

CONCLUSIONES

- ❖ Del diagnóstico situacional efectuado se logró determinar que en la Parroquia San Vicente de Pusir, se dan las condiciones agro-económicas suficientes como para implantar una microempresa de producción y comercialización de mango.
- ❖ La localización de la microempresa es factible debido a que el sitio donde se ubicará es un lugar muy fértil, es apto e idóneo para la producción de mango debido a las condiciones climáticas del sector, así como a la experiencia de los agricultores de la zona.
- ❖ Del análisis económico del proyecto se pudo evidenciar que la microempresa maneja una inversión inicial de \$ 37.259,50, el valor actual neto fue de 15.559.47, la tasa interna de retorno del proyecto resultó de 35.79%, lo cual nos permite recuperar la inversión inicial en el mediano plazo, por lo cual se puede concluir la factibilidad del proyecto.
- ❖ Sin duda alguna el presente proyecto es de beneficio para los pobladores de San Vicente de Pusir debido a que a través de generar nuevas fuentes de ingresos para los agriculturas, mediante nuevas alternativas de cultivos agrícolas el impacto social y económico de la gente se vería beneficiado, debido a que a mejores ingresos económicos la calidad y condiciones de vida de la población mejoran.
- ❖ Al encontrarse la microempresa productora y comercializadora de mango conformada por los mismos pobladores y agricultores de San Vicente de Pusir, los cuales son conocedores y poseen la experiencia necesaria para su adecuado funcionamiento, debido a que conocen y tienen la experiencia necesaria para la optimización de recursos y la competitividad en el mercado.

RECOMENDACIONES

- ❖ Crear una microempresa Productora y Comercializadora de Mango en San Vicente de Pusir, 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.
- ❖ Contar con el personal técnico y calificado para que el producto cuente con condiciones aptas para su consumo y su calidad por permita competir en el mercado a un precio justo y accesible para su consumo.
- ❖ 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 que de recuperación del capital de trabajo invertido para la ejecución.
- ❖ Los organismos encargados de promover la actividad agrícola deben, sin lugar a dudas, fomentar el impulso 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.
- ❖ 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.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

CONCEPTOS BÁSICOS FINANCIEROS

Para la mejor comprensión de este importante aspecto del Proyecto de la Microempresa Productora y Comercializadora de mango, analicemos algunos conceptos financieros elementales:

- ❖ **Activos fijos**, BREALEY, MYERS Y ALLEN: “pueden ser de dos tipos activos fijos tangibles y activos fijos intangibles: bajo el grupo de activos fijos tangibles deben presentarse en el balance los bienes tangibles destinados a la producción y venta de mercancías o servicios propios del giro del negocio, de los cuales se estime que su tiempo de uso o consumo sea prolongado”.
- ❖ **Alternativa Tecnológica**: CHAIN, Nassir Sapag: “El concepto de alternativa tecnológica implica la interacción entre distintos factores que serán determinantes para cumplir los resultados específicos deseables. Estos factores incluyen la calidad y disponibilidad de los materiales, la escala de operaciones y el porcentaje de utilización de la capacidad instalada, maquinaria y principalmente la actitud gerencial y el nivel de capacidad e la mano de obra”.
- ❖ **Amortización**: AMEZ M. Fernando: “operación contable mediante la cual se va reduciendo el valor de algún elemento del activo fijo como consecuencia del desgaste sufrido en la actividad productiva a lo largo del tiempo”
- ❖ **Contabilidad**, www.monografias.com: “La contabilidad es la técnica que registra, analiza e interpreta cronológicamente los movimientos o transacciones comerciales de una empresa”.

- ❖ **Costos:** www.monografias.com: “Gