades	17.882	18.612	20.136	22.148	22.709
Utilidad antes de impuestos	99.331	105.468	114.108	125.504	128.686
Impuesto a la Renta (25%)	24.833	26.367	28.527	31.376	32.171
Utilidad Neta	74.498	79.101	85.581	94.128	96.515
Utilidad no repartida (reservas)	7.450	7.910	8.558	9.413	9.651

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

5.8. PUNTO DE EQUILIBRIO

En base al programa operativo proforma y a los presupuestos de ingresos y egresos totales se procedió a determinar el punto de equilibrio o producción mínima económica que tendrá la empresa de producción y comercialización de chamburo en los cinco años proyectados. El punto de equilibrio en el primer año proforma es de 97.279 dólares; para el segundo año de 98.466 dólares, para el tercer año 99.160 dólares, para el cuarto año 99.447 dólares y para el quinto año proyectado 104.182 dólares.

$$PE_s = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

CF = Costos Fijos
CV = Costos Variable
V = Valor de ventas

Cuadro Nº 5.18
PUNTO DE EQUILIBRIO

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Ingreso por ventas	316.800	332.640	352.440	376.200	392.040
Costos Totales	199.587	208.560	218.196	228.548	240.645
Costos Variable	147.640	156.373	165.631	175.443	185.845
Costos fijos	51.947	52.187	52.565	53.105	54.800
Punto de equilibrio \$	97.279	98.466	99.160	99.447	104.182
EN MILES DE KILOGRAMOS					
Capacidad Instalada	420.000	420.000	420.000	420.000	420.000
Capacidad operativa	396.000	396.000	396.000	396.000	396.000
Capacidad utilizada	94.28	94.28	94.28	94.28	94.28
Punto de equilibrio	121.599	117.221	111.416	104.681	105.234
<u>Operación Programada</u> Punto de Equilibrio	3.25	3.37	3.55	3.78	3.76

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

5.9. FLUJO DE CAJA PROFORMA

Aquí se puede determinar las entradas y salidas de efectivo que realizará la empresa en los cinco años. En el primer año el saldo final de caja es de 60.048 dólares, para el quinto año proyectado este valor se ha incrementado a 82.065 dólares. A esto se le debe agregar el valor de salvamento o en libros del último año que es de 24.750 dólares; lo que se tiene un flujo de caja de 382.323 dólares.

Cuadro Nº 5.19
FLUJO DE CAJA

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS						V.S
	0	1	2	3	4	5	
A. INGRESOS OPERACIONALES							
Ingresos por ventas		316.800	332.640	352.440	376.200	392.040	
B. EGRESOS OPERACIONALES							
Costos de producción		147.640	156.373	165.631	175.443	185.845	
Gastos de administración		20.027	21.175	22.393	23.683	25.050	
Gastos de vender y distribuir		21.180	22.420	23.728	25.126	27.602	
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)		127.953	132.672	140.688	151.948	153.543	
D. INGRESOS NO OPERACIONALES							
Aporte Propio	47.500						
Crédito BNF	107.400						
Depreciación de Activos Fijos		6.530	6.530	6.530	6.530	6.530	
Amortización Activos Diferidos		500	500	500	500	500	
Valor remanente en libros							24.750
Total ingresos no operacionales	154.900	7.030	7.030	7.030	7.030	7.030	24.750
E. EGRESOS NO OPERACIONALES							
Pago de Intereses		10.740	8.592	6.444	4.296	2.148	
Pago de Crédito BNF		21.480	21.480	21.480	21.480	21.480	
Pago de Participación Utilidades		17.882	18.612	20.136	22.148	22.709	
Pago de Impuesto a la Renta		24.833	26.367	28.527	31.376	32.171	
Adquisición de Activos Fijos	102.400						
Activos Preoperativos	2.500						
Capital de trabajo	50.000						
Total egresos no operacionales	154.900	74.935	75.051	76.587	79.300	78.508	
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	0.00	(67.905)	(68.021)	(69.557)	(72.270)	(71.478)	
G. FLUJO NETO GENERADO		60.048	64.651	71.131	79.678	82.065	24.750

(C-F)							
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0.00	0.00	60.048	124.699	195.830	275.508	357.573
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)		60.048	124.699	195.830	275.508	357.573	382.323

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

5.10. FLUJO NETO DE EFECTIVO

El flujo neto de efectivo (Entradas de efectivo menos salidas de efectivo) que tiene el proyecto en su fase de inversión y operacional son: En la fase operativa por concepto de ingresos operativos se tiene un valor de 134.983 dólares; una salida total de efectivo de 74.935 dólares, lo que origina un saldo neto de efectivo de 60.048 dólares. El saldo acumulado de efectivo en el quinto año proyectado es de 357.573 dólares. El valor de salvamento o remanente en el último año es de 382.323 dólares como muestra el siguiente cuadro.

**Cuadro Nº 5.20
FLUJO NETO DE EFECTIVO**

FASE	INVERSIÓN	AÑOS PROYEVTADOS					V.S
		0	1	2	3	4	
AÑO	0	1	2	3	4	5	V.S
NIVEL DE PRODUCCION							
ENTRADAS DE EFECTIVO							
1. Recursos Financieros propios	47.500						
2. Recursos Financieros BNF	107.400						
3. Utilidad operativa		127.953	132.672	140.688	151.948	153.543	
4. Depreciación		6.530	6.530	6.530	6.530	6.530	
5. Amortización		500	500	500	500	500	
6. Valor remanente en libros							24.750
Total entradas de efectivo	154.900	134.983	139.702	147.718	158.978	160.573	24.750
SALIDA DE EFECTIVO							
1. Activos fijos	102.400						
2. Activos preoperativos	2.500						
3. Capital de trabajo	50.000						
4. Costos financieros		10.740	8.592	6.444	4.296	2.148	
5. Pago de capital (crédito)		21.480	21.480	21.480	21.480	21.480	
6. Impuestos		42.715	44.979	48.663	53.524	54.880	
Total salida en efectivo	154.900	74.935	75.051	76.587	79.300	78.508	
Entradas Menos Salidas de Efecto	0.00	60.048	64.651	71.131	79.678	82.065	24.750
Saldo Acumulado de efectivo	0.00	60.048	124.699	195.830	275.508	357.573	382.323

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

5.11. BALANCE PROFORMA

En el balance proforma se puede encontrar la posición financiera que tendrá la empresa en su fase de inversión y operacional. En el balance se determina que en el primer año los activos corriente son de 108.775 dólares; en activos fijos 95.870 dólares y en activos diferidos 2.000 dólares; teniendo un total de activos de 206.645 dólares. En pasivos corrientes en este mismo año se tendrá 15.000 dólares, en pasivo a largo plazo 85.920 dando un total de pasivos 100.920 dólares. En patrimonio y capital 105.725 dólares lo que origina un total de pasivos más patrimonio de 206.645 dólares. El balance proforma para los cinco años considerados en el análisis, se muestra en el siguiente cuadro.

**Cuadro Nº 5.21
BALANCE PROFORMA**

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS					
	Pre operacional	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja		15.747	16.663	17.645	18.688	19.875
Bancos	50.000	60.048	124.699	195.830	275.508	357.573
Cuentas por cobrar		12.303	13.031	13.802	14.620	15.487
Inventario Materiales Directos		10.000	10.600	11.236	11.910	12.625
Inventario de productos en proceso		3.691	3.909	3.140	4.386	4.646
Inventario de productos terminados		6.986	7.398	7.834	8.297	8.787
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	50.000	108.775	176.300	249.487	333.409	418.993
No depreciable						
Terreno	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000
Depreciable						
Edificios	28.000	26.600	25.200	23.800	22.400	21.000
Herramienta menor	1.500	1.350	1.200	1.050	900	750
Equipos de informática	1.900	1.520	1.140	760	380	0.00
Muebles y enseres	6.000	5.400	4.800	4.200	3.600	3.000
Vehículo	20.000	16.000	12.000	8.000	4.000	0.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	102.400	95.870	89.340	82.810	76.280	69.750
ACTIVOS DIFERIDOS						
Activos Preoperativos	2.500	2.000	1.500	1.000	500	0.00
TOTAL ACTIVOS PREOPERATIVOS	2.500	2.000	1.500	1.000	500	0.00
TOTAL ACTIVOS	154.900	206.645	267.140	333.297	410.189	488.743
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Cuentas por Pagar		15.000	15.900	16.854	17.865	18.937
TOTAL PASIVO CORRIENTE		15.000	15.900	16.854	17.865	18.937
Pasivo de Largo Plazo	107.400	85.920	64.440	42.960	21.480	0.00
TOTAL PASIVOS	107.400	100.920	80.340	59.814	39.705	18.397
PATRIMONIO						
Capital Social	47.500	23.777	99.789	179.344	266.943	364.180
Reservas		7.450	7.910	8.558	9.413	9.651
Utilidad Neta		74.498	79.101	85.581	94.128	96.515
TOTAL DE PATRIMONIO	47.500	105.725	186.800	273.483	370.484	470.346
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	154.900	206.645	267.140	333.297	410.189	488.743

FUENTE: Investigación directa
ELABORACIÓN: El Autor

5.12. ÍNDICES DEL BALANCE

5.12.1. Índice de solvencia

$$\text{Índice de Solvencia} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Índice de Solvencia} = \frac{108.775}{15.000} = 7.25$$

El índice demuestra que la empresa dispondrá de \$ 7.25 para pagar \$1 de deuda a corto plazo.

5.12.2. Índice de liquidez

La empresa tendrá una capacidad de \$ 5.87 para pagar \$ 1,00 de deuda a corto plazo.

$$\text{Índice de Liquidez} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Índice de Liquidez} = \frac{108.775 - 20.677}{15.000} = 5.87$$

5.12.3. Respaldo de activos fijos

$$\text{Respaldo de activos fijos} = \frac{\text{Activo fijo neto}}{\text{Deuda a largo plazo}}$$

$$\text{Respaldo de activos fijos} = \frac{95.870}{107400} = \mathbf{0.89}$$

La empresa tendrá un respaldo de activos fijos de 0.89.

5.13. RESULTADOS OPERACIONALES

Los indicadores analizados son:

5.13.1. Rentabilidad

La gestión realizada por el proyecto fue ordenado mediante los indicadores de rentabilidad para tener una referencia del valor o porcentaje de utilidad que genera la empresa

$$\text{Rentabilidad sobre ventas} = \frac{\text{Utilidades}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Rentabilidad sobre ventas} = \frac{169.169}{316.800} = 53.39\%$$

El proyecto generará el 53.39% de rentabilidad sobre las ventas totales.

5.13.2. Rentabilidad operativa

Este indicador señala que la empresa tiene en el primer año el 40.38% de rentabilidad operativa.

$$\text{Rentabilidad operativa} = \frac{\text{Utilidades operativas}}{\text{Ingresos por ventas}}$$

$$\text{Rentabilidad operativa} = \frac{127.953}{316.800} = 40.38\%$$

5.13.3. Índice de rendimiento neto en ventas

Este indicador señala el rendimiento neto de ventas que tendrá la empresa que es de 23.51%

$$\text{Indice de rendimiento neto en ventas} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ingresos por ventas}}$$

$$\text{Indice de rendimiento neto en ventas} = \frac{74.498}{316.800} = 23.51\%$$

5.14. EVALUACION FINANCIERA

5.14.1. CALCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD DE LA INVERSION (CK)

El costo de capital del proyecto considero, la inversión total y sus Fuentes de financiamiento. Para su cálculo se consideró la descripción del capital es decir de la inversión inicial del proyecto, la tasa de ponderación, obteniéndose el valor ponderado que luego se divide para 100. Para su cálculo se utilizó el siguiente procedimiento:

**Cuadro Nº 5.22
COSTO DE OPORTUNIDAD**

DETALLE	ESTRUCTURA	% DE COMPOSICION	TASA DE RENDIMIENTO	VALOR PONDERADO
Inversion Financiada	107400,00	69,34	10	6,93
Inversion Propia	47500,00	30,66	4,8	1,47
TOTAL INVERSION	154900,00	100,00		8,41

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

$$CK = 840.56/100 = 8.4\%$$

El costo de oportunidad (CK) es del 8.4%. Para darle al proyecto un riesgo mayor se tiene un CK del 10%. La tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) del proyecto será igual a 8.4%. Mas el premio al riesgo de la inversión que para proyectos agrícolas es del 6% que equivale al 14.4%. Es decir que la tasa interna de retorno debe superar al costo de oportunidad y a TMAR, para que el proyecto sea factible desde este punto de vista.

5.14.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

“El criterio de análisis debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos los flujos netos que genera el proyecto en relación a la inversión inicial actualizada a la misma tasa”

Cuadro N° 5.23
VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJOS NETOS	TRM= 14,4%	Flujos Netos Actualizados
0	154900,00		
1	60.048	1,1441	52484,92
2	64.651	1,3090	49390,94
3	71.131	1,4976	47497,09
4	79.678	1,7134	46503,16
5	106.815	1,9603	54489,44
			250365,54
VAN	95466		

$$VAN = - \text{Inversión Inicial} + \sum FCN_{(i)}$$

Donde:

FCN = Flujo de Caja Neto Proyectado

i = Tasa de redescuento (10%)

n = Tiempo de proyección (5 años)

$$VAN_{(10\%)} = -I_0 + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -154.900 + 250.365$$

$$VAN = 95.466$$

El Valor Presente Neto del proyecto a una tasa de interés (i) o redescuento del 10%, rinde el 10% anual en términos constantes y en adición generara una rentabilidad en unidades monetarias actuales de \$ 95.4665 por lo que se justifica la inversión del proyecto desde éste punto de vista financiero.

5.14.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Con los datos obtenidos en el cuadro de flujos netos de efectivo se procedió a calcular la TIR, considerando la inversión inicial del proyecto y aplicando la siguiente ecuación:

$$TIR = - P + FCN_{(i)} = 0$$

El cálculo de la TIR será igual a

$$P = \sum FCN_{(i)}$$

$$0 = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$TIR = 19,31\%$$

La “i” que satisface la ecuación es 0.3560 que equivale a una TIR de 19,31% del proyecto. Interpretando el resultado se tiene, que la inversión de \$154.900 invertido en el proyecto generan una rentabilidad anual del 19,31%

que supera al costo de oportunidad (CK= 8.4 %) en 10,91% y al TMAR (14.4%) en 4,9 %.

5.14.4. PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION (PRI)

Para determinar el periodo de recuperación de la inversión se consideró los Flujos Netos de Efectivo producidos por la empresa, actualizados a una tasa de redescuento del 14.4% en relación a la inversión inicial que requiere el proyecto.

$$PRI = \sum FCN_{(10\%)} = \text{Inversión Inicial}$$

Cuadro Nº 5.23

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

AÑO	Flujo de Efectivo Actualizado	Flujos Netos Acumulados
0	-154900	
1	60048	60048
2	64651	124699
3	71131	195830
4	79678	275508
5	106815	382323
		382323

CÀLCULO TIEMPO DE RECUPERACION DE LA INVERSION:

Suma flujos netos	382323,00	2	Años
Total de inversión	154900,00	X	

0,810

2 años,
8 meses

5.14.5. RELACION BENEFICIO / COSTO

La relación beneficio / costo del proyecto considerando una tasa de redescuento del 10% es el cociente que resulta de dividir los Flujos de Caja Netos proyectados actualizados a la tasa de interés manifestada y dividida para la inversión inicial del proyecto. La ecuación usada es la siguiente:

$$R\ B/C = \frac{\sum FNE_{(10\%)}}{\text{Inversión Inicial}}$$

Cuadro Nº 5.24

RELACION BENEFICIO / COSTO

años	Ingresos	Ingresos actualizados	Egresos	Egresos Actualizados
1	316800	276899	199587	174449
2	332640	290744	208560	182292
3	352440	308050	218196	190714
4	376200	328817	228548	199762
5	392040	342662	240645	210336
SUMA		1547172		957553

COSTO/BENEFICIO 1547172,45
957552,66

C/B 1,62

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

Al aplicar la ecuación se obtiene que el B/C de 1.62 que el proyecto es atractivo desde este punto de vista, con un retorno de 1.62 por cada dólar invertido.

RESUMEN DE INDICADORES FINANCIEROS

Indicadores	Valor	Criterios
VAN	95466	Viable
TIR	19,31%	Rentable
COSTO BENEFICIO	1,62	Factible
TRM	14,41%	Factible
PERIODO DE RECUPERACION	2 años, 8 meses	Viable

CAPÍTULO VI

6. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

6.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

La empresa a implantarse será una unidad económica de producción y comercialización del chamburo en estado maduro con la finalidad de ofertar productos de acuerdo a las exigencias del mercado y satisfacción de los clientes.

6.2. NOMBRE DE LA EMPRESA

El nombre o denominación de la Empresa será: **PRADO – MONTÚFAR Cía Ltda.** Estará ubicada en el Cantón Montufar, sector San José, y tiene como objetivo desarrollar las actividades económicas de producción y comercialización de chamburo y sus derivados, de modo eficiente y rentable en un marco institucional basado en las normas legales de funcionamiento.

6.3. PROYECTO DE ESTATUTO DE LA EMPRESA

SEÑOR NOTARIO.

En el protocolo de Escrituras Públicas a su cargo, sírvase incorporar una de Constitución de Compañía Limitada de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- OTORGANTES.- Comparecen a la celebración de la siguiente escritura los señores Edison Andrés, Danny Rolando, Wilson Fernando y Darwin Prado Jiménez, Mayores de edad, de nacionalidad ecuatoriana, todos domiciliados en San Gabriel, Provincia del Carchi, quienes declaran

libre y voluntariamente su intención de constituir una Compañía de Responsabilidad Limitada, que se registrará por las Leyes Ecuatorianas y los Estatutos que constan a continuación:

ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA "CÍA. LTDA."

Artículo primero.- Nombre.- La Compañía tendrá la denominación de "**PRADO – MONTÚFAR Cia Ltda**" y durará cincuenta años contados a partir de su inscripción en el Registro Mercantil, pudiendo prorrogarse por un período igual o disolverse antes del plazo convenido por causa legal o cuando así los decidiera la Junta General de Socios.

Artículo Segundo.- Domicilio.- La compañía es de nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal será la ciudad de San Gabriel, provincia del Carchi, pudiendo ~ establecer sucursales en uno o varios lugares dentro o fuera de la República.

Artículo Tercero,- OBJETO SOCIAL.- La compañía tendrá como objeto social realizar actividades de producción y comercialización de chamburo, comercialización y exportación, importación de insumos y maquinaria especializada, para el cumplimiento de sus actividades podrá celebrar toda clase de actos y contratos permitidos por las leyes, que tenga relación con el objeto social, también podrá realizar cuantas operaciones comerciales, industriales o financieras que se relacionen con sus fines y objetivos, comprar y vender inmuebles y en general realizar toda de comercio. La compañía podrá adquirir acciones o participaciones de compañías constituidas o a constituirse que tengan un objeto social igual o complementario.

Artículo Cuarto.- CAPITAL SOCIAL.- El capital, social de la compañía es de CUARENTA Y SIETE MIL DÓLARES, dividido en cuarenta y siete participaciones de un mil dólares cada una, integralmente suscrito y pagado por los socios, parte de en numerario, y el saldo a pagarse en un año plazo, de acuerdo al detalle contante en la cláusula de integración de capital de estos estatutos y por lo que se expedirán de inmediato los certificados de aportación respectivos, con sujeción a la Ley de Compañías Vigente.

Artículo Quinto.- Todas las participaciones gozarán de iguales derechos.- por cada participación de un mil dolores, el socio tendrá derecho a un voto.- Los beneficios de la Compañía se repartirán a prorrata de la participación social pagada por cada socio, hechas que fueran las deducciones para el fondo de reserva legal y las otras previstas por leyes especiales.

Artículo Sexto.- En el certificado de aportación de cada uno de los socios se deberá hacer constar su carácter de NEGOCIABLE y el número de participaciones que por su aporte le corresponden.

Artículo Séptimo.- Para que los socios cedan sus participaciones así como la admisión de nuevos será necesario el consentimiento unánime del capital social y .cumplirse los requisitos puntualizados en el Art. 115 de la Ley de Compañías para la cesión.

Artículo Octavo.- La compañía estará gobernada por la Junta General de Socios y administrada por el Presidente y Gerente General, quienes tendrán la facultades, .derechos y obligaciones fijados por la ley y los estatutos.

Artículo Noveno.- JUNTA GENERAL.- La Junta General legalmente convocada y reunida es el órgano supremo de la Compañía con amplios poderes para resolver todos los asuntos relacionados a los negocios sociales y para tomar las decisiones que juzgue conveniente en defensa de la misma.

Artículo Décimo.- CLASES DE JUNTAS.- Las Juntas Generales serán ordinarias y extraordinarias.- Las Juntas Generales Ordinarias se reunirán una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico para tratar los asuntos puntualizados en la Convocatoria.

Artículo Décimo Primero.- Las Juntas Extraordinarias se reunirán en cualquier época en que fueren convocadas y para tratar los asuntos puntualizados en la Convocatoria.

Artículo Décimo Segundo.- Tanto las Juntas Ordinarias como las Extraordinarias se reunirán en el domicilio principal de la Compañía, salvo lo dispuesto en el Art.280 de la Ley de Compañías vigente, referente a las Juntas Universales.

Artículo Décimo Tercero.- CONVOCATORIAS.- Las Juntas Generales serán convocadas con diez días de anticipación, por lo menos al día fijado para la reunión y por medio de una comunicación firmada por el Presidente y/o Gerente General o por quienes hagan sus veces, la que deberá indicar a más de la fecha, el día, la hora, el lugar y el objeto de la reunión.

Artículo Décimo Cuarto.- Podrá convocarse a reunión de Junta General, por simple pedido del o de los socios que completen por lo menos el diez por ciento del capital social, para tratar los asuntos que indique en su petición.

Art. Décimo Quinto.- JUNTAS UNIVERSALES.- No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la Junta General quedará válidamente constituida en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, siempre que éste presente todo el capital social y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, aceptan por unanimidad la celebración de la Junta.

Artículo Décimo Sexto.- CONCURRENCIA.- Para que la Junta General pueda instalarse a deliberar y considerarse válidamente constituida en primera convocatoria, será necesario que los socios asistentes representen más de la mitad del capital social,- La Junta General se reunirá en segunda convocatoria con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.

Artículo Décimo Séptimo.- Los socios podrán concurrir a las reuniones de la Junta General personalmente o por medio de un representante.- La representación convencional se conferirá con carácter especial para cada Junta, mediante carta poder dirigida al Gerente General de la Compañía o mediante poder notarial general o especial.- No podrán ser representantes convencionales los administradores de la compañía.

Artículo Décimo Octavo.- Salvo disposición contraria de la Ley.- las resoluciones se tomarán por mayoría de votos de los socios presentes.- los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

Artículo Décimo Noveno.- DIRECCIÓN Y ACTAS.- Las Juntas Generales serán dirigidas por el Presidente de la Compañía o por quien lo estuviere reemplazando; si así se acordare en ese momento por un socio elegido para el efecto por la misma Junta El acta de las deliberaciones y acuerdos de las Juntas Generalas llevarán las firmas del Presidente y del Secretario de las Junta, función esta que será

desempeñada por el Gerente General o por quien le estuviere reemplazarlo, o por un secretario ad-oh que nombre la junta en ese momento.

Artículo Vigésimo.- Si la Junta fuere universal, el acta deberá ser suscrita para todos los asistentes.- Las actas se llevarán en la forma determinada en el artículo 22 del Reglamento de Juntas Generales.

Artículo Vigésimo Primero.- ATRIBUCIONES DE LA JUNTA.-
Corresponde a la Junta General de Socios, las siguientes atribuciones:

a) Designar presidente y gerente general por el período de dos años, pudiendo ser reelegidos indefinidamente, el Presidente deberá ser socio de la compañía, el Gerente podrá ser Socio o no.

b) Autorizar al Gerente General todo acto o contrato que sobrepase DIEZ MIL DE DÓLARES AMERICANOS.

c) autorizar al Gerente General la compra-venta y constitución de gravámenes de bienes inmuebles.

d) removerlos por mayoría de votos del capital concurrente y por causas legales.

e) aprobar las cuentas y los balances que presente el Gerente.

f) resolver acerca de la forma de reparto de utilidades líquidas y realizadas y capitalización de reservas.

g) acordar aumentos del capital social.

h) resolver acerca de la fusión, transformación y disolución de la Compañía.

i) en general las demás atribuciones que le concede la ley vigente.-

Artículo Vigésimo Segundo: DEL PRESIDENTE.- El presidente durara cinco años en su cargo, pero podrá ser indefinidamente reelegido.- Para ser presidente se requiere ser socio de la Compañía.- sus funciones se prorrogaran hasta ser legalmente remplazado, sin perjuicio de lo previsto por el art. 136 reformado de la Ley de Compañías.

Artículo Vigésimo Tercero.- ATRIBUCIONES DEL PRESIDENTE,- Son atribuciones del presidente:

a) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones y acuerdos de la Junta General.

b) Presidir las sesiones de la Junta General.

c) Suscribir conjuntamente con el Gerente General los Certificados de Aportación y las actas de la Junta General,

d) Subrogar al Gerente en caso de ausencia, falta o impedimento de este.

e) Supervigilar las operaciones de la marcha económica de la Compañía.

f) En general las demás atribuciones que le confiere la Ley, estos Estatutos y la Junta General.- en caso de ausencia, falta o impedimento temporal o definitivo del presidente le subrogará la persona que designe la Junta General.

Artículo Vigésimo Cuarto.- DEL GERENTE GENERAL.- El gerente general es el representante legal de La Compañía en tocto acto judicial y

extraordinario y gozará de las facultades constantes en la Ley.- durará cinco años en su cargo, pero podrá ser indefinidamente reelegido y no requiere ser socio de la compañía.- sus funciones se prorrogarán hasta ser legalmente reemplazado.

Artículo Vigésimo Quinto.- ATRIBUCIONES DEL GERENTE GENERAL.- Son atribuciones del Gerente General:

- a)** acta como secretario de las Juntas Generales.
- b)** Convocar a las Juntas Generales.
- c)** Organizar y dirigir las dependencias de la Compañía.
- d)** Suscribir conjuntamente con el presidente los Certificados de Aportación y las Actas de la Junta General.
- e)** Suscribir todo acto o contrato hasta dos millones de dólares y en adelante con autorización de la Junta General.
- f)** Intervenir en la compra-venta, hipoteca de inmuebles, con autorización de la Junta General.
- g)** Cuidar y hacer que se lleven los libros de contabilidad y llevar por sí mismo el libro de actas.
- h)** Presentar cada año a la Junta General una memoria razonada acerca de la situación de la Compañía, acompañada del balance y de la cuenta de pérdidas y ganancias.
- i)** Informar a la Junta General cuando se le solicite o lo considere necesario o conveniente acerca de la situación administrativa y financiera de la Compañía.

j) Obligar a la Compañía sin más limitaciones que las establecidas por la ley y estos estatutos sin perjuicio de lo que se halla dispuesto en el Art.12 de la Ley de Compañías.

k) Ejercer todas las funciones que le señalare la Junta General; y además todas las que sean necesarias y convenientes para el buen funcionamiento de la Compañía.

Artículo Vigésimo Sexto.- REPRESENTACIÓN LEGAL.- La representación legal de la Compañía tanto judicial como extrajudicialmente la tendrá el Gerente General y se extenderá a todos los asuntos relacionados con su giro en operaciones comerciales y civiles, con las limitaciones establecidas por la Ley y los Estatutos.

Artículo Vigésimo Séptimo.- De las utilidades líquidas y realizadas de la compañía se asignará anualmente el cinco por ciento para constituir el Fondo de Reserva hasta que este Fondo alcance el cincuenta por ciento del capital social.

Artículo Vigésimo Octavo.- UTILIDADES.- las utilidades obtenidas en cada ejercicio anual se distribuirán de acuerdo con la ley y una vez realizadas las deducciones previstas por las leyes especiales, las necesarias para constituir el fondo de reserve legal.- El ejercicio anual de la compañía se contará del primero de Enero al 31 de Diciembre de cada año.

Artículo Vigésimo Noveno.- son causa de la disolución anticipada de la Compañía, todas las que se hallen establecidas en la ley y en la resolución de la Junta General, tomada con sujeción a los preceptos legales.

Artículo Trigésimo.- En caso de disolución y liquidación de la Compañía, no habiendo oposición entre los socios, asumirá las funciones de liquidador, el Gerente General de haber oposición a ello la Junta General nombrará uno o más liquidadores y señalará sus atribuciones y deberes.

Artículo Trigésimo Primero.- El capital de CUARETNA Y SIETE MIL DÓLARES ha sido íntegramente suscrito por los socios y ha sido pagado parte, es decir el cincuenta por ciento en numerario y el saldo a un año plazo de acuerdo al siguiente cuadro.

De conformidad con el cuadro anterior, los socios poseen las siguientes participaciones:

Artículo Trigésimo Segundo.- DISPOSICIÓN TRANSITORIA.- Se facultad al señor Doctor para que solicite a la Superintendencia de Compañías la aprobación de la escritura de constitución y para la práctica de todas las diligencias para su perfeccionamiento con sujeción la Ley de Compañías vigente y también para que convoque a la primera Junta General que será por él presidida.

Artículo Trigésimo Tercero.- Respeto a la fiscalización de la compañía la Junta General, nombrará un Comisario que podrá ser socio o no.

Artículo Trigésimo Cuarto.- En todo lo que no estuviere previsto en estos estatutos se sujetará la Compañía a la Ley de Compañías y demás disposiciones vigentes que sean pertinentes.

Ud. señor Notario se dignará agregar las demás cláusulas de estilo.

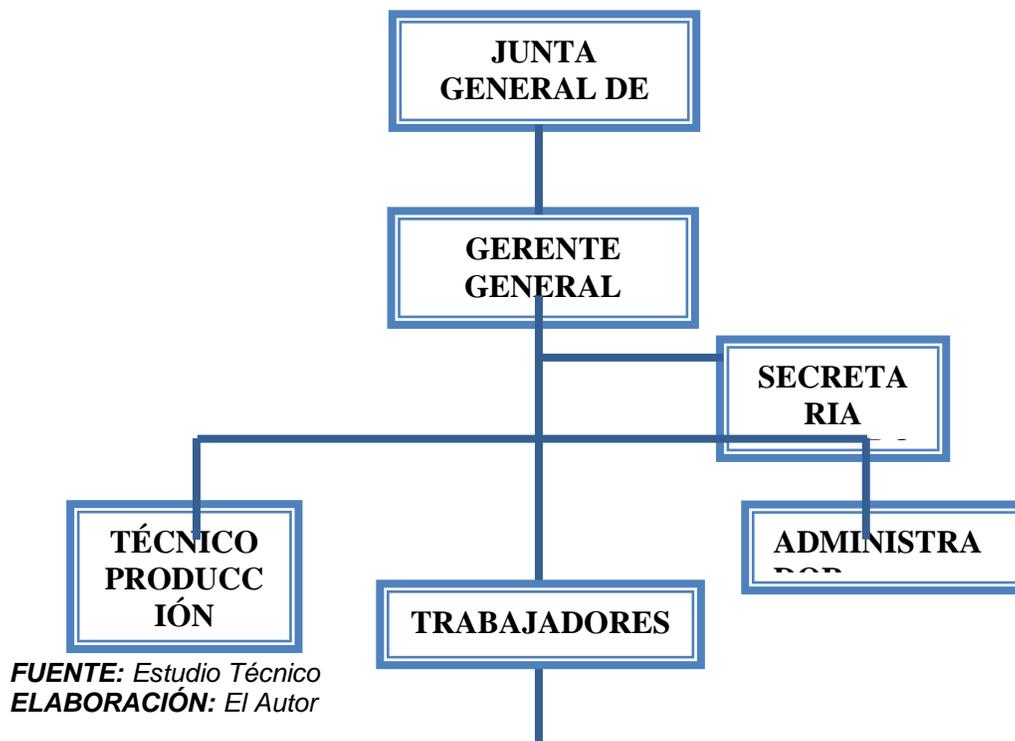
6.4. ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

6.4.1. Organigrama Estructural

El organigrama estructural para administrar la empresa **PRADO – MONTUFAR SA**, está proyectado por los sistemas de organización o funciones, cada uno de los cuales representan un cargo o puesto. Su estructura permite conocer las relaciones que existen entre los diversos puestos de la empresa y en cada sección o departamento.

En la figura se presenta la organización matricial propuesta para la empresa **PRADO – MONTUFAR SA**.

Figura Nº 6.1
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA
PRADO – MONTUFAR SA.



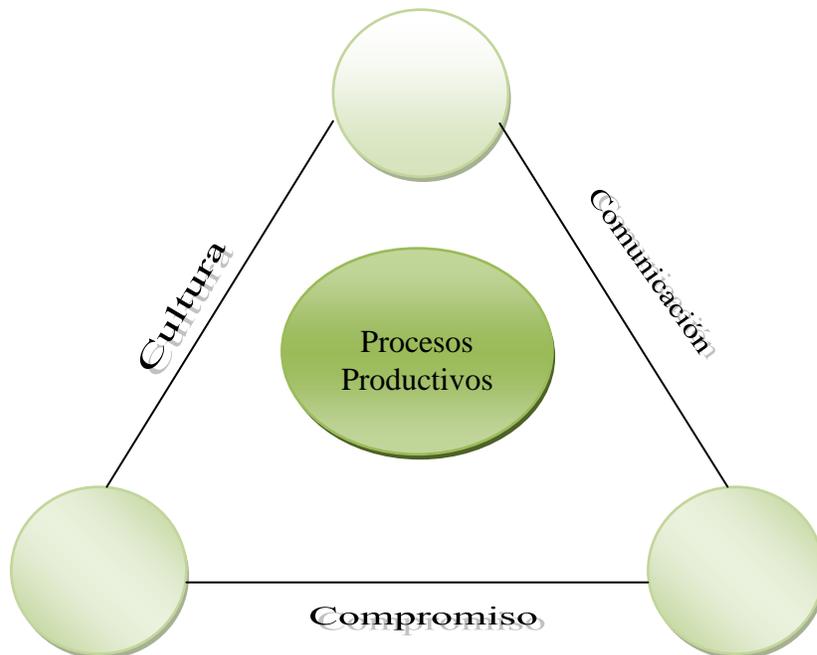
6.4.2. Logro de la calidad en los procesos

Para obtener una administración eficiente, eficaz y efectiva de los recursos disponibles de la empresa, se basará una estructura sistemática cuyo objetivo será minimizar los defectos a través de estrategias de mejoramiento continuo. Previo a la estructura de una cultura de calidad para que los procesos, permitan:

a) Comunicación y compromiso

Una comunicación directa entre directivos y personal. Un compromiso del personal para con la empresa. La figura N° 2 muestra las bases para que los procesos sean productivos

Figura N° 6.2
Procesos Productivos



FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: El Autor

Para que el plan de administración sea productivo deberá prepararse planes de calidad para definir:

- Asignación específica de responsabilidades en la estructura organizativa de la empresa y el proceso de calidad.
- Procedimientos, métodos e instrucciones específicas del proceso.
- Preparación de hojas de procesos, de control y seguimiento.
- Métodos de evaluación del proceso de calidad
- Planear la calidad relacionando los aspectos de insumos, procesos y productos finales.

b) Calidad y Competitividad

La calidad y competitividad será el paradigma de “excelencia” de los productos chamburo y humus que comercializara la empresa, para posicionarse y persuadir satisfactoriamente a sus clientes principales de la provincia del Carchi, además de empresas que industrializan esta fruta no tradicional. La calidad tendrá que ser administrada, innovada en todos los procesos y en toda la organización.

Para tener calidad será necesario cumplir con los requisitos técnicos de los procesos operativos que exige el mercado local y nacional, para este tipo de cultivo a sus proveedores y administrativos en relación a cumplimiento de metas de entrega de producto a la empresa, por tanto será importante mantener: las relaciones internas con proveedores / clientes, administrar en términos de costo / beneficio, inversión / rentabilidad, calidad en el diseño de las operaciones, los productos, lo que asegurará las ventas de la empresa.

La calidad deberá empezar en el mercado, lo que conducirá a establecer los verdaderos requisitos de los productos. Al haber determinado la necesidad el mercadeo, se deberá definir el sector y la demanda del mercado para que el

chamburo esté acorde al precio, calidad, tiempo de entrega, que requieren los clientes.

Para determinar los requisitos de los clientes, en términos de expectativas será importante recolectar datos y análisis de los clientes empleando métodos de encuestas casi – cuantitativos proporcionando variables que coadyuven a la calidad de los productos.

c) Calidad en todas las funciones

Para que la empresa **PRADO – MONTÚFAR SA.** Sea competitiva, será importante que las diferentes funciones de la organización tengan un lenguaje común para el mejoramiento de la calidad, para lo cual se aplicará rigurosas técnicas, normas, políticas, acciones para que promuevan la administración de calidad y planear estratégicamente para tener la participación en el mercado.

El enfoque de calidad y competitividad, será las metas de la organización en todos sus niveles. El enfoque se centrará en el desarrollo que se requiere para minimizar los defectos y resolver problemas de calidad.

El compromiso y la comunicación fomentarán la eficacia y efectividad en toda la organización. Las técnicas y los sistemas de control serán importantes como requisito principal, basado en el trabajo en equipo en todos los niveles.

d) Políticas de calidad

El requisito fundamental será implementar políticas de calidad firmes respecto a la calidad y su implantación en los procesos operativos y de mercado. El contenido de la política deberá darse a conocer a todos los empleados y proveedores.

La preparación e implantación de una filosofía apropiada de políticas de calidad junto a una supervisión continua, harán que se minimice costos y se

maximicen las utilidades de la empresa. El aplicar las políticas de calidad será la responsabilidad de la gerencia para lo cual ésta deberá ser planeada en forma sistemática y de procesos continuos.

e) Cultura, habilidades, compromisos y comprensión

Las actitudes y las habilidades de cada empleado será necesario para lo cual se capacitará al personal para:

E = Evaluar, la situación y definir objetivos

P = Plan para alcanzar los objetivos

H = Hacer o implantar los planes

V = Verificar que los objetivos sean alcanzados

C = Conseguir, tener acciones correctivas.

La cultura de hacer bien, cero errores, compromiso a corto y largo plazo para el mejoramiento será planeado sobre la base de la organización, en todos los niveles, incluyendo a los clientes internos y externos (proveedores, clientes finales o industriales). El reconocimiento del sistema será responsabilidad de la administración, para lo cual será necesario capacitar el personal, eliminando las barreras en los procesos operativos y administrativos, para lo cual las comunicaciones y el trabajo en equipo serán los medios.

Este enfoque sistemático de administración enfoca los siguientes propósitos de la organización:

6.4.3. Misión

Brindar a nuestros clientes una fruta (chamburo) maduro de excelente calidad a través de personal altamente calificado y que predomine servicios competitivos

6.4.4. Visión

Para el año 2017 ser una empresa líder en la producción y comercialización de chamburo en la región Norte, aplicando tecnologías de punta, mejoramiento continuo en cada uno de sus procesos, orientando siempre al mejoramiento de la imagen de la empresa.

6.4.5. Objetivos estratégicos

- a. Lograr una integración efectiva y eficaz de su producto con los clientes y las empresas que demandan e industrializan el producto que propone; que serán de hoy en adelante el mercado meta objetivo de la empresa
- b. Implementar disciplinas administrativas económicas financieras de marketing con el propósito de alcanzar mayor competitividad, confianza y credibilidad de los clientes en la región norte.
- c. Alcanzar una participación en el mercado de producción del chamburo en las provincias de Imbabura, Pichincha y Carchi.
- d. Incorporar tecnologías de punta en los procesos de producción del chamburo con la finalidad de obtener productos de calidad y satisfacción de los clientes a la vez minimizar costos por tanto tener precios competitivos
- e. Contar con un equipo de trabajo con altos valores empresariales, empoderamiento. Sinergia y compromiso con la misión y visión de la organización
- f. Desarrollar e implementar metodologías de medición de la gestión de la organización, para transformar la declaración de la misión y la visión en metas operativas de actuación por medio de las cuales se pueda medir el avance de la organización

6.4.6. Políticas

Respecto a las políticas que deberá tomar la empresa son:

- a. Diseñar y ejecutar planes de mejoramiento continuo de los procesos agrícolas que implemente la empresa.
- b. Desarrollar programas que faciliten el crecimiento cualitativo de los procesos de producción y comercialización en relación a las nuevas tecnologías para incorporarles a los procesos de la empresa.
- c. Dotar de ambientes de trabajo que fomente la creatividad innovación constante de las estructuras organizacionales planas, horizontales flexibles para impulsar procesos de empoderamiento y crear una constante cultura de trabajo en equipo, propiciando el reconocimiento anual a las innovaciones e investigaciones que constituyan aportes para el desarrollo de los procesos de la empresa

6.4.7. VALORES DE LA ORGANIZACIÓN

Los miembros de la empresa han de observar:

- a) Responsabilidad social
- b) Calidad de los productos
- c) Ética profesional
- d) Trabajo en equipo
- e) Solidaridad
- f) Respeto mutuo

6.4.8. Factores organizacionales

Se desarrollará un enfoque sistemático para administrar en forma planeada e integrada que apunte a cumplir la misión y visión de la empresa:

6.4.8.1. Las actividades relacionadas con los clientes / proveedores serán.

- a) Capacitar al personal para que conciba las relaciones cliente – proveedor, eliminando barreras de comunicación.
- b) Fundamentar la calidad orientada al cliente
- c) Tener requisitos rápidos dirigido a mejorar las relaciones cliente – proveedores.

6.4.8.2. Alianzas estratégicas con proveedores y clientes.

- a) Hacer acuerdos con los proveedores de materia prima del sector, lo que conllevara a tener un sustento de materia prima continua y sostenible.
- b) Negociar adecuadamente los parámetros de entrega – recepción de materia prima con el portafolio de proveedores de la empresa.
- c) Establecer parámetros de pago a proveedores.
- d) Establecer procedimientos de revisión y requisitos especificados.
- e) Consolidar el portafolio de proveedores.
- f) Dimensionar las operaciones de recepción de materia prima en el desarrollo del proceso operativo de la empresa.
- g) Establecer metas con los proveedores.

6.4.8.3. Estrategias con clientes:

- a) Promociones continuas
- b) Satisfacción de clientes

- c) Comunicación permanente con clientes
- d) Atención al cliente en forma personalizada
- e) Hacer alianzas estratégicas con clientes corporativos
- f) Buscar lealtad en todos los segmentos de los clientes
- g) Aplicar planes de marketing – mix

6.5. ESTRATEGIAS DE MARKETING PROPUESTAS

6.4.1. Estrategias de precio

- a) Los precios no serán mayores que la competencia, para tener un mayor posicionamiento en el mercado.
- b) Se establecerán precios competitivos, además el valor del producto serán menores para mayoristas.

6.4.2. Estrategia del producto

- c) Brindar un producto de calidad para garantizar la producción obtenida de los consumidores en sus diferentes cultivos.
- d) La apertura de una página Web, en la cual se describirá la empresa, las bondades del producto.
- e) El producto tendrá un control de calidad tener así evitar y corregir daños, en la fruta y producto final promover el sinónimo de excelencia y calidad a través de la empresa y que no existan pérdidas económicas para la empresa.
- f) Evaluar las necesidades del mercado para poder cumplir con la demanda oportunamente.

6.4.3. Estrategia de publicidad

- g) Llevar a cabo una campaña publicitaria a través de los diferentes medios de comunicación que tengan aceptación e ingreso a los consumidores, para incentivar la compra de productos nativos.
- h) Escuchar las sugerencias de los futuros clientes ya que estos son la razón de ser de la microempresa, y además son el mejor medio de publicidad.
- i) Hacer conocer a nuestro alrededor los beneficios derivados a partir del consumo del chamburo.
- j) Elaborar crípticos y hojas volantes con las características y beneficios del producto y su expendio.

6.5. FUNCIONES ADMINISTRATIVAS

Figura Nº 6.3



FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

6.6 ESTRUCTURA DE FUNCIONES ADMINISTRATIVAS

La figura N° 3 muestra cómo estarán integradas las tareas o funciones administrativas (sistema) en categorías que conlleven a los resultados de satisfacción al cliente y dar a la empresa resultados económicos rentables. El principio de las funciones administrativas será. Planificar, organizar, ejecutar y evaluar – supervisar – retroalimentar estableciendo el modelo de “administración por competencias”. Las competencias que ayudarán a cumplir las funciones administrativas son:

a) Competencia en la Comunicación:

- Comunicación directa
- Comunicación formal
- Negociación
- Consenso

b) Competencia para Planeación – administración

- Elaborar documentos de información para analizar y resolver problemas.
- Planear, organizar, ejecutar
- Administrar tiempos
- Presupuestos – administrar los recursos

c) Competencia de trabajo en equipo

- Formación de equipos
- Creación de cultura organizacional, de calidad
- Manejo de equipos

d) Competencia en la acción estratégica

- Analizar la situación actual
- Estructurar escenarios (tendencial, deseado, probable)

- Adoptar ejes estratégicos, programas, proyectos.
- Aplicar acciones estratégicas
- e) Competencia en el manejo de Recursos Humanos.**
 - Integridad – ética, liderazgo
 - Capacidad de liderazgo – energía
 - Equilibrio de exigencias laborales
 - Desarrollo del personal
 - Capacitación continua.

Estas competencias gerenciales administrativas fundamentarán la: Planeación, organización, dirección, control y cumplir los objetivos de la organización.

6.7 REQUISITOS PARA SU FUNCIONAMIENTO

Para su funcionamiento la empresa **PRADO – MONTÚFAR SA.** Cumplirá con los siguientes requisitos:

6.7.1. Obtención del RUC

Para obtener el R.U.C. se recurre a las oficinas del S.R.I., en este caso de la provincia del Carchi con los siguientes documentos:

- a) Copia certificada de la escritura de constitución.
- b) Resolución de la Superintendencia de Compañías.
- c) Nombramiento del Gerente.
- d) Copia de la cédula de identidad del Gerente.

Luego de presentar estos documentos la oficina llena los formularios que corresponde y posteriormente entregan el documento de la obtención del R.U.C.

Después de esto inmediatamente se tiene que mandar a elaborar las facturas en una imprenta autorizada por el S.R.I. y se tienen que hacer un

sello para los diferentes trámites en los que debe incurrir la empresa ya que está enmarcada en el plano jurídico. Este sello debe tener los siguientes datos: Razón Social, R.U.C. y dirección.

6.7.2. Obtención de la patente municipal

Para obtener la Patente Municipal se debe pedir el formulario para la declaración del inicio de la actividad y los siguientes documentos:

- a) Copia del R.U.C.
- b) Autorización e inscripción del R.U.C.
- c) Nombramiento del gerente.
- d) Copia de la cédula y certificado de votación del Gerente.
- e) Copia certificada de la escritura de constitución de la empresa.

6.7.3. Obtención del número patronal del IESS

Para esto es necesario presentar los siguientes documentos:

- a) Tres avisos de entrada por cada trabajador.
- b) Dos avisos de entrada por el representante legal.
- c) Copia de la cédula de identidad del representante legal y los trabajadores.
- d) Copia certificada de la escritura pública.
- e) Nombramiento del Gerente de la empresa.

Luego de esto entregan el número patronal con el cual todos los empleados y personal administrativo tienen derecho a los beneficios que posee el I.E.S.S.

6.7.4. Obtención de la matrícula de comercio

Para la matrícula de comercio se necesita seguir los siguientes pasos:

- a) Copia certificada de la escritura de constitución.
- b) Nombramiento del representante legal.
- c) Dos fotos tamaño carnet del gerente.
- d) Valor de afiliación según capital indicado en la escritura.

6.8. MANUAL DE FUNCIONES

6.8.1 Gerente

a) Funciones:

Tendrá la función de representar legalmente a la empresa, y ser responsable de la coordinación administrativa, operativa y financiera de la empresa, definirá y hará cumplir políticas y normas para el buen funcionamiento de la institución.

Evaluar y aprobar los informes mensuales, trimestrales y anuales del Técnico responsable, elaborará planes de capacitación, presupuesto anual, planificaciones, estrategias de acción a corto, mediano y largo plazo, dará a conocer a las unidades correspondientes las metas a cumplirse, así como cumplir y hacer cumplir las disposiciones de la ley dentro de la empresa y su entorno, y administrar de forma eficiente y efectiva los recursos de la empresa.

b) Perfil de los aspirantes:

- Estudios superiores en administración de empresas
- Experiencia en gerencia o administración de empresas, de al menos 2 años

- Tener experiencia en la estructuración de una empresa
- Manejar paquetes informáticos relacionados al cargo

c) Requisitos del cargo

- Tener cualidades y anhelos de superación personal
- Poseer buen don de servicio
- Creativo en sus labores diarias
- Agilidad para la toma de decisiones
- Experiencia en el trato a clientes y personal de trabajo.

6.8.2 Técnico de Producción

a) Funciones:

El cargo estará ocupado por un profesional en el área agrícola o afines y sobre todo que tenga conocimiento sobre el manejo y explotación del cultivo.

La persona a ocupar el cargo deberá desempeñar las siguientes funciones:

Poner en consideración de la gerencia alternativas para el mejoramiento de la eficiencia de los procesos productivos y calidad del producto, coordinar y facilitar la provisión oportuna de materia prima, administrar la bodega de materiales e insumos (manejo eficiente de stock), elaborar presupuestos de materiales, insumos y personal para la producción, coordinar el adecuado almacenamiento de la producción, así como también realizar el seguimiento respectivo a nivel de campo, para supervisar el cumplimiento estricto y cabal de las actividades previstas para cumplir metas y propuestas de la empresa.

Asimismo será responsable de efectuar reuniones de coordinación, planificación, ejecución con los trabajadores para programar y orientar actividades agrícolas para que se cumplan en forma eficiente dichas actividades.

b) Perfil de los aspirantes:

- Estudios superiores en Agronomía o a fines
- Tener al menos 2 años de experiencia en la actividad
- Experiencia en el trato y manejo de personal.

c) Requisitos del cargo:

- Tener ética moral y profesional, anhelos de superación personal
- Poseer buena iniciativa de trabajo para poder como planificar, organizar y ejecutar la producción continua de la hortaliza
- Agilidad para la toma de decisiones y facilidad para realizar y proporcionar informes de producción mensualmente, anualmente o cuando el gerente lo requiera.

6.8.4 Secretaria Contadora

a) Funciones:

Ejercerá funciones como entregar informes contables mensuales, semestrales y anuales, asumir el control de la documentación y custodia de archivo, ejecutar y controlar las actividades contables, realizar los roles de pago mensuales del recurso humano de la empresa y realizar el pago correspondiente al personal y proveedores, también deberá poseer un buen don de servicio para con los demás y amplio espíritu de trabajo en equipo ser dinámica y creativa.

También será encargada de la atención a los trabajadores, llamadas telefónicas, proveedores, clientes y elaborar comunicaciones internas y externas.

b) Perfil de los aspirantes:

- Estudios superiores en Secretaria y Contabilidad
- Tener al menos 2 años de experiencia en la actividad
- Experiencia en el trato y manejo de personal.

c) Requisitos del cargo:

- Tener ética moral y profesional, anhelos de superación personal
- Poseer buena iniciativa de trabajo, para planificar, organizar y ejecutar la producción continua de la fruta.
- Agilidad para la toma de decisiones y facilidad para realizar y proporcionar informes de producción mensualmente, anualmente o cuando el gerente lo requiera.
- Reunir las competencias generales y específicas de acuerdo al cargo.

6.9 GESTIÓN EMPRESARIAL

La empresa **PRADO – MONTUFAR SA.** Realizará una actividad económica apegada a los siguientes objetivos:

- Desarrollar actividades factibles de modo eficiente y rentable
- Realizar dicha actividad en el marco institucional de relaciones legales, con criterio flexible.
- Los costos deben tener una rentabilidad que cubra los gastos, costos, asegure el desarrollo de la empresa y tenga sostenibilidad institucional de gestión.
- Tomar decisiones en todos los aspectos técnico, económico, jurídico, organizativo, administrativo.

Los elementos constitutivos que aplicará la empresa son:

- a) Aplicar 3 funciones claves como:
- Herramienta para tomar buenas decisiones;
 - Planeamiento estratégico, la administración operativa-financiera y el marketing estratégico.
 - Mejorar un sistema de información; para tener un margen permanente, y elementos de juicio para la toma de decisiones.

Este tipo de información será:

- a) Operativa
- b) Legal
- c) Tecnológica
- d) Administrativa
- e) Económica Financiera

6.10 SUPERVISIÓN Y CONTROL

A fin de tener un seguimiento permanente de la marcha de la empresa se aplicara los elementos y tipo de control.

- Control administrativo o de gestión
- Control Operacional

Las características del control serán:

- Control permanente
- Control integral
- El control como un núcleo y no un fin
- El principio de concepción

- Existencia de estándares o normas de comparación.

Las Áreas Básicas de Control serán:

- Controles de Producción
- Operaciones productivos
- Calidad y estándares
- Flujo de Procesos
- Calificación de personal y puesto de halago
- Tiempos y métodos de Operación
- Mantenimiento de Equipo

6.10.1 CONTROLES ADMINISTRATIVOS

- a) Procesos Funciones reales y formales
- b) Calificación del personal
- c) Diagramas de procesos
- d) Marketing- Ventas
- e) Volumen de ventas
- f) Tipos de productos estacionales
- g) Volumen de ventas estacionales
- h) Precio de productos
- i) Ventas por clientes
- j) Territorio – Localización de mercado
- k) Vendedores
- l) Utilidades
- m) Costo de ventas

6.10.2 CONTROLES FINANCIEROS – ECONÓMICOS – CONTABLES

- a) Estado contable – financiero

- b)** Contabilidad de costos
- c)** Auditoría Interna y Externa
- d)** Estado de caja
- e)** Utilidades
- f)** Presupuestos

CAPÍTULO VII

ANÁLISIS DE IMPACTOS

7.1. HERRAMIENTA DE VALIDACIÓN DE IMPACTOS POSITIVOS

La herramienta metodológica para validar los impactos positivos y negativos, que posiblemente generará la empresa de producción y comercialización del chamburo, es a través de la construcción de matrices. Esta metodología tiene en común parámetros de validación de la siguiente manera:

Cuadro 7.1
Valoración de Impactos

Valoración cualitativa	Valoración cuantitativa
Muy alto	5
Alto	4
Medio	3
Bajo	2
Muy bajo	1
Indiferente	0

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

Estos valores al ser medidos los impactos pueden ser positivos o negativos según la magnitud y la medición subjetiva aplicada. Para sistematizar la evaluación se procedió a elaborar matrices para cada uno de los impactos.

7.2. MEDICIÓN DE IMPACTOS

Los impactos positivos que generará el proyecto en forma hipotética, pero tangibles de medir cuando ponga en acción las capitulaciones realizadas en los componentes del mismo y son

principalmente de carácter interno a la empresa de producción y comercialización del chamburo, son los siguientes:

7.2.1. Impacto Económico

Cuadro N° 7.2

Matriz de Impacto Económico

Indicadores	1	2	3	4	5
- Ingresos por servicios			x		
- Beneficio / Costo de operación			x		
- Mantener la operación de producción de chamburo.		x		x	
- Márgenes de rentabilidad			x		
- Revalorización de la operación					
- Remuneración a personal operativo.					
Total	0	2	9	8	0

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

$$\text{nivel de impacto economico} = \frac{\text{sumatoria}}{\text{numero de indicadores}}$$

$$\text{nivel de impacto economico} = \frac{19}{6} = 3.16$$

El valor cuantitativo de este impacto es de 3.16 que significa impacto positivo “Medio”

Este impacto es beneficioso y el más significativo para la microempresa porque la inversión ejecutada tendrá los reportes de rentabilidad esperados. Se aspira una rentabilidad operativa que maximiza las utilidades planeadas en las diferentes áreas organizacionales (administración, operativo, finanzas). Los flujos de fondos por conceptos de ventas del chamburo en estado maduro superan en forma significativa los costos y gastos que

requiere la empresa por lo tanto le da una alta valoración económica a la organización. Se destaca que la empresa tendrá mayor seguridad y menor riesgo en la inversión que se requiere para implementar el proyecto. Su efecto externo puede ser cuantificable mediante la aportación de la empresa hacia el crecimiento del producto interno bruto PIB; indicador que es el más significativo desde el punto de vista macroeconómico.

7.2.2. Impacto Social

Los impactos sociales que generará el proyecto son internos y externos. Los internos están representados por el mejoramiento económico y de calidad de vida del personal o talento humano que laborará en la misma. Otro indicador importante social es el aseguramiento de puestos de trabajo, salarios y beneficios sociales que tienen el recurso humano de la empresa. El impacto social externo es el chamburo maduro de óptima calidad y satisfacción. Se pretende que la empresa sea la líder en esta actividad y por lo tanto generará un mejoramiento social.

Cuadro N° 7.3
Matriz de Impacto Social

Indicadores	1	2	3	4	5
- Mejoramiento del nivel de vida		x			
- Salarios y beneficios sociales			x		
- Mejoramiento de trabajo en equipo		x			
- Desarrollo de la empresa			x		
- La satisfacción de los clientes que adquieren chamburo de óptima calidad.				x	
- Cultura empresarial de producción y comercialización.				x	
Total	0	4	6	8	0

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

$$\text{nivel de impacto social} = \frac{\text{sumatoria}}{\text{numero de indicadores}}$$

$$\text{nivel de impacto social} = \frac{18}{6} = 3$$

La calificación cuantitativa de este impacto es de 3 que significa impacto positivo “medio”.

7.2.3. Educativo – Cultural

El impacto positivo en el ambiente educativo – cultural tiene las siguientes hipótesis sujetas a valoración.

Cuadro N° 7.4
Matriz de Impacto Educativo - Cultural

Indicadores	1	2	3	4	5
- Cultura de trabajo en equipo			x		
- Aprendizaje de nuevas tecnologías				x	
- Acceso a la capacitación			x		
- Mejoramiento continuo de procesos				x	
- Cultura organizacional					x
- Enfoque sistemático de gestión empresarial				x	
- Interrelación de habilidades y aprendizajes en la operación y administración de empresas de producción del chamburo.				x	
Total	0	0	6	16	5

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

$$\text{nivel de impacto educativo} = \frac{\text{sumatoria}}{\text{numero de indicadores}}$$

$$\text{nivel de impacto educativo} = \frac{27}{9} = 3.86$$

La calificación cuantitativa de este impacto es de 3.86 que significa impacto positivo “medio”. Que significa un aporte a la educación y cultura del personal que trabaje en la organización; los indicadores de la matriz son los más significativos al analizar este impacto.

En el ámbito externo el impacto educativo cultural tendrá que ver con la estructura holística del proyecto que puede servir como una guía de todos los indicadores de la matriz.

7.2.4. Impacto comercial o de mercadeo

Cuadro N° 7.5

Matriz de Impacto Comercial o de Mercado

Indicadores	1	2	3	4	5
- Demanda de sus productos			x		
- Mercado meta fijo				x	
- Precios acorde a la oferta y demanda			x		
- Canales de marketing apropiados			x		
- Fijación de mercado				x	
- Mejorar los procesos de producción del chamburo		x	x	x	
- Aumentar la oferta de producción del chamburo verde.				x	
- Mejoramiento de los productos					
- Validación de los productos					
Total	0	2	12	16	0

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

$$\text{nivel de impacto comercial} = \frac{\text{sumatoria}}{\text{numero de indicadores}}$$

$$\text{nivel de impacto comercial} = \frac{30}{9} = 3.33$$

El valor cuantitativo de este impacto es de 3.33 que significa impacto positivo “Medio”

Este impacto es positivo y de validación para la implementación de la empresa ya que ofertará productos de mejor calidad por las características

de la producción, por la atención al cliente, sus precios razonables lo que causa un impacto positivo en el desarrollo del sector de la Provincia del Carchi y la Región Norte.

Los indicadores propuestos en este componente describen las relaciones de mercado que podrán tener con relación a la operatividad de la organización. Esta validación es una de las más importantes para el desarrollo económico, social y cultural de este sector económico.

Al establecer los niveles de impactos en el económico, social, educativo-cultural y comercial o mercado el promedio general de los impactos es de 3.33 que corresponde al aspecto positivo en cuanto a la creación y funcionamiento de la empresa de producción y comercialización de chamburo; lo cual refuerza a la evaluación de los impactos mediante la aplicación de la matriz de Leopold, cuyo valor de equilibrio es de 98 por la línea positiva y negativa, configurando en cero.

7.2.5. Impacto ambiental

La evaluación de impactos ambientales (EIA) identificó y cuantificó los posibles impactos negativos y positivos o beneficios que podrán suscitarse a futuro en la medida que se desarrolle la presente propuesta y dirigir acciones para lograr la optimización de los beneficios y mitigarlos al máximo posible los impactos negativos.

Siendo la empresa **PRADO – MONTÚFAR SA.** Un proyecto de producción agrícola se considera las ocho bases de análisis ambiental en relación; desde la vinculación del proyecto con el uso y la gestión de recursos

naturales que se van a emplear hasta el destino de los residuos que se han de eliminar en las operaciones silviculturales de la empresa.

**Cuadro N° 7.6
MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL**

Indicadores	1	2	3	4	5
- Efectos al recurso suelo y ecosistemas.		x			
- Desechos líquidos – sólidos			X		
- Afectación al aire desde el punto de vista físico – químico, biológico	X		X		
- Compuestos orgánicos volátiles	X		x		
- Fallas en las labores silviculturales	X				
- Uso de maquinaria agrícola e implementos		x			
- Reacciones con los asentamientos humanos del sector					
- Materia orgánica biodegradable					
Total	3	4	9		

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El Autor

$$\text{nivel de impacto ambiental} = \frac{\text{sumatoria}}{\text{numero de indicadores}}$$

$$\text{nivel de impacto ambiental} = \frac{16}{8} = 2.00$$

El valor cuantitativo de este impacto es de 2.25 que significa impacto positivo “Medio”

Los impactos ambientales positivos que tendrá el proyecto como efecto de su operación agrícola son: factores socioeconómicos involucrados específicamente, de territorialidad como objetivo de tener territorios competitivos y propender el desarrollo local. Otro eje importante de impacto

positivo es la asociatividad, con las principales empresas industrializadoras del chamburo, tales como: Nestlé, Pronaca, etc. como herramienta para el desarrollo de la Región Norte. Otro impacto significativo es el desarrollo local, el aprovechamiento de los suelos aptos para el cultivo del chamburo generando mejores niveles de competitividad territorial agropecuaria, agroindustrial y de ventas así como del mercado meta.

Representación del crecimiento económico del sector agrícola especialmente del cultivo del chamburo del cantón Montufar, la Equidad y la Sustentabilidad ambiental.

El proyecto involucra una cadena de generación de utilización de los recursos naturales como, ecosistema (suelo, seres vivos) a fin de alcanzar un desarrollo sustentable del sector agrícola y un equilibrio entre su uso y la gestión de cada uno de los involucrados (comerciantes de este producto) que conduzcan al logro de los objetivos trazados en los ejes del proyecto.

Cadena de Valor del chamburo.- El alcance de los actores involucrados en el proceso productivo del chamburo dentro de la cadena implica una importancia que abarca los siguientes aspectos:

a. Importancia Económica

- Aporte de divisas al Estado a través de las exportaciones
- Creación de microempresas agrícolas de las parroquias del cantón Montufar.
- Fuentes de ingresos para la empresa PRADO-MONTUFAR SA.
- Fuentes de ingresos para otros actores de las cadena como jornaleros, transportistas, comerciantes, comisariatos, micro negocios, ente otros.

b. Importancia Social

- Empleo directo al personal que laborará en la empresa
- Fuentes de empleos indirectos en los procesos de abastecimiento de insumos y comercialización del producto final.

c. Importancia Ambiental

- Adaptabilidad de la agricultura a varios pisos climáticos.
- Baja dependencia de agroquímicos.
- Posibilidad de utilizar en forma sustentable y sostenible el recurso suelo y medio ambiente del sector.

Tradicionalmente el abanico de actores involucrados en la cadena productiva tradicional de productos agrícolas no se ha considerado al pequeño productor agrícola que ha sido el menos beneficiado de la rentabilidad que genera este importante sector, debido principalmente a limitantes como la tecnificación, canales de comercialización directa y el corto alcance de las iniciativas planteadas por parte de las instituciones estatales competentes. Es así como en años no se han encontrado mecanismos eficientes de aplicación de políticas que tomando en consideración literalidades productivas del cantón Montufar impulso del sector, agrícola, las condiciones del mercado local o internacional. Es en este sentido que se plantea una reorientación en la aplicación de incentivos al sector agrícola del cantón a través del proyecto que tiene como finalidad el impulso a la producción y comercialización del chamburo en estado maduro y vínculos de asociatividad con empresas industrializadoras, con procesos agroindustriales con tecnología de punta de modo que incrementan las posibilidades de manejo local e incremento de ingresos a los actores directos que en este caso es PRADO –MONTUFAR SA.

Bajo este enfoque se plantea la cadena productiva del chamburo que servirá para superar las limitaciones en cuanto a producción, tecnificación y comercialización, obteniéndose canales de beneficio directo para los pequeños agricultores que se integran a esta empresa.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

- ❖ El diseño del estudio de factibilidad permitió observar algunas situaciones con respecto al mercado, al carácter técnico y a los aspectos financieros, por lo que se concluye haber alcanzado tanto el objetivo general como los objetivos específicos.
- ❖ Del diagnóstico situacional efectuado se logró determinar que en el Cantón Montufar, provincia del Carchi, se dan las condiciones agro-económicas suficientes como para implantar una empresa de producción y comercialización de chamburo, debido a que son muy pocos agricultores dedicados al cultivo y comercialización de esta fruta exótica. Además, el mercado de frutas brinda la oportunidad de entrar a competir y posicionar a la nueva empresa de producción y comercialización de chamburo.
- ❖ La empresa a constituirse abre una nueva alternativa de producción tecnificada de chamburo y logrará diversificar la producción de frutas en esta importante zona agrícola del país.
- ❖ Con el diagnóstico realizado se pudo evidenciar la preferencia de los consumidores por productos autóctonos. Así en la época moderna son muchos los consumidores nacionales y extranjeros que prefieren frutas en estado natural.
- ❖ La empresa a implantarse, indudablemente, contribuirá al crecimiento de nuevos mercados, que en esta época de globalización tanto los mercados internos como los mercados

externos amplían sus fronteras comerciales, bien se puede incursionar en ellos y aportar a su crecimiento con un producto autóctono y de diferentes características nutricionales como es el chamburo.

- ❖ El desarrollo del estudio de mercado permitió demostrar la existencia de una demanda potencial insatisfecha bastante elevada misma que alcanza los 3'122.701 Kilogramos para el año 1, de esta demanda potencial insatisfecha el proyecto captará 396.000 Kilogramos a partir del año 1 como tamaño o capacidad productiva, cantidad que fácilmente puede ser captada por la nueva empresa a constituirse, de acuerdo con los recursos proyectados a utilizar. Esta parte del estudio realizado nos proporcionó valiosa información relacionada a la demanda, oferta, precios y formas de comercialización de este tipo de producto y lograr la satisfacción de los posibles clientes.
- ❖ Al analizar la propensión por la demanda de esta fruta, según los datos obtenidos por las encuestas aplicadas a potenciales consumidores, se determina que aproximadamente un 51 % de las provincias de Carchi, Imbabura y Quito, tienen preferencia por el consumo del chamburo, lo que evidencia la oportunidad que tiene el presente proyecto.
- ❖ Según el estudio de mercado realizado, se logró determinar dos tipos de mercados meta para el chamburo: uno de ellos es el mercado de consumidores finales que pueden hacerse del producto en tiendas y supermercados para consumo natural o elaborar dulces y postres como complementos de la dieta alimenticia. La segunda categoría de mercado meta es que puede ser comercializada esta fruta en el sector artesanal, micro y medianas empresas cuyo fin será elaborar derivados de frutas, así como también a grandes empresas que elaboran mermeladas y otros derivados en base a frutas.

- ❖ Por el lado de la oferta, se logró determinar que el cultivo y comercialización de chamburo es sumamente limitada en la provincia del Carchi, ya que según datos del MAGAP tan solo se registran 1.5 hectáreas de este cultivo, dando un total aproximado al año de 90.000 kilogramos de esta fruta, comercializados especialmente en mercados de la ciudad de Quito.

- ❖ Del análisis económico-financiero del proyecto se pudo evidenciar que la empresa se manejará con una inversión inicial de \$ 154.900, el valor actual neto fue de 95.466 dólares, la tasa interna de retorno del proyecto resulto de 19,31 %, el costo beneficio de 1,62 dólares y un período de recuperación de la inversión de 2 años, 8 meses, lo cual permite recuperar la inversión inicial en el mediano plazo. Según esto, se puede concluir la factibilidad del proyecto.

RECOMENDACIONES:

- ❖ La oportunidad de inversión detectada con el presente estudio, debe aprovechar al máximo las condiciones agro-económicas que brinda el Cantón Montufar, factor importante como para implantar la empresa de producción y comercialización de chamburo. Además se debe ir paulatinamente posicionándose en el mercado, tomando en cuenta que son muy pocos agricultores dedicados al cultivo y comercialización de esta fruta exótica.
- ❖ Que el Ministerio de Agricultura y Banco Nacional de Fomento determinen líneas efectivas de ayuda a los agricultores, tanto de la empresa a constituirse como a todos en general, en lo relacionado a asistencia técnica y crediticia, lo cual hará posible mejorar los rendimientos productivos. La empresa a implantarse en base al presente estudio de factibilidad justificará tal ayuda asistencial del Estado, puesto que vendrá a diversificar la producción y a disminuir los riesgos agrícolas comunes y conocidos en esta zona.
- ❖ Que instituciones de investigación agrícola como el MAGAP e INIAP formulen y ejecuten estudios, concernientes a mejorar la producción agrícola de la zona norte del país. Precisamente en lo relacionado al mejoramiento de semillas, productos y usos agroindustriales de algunos cultivos del sector, particularmente del chamburo. En definitiva, los organismos encargados de promover la actividad agrícola deben, sin lugar a dudas, fomentar a los pequeños agricultores, así con brindar el asesoramiento técnico adecuado, para generar de esta manera mejores condiciones económicas y mayor fuente de empleos en cuanto al ámbito agrícola se refiere.

- ❖ Crear la empresa Productora y Comercializadora de Chamburo en San Gabriel, Cantón Montufar, provincia del Carchi, que permita brindar a los consumidores tanto locales, regionales o del exterior un producto de calidad, competitivo, en las condiciones y cantidades adecuadas que satisfagan las necesidades de los consumidores en momentos oportunos. Es conveniente de la misma manera que se realicen estudios de mercado de acuerdo a la evolución de las etapas del proyecto los cuales nos permitan evidenciar el posicionamiento, el cumplimiento de metas establecidas, así como los réditos que nos permita el proyecto luego de los tres primeros años de recuperación del capital de trabajo invertido para la ejecución.
- ❖ Contar con el personal técnico calificado para que el producto tenga las condiciones aptas para su consumo y su calidad que permita competir en el mercado a un precio justo y accesible para su consumo.
- ❖ La actividad productiva propuesta garantiza un importante flujo de ingresos y utilidades, por lo cual se recomienda reinvertir un buen porcentaje de las utilidades generadas en la adquisición de materiales y equipos útiles para el desarrollo y ampliación futura del proyecto, con esto se conseguiría mejorar la autonomía institucional.
- ❖ Se deberá establecer una adecuada e idónea gestión administrativa y económica, tal como se plantea en el presente documento, lo cual permitirá lograr un correcto control de costos y gastos así como el adecuado uso de los ingresos económicos de la microempresa, permitiendo así generar los réditos económicos más convenientes para los socios de la microempresa.

- ❖ Se deben reforzar y ampliar los efectos positivos que tendría el Proyecto; y, por otro lado, contrarrestar al máximo los impactos negativos, como por ejemplo utilizar lo mínimo de fertilizantes químicos que tienen efectos nocivos para la naturaleza, así como también evitar el desperdicio del agua.

BIBLIOGRAFÍA

- **ANJOLA, Sérvulo**, (1993) Administración de Pequeñas Empresas, México
- **BRAVO, Mercedes** (2001) Contabilidad General, 4ª edición, Quito
- **CABANILLA .Enrique** .Manual del Emprendedor Turístico.UCT 2006 pág.
- **CASTRILLON, Andrés**. Seminario de Gerencia Estratégica. Instituto de Estudios de Postgrado Popayán (Cauca) Colombia 1999.
- **CHILQUINGA, Manuel** Contabilidad de Costos (2008), pág. 10
- **CUESTA, Rafael** (1992) Auditoria de estados financieros. Editorial Instituto de Investigaciones Contables del Ecuador IICE. Quito
- **DIAZ, Mosto Jorge**. Análisis Financiero, Edt. Norma, Lima, Perú.
- **El Plan de Desarrollo Humano del Cantón Montúfar** (2005-2010), pág. 16
- **ENCICLOPEDIA, (2001)** Agropecuaria, Economía, Administración, y mercadeo agropecuario, 2ª edición, Cali, Colombia
- **FEDERACIÓN DE CONTADORES DEL ECUADOR, (2001)** Normas ecuatorianas de contabilidad (NEC)
- **FINNEY, H. Y MILLER, H.** 1978. Curso de Contabilidad Básica. 2ª Edición. Editorial U.T.E.H.A. España.
- **GALINDO, Carlos** (2004) Manual para la creación de microempresas, Colombia
- **GUTIÉRREZ, Luis Fernando** (1997) Finanzas practicas para países en desarrollo. Editorial Norma, Bogotá, Colombia.
- **GUZMÁN, José** (1999) Proyectos de inversión. Quito.
- **HARGADON, Bernard**, (2000) Principios de contabilidad, 4ª Edición, Bogotá, Colombia.T
- **HOLMES, MAYNAID, Edward y Meir.** (1975) Contabilidad Básica. Segunda Edición. Editorial Continental, México,

- **HURTADO, Oswaldo y otros** (1980) Manual de información cultural, educativa, turística, industrial, industrial, comercial, agrícola y ganadera de la república del ecuador. Editorial Científica Latina, España.
- **JACOME, Walter.** Bases teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión .2005. pág. 133.
- **JÁCOME. Walter,** (2005) Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, Ibarra
- **KOTLER, Philip.** (1991) Fundamentos de mercadotecnia, 2ª Edición, Editorial Hispanoamericana, S.A., México.
- **OCHOA, Guadalupe,** (2001) Administración Financiera, 2ª edición, México
- **ORTIZ, Alberto,** (2001) Presupuestos, 2ª edición, Colombia.
- **QUINTEROS, Juan José** (2006) Evaluación de Proyectos de Inversión
- **RALPH, Poliman,** (2003) Contabilidad de Costos, 3ª edición, Colombia.
- **REDONDO, A.** Curso Practico de Contabilidad General. Novena Edición. Editorial Central Contable de Venezuela.
- **SAMPEYRO Francisco** (1990) Atlas Histórico Geográfico del Ecuador. Editorial Norma. Quito, Ecuador.
- **TRUJILLO Gonzalo (1999)** Marketing Empresarial. Universidad del Cauca, Colombia
- **TRUJILLO, Gonzalo** (2003) pág. 110
- **VÁSQUEZ, Lola y otros,** (2005) Ecuador su Realidad, edición Actualizada, Quito

ANEXOS

ANEXO 1:

FRUTO: CHAMBURO



Nada ()
No responde ()

3. ¿Sabe usted que el costo del chamburo es más barato que otras frutas?

En su totalidad ()
La mayor parte ()
Poco ()
Nada ()
No responde ()

4. ¿Conoce usted si el consumo de chamburo tiene alguna repercusión negativa en la salud de las personas?

En su totalidad ()
La mayor parte ()
Poco ()
Nada ()
No responde ()

5. ¿Estaría dispuesto(a) a utilizar el chamburo en su dieta diaria?

En su totalidad ()
La mayor parte ()
Poco ()
Nada ()
No responde ()

6. ¿Sabe dónde se puede adquirir esta fruta?

En su totalidad ()
La mayor parte ()
Poco ()
Nada ()
No responde ()

7. ¿Sabe usted si la cantidad de chamburo que está en el mercado satisface la demanda?

En su totalidad ()
La mayor parte ()
Poco ()
Nada ()
No responde ()

Gracias por su colaboración.

4. ¿Conoce las propiedades nutricionales y medicinales del chamburo?

SI ()
No ()

5. ¿Cree Usted que cultivando esta fruta e industrializándola podría mejorar su

situación económica?

SI ()
No ()

6. ¿En qué mercado vende las frutas que produce?

Tulcán ()
San Gabriel ()
Ibarra ()
Quito ()
Otra ()

7. ¿Qué problemas tiene para vender sus productos?

Falta de promoción ()
Exceso de intermediarios ()
Desconocimiento de mercados ()
Demasiada oferta del producto ()
Baja calidad del producto ()

8. ¿Qué problemas tiene para producir?

Escasez de tierra ()
Altos costos de insumos ()
Escasa capacitación ()
Excesiva contaminación ambiental ()

9. ¿Con qué tipo de financiamiento realiza la producción?

Escasez de tierra ()
Con capital propio ()
Con capital prestado ()
Parte propio y parte prestado ()

10. ¿De dónde obtiene sus préstamos?

Cooperativa ()
Banco ()
Financiera (CFN) ()
Chulco ()

11. ¿Conoce Usted la tasa de interés a la que le prestaron el dinero?

SI ()

No ()

12. ¿Qué inconvenientes tuvo para acceder a su préstamo?

Excesivos trámites y papeleos ()

Falta de garantías ()

13. ¿Le gustaría dedicarse al cultivo de chamburo como una fruta exótica?

SI ()

No ()

Gracias por su colaboración.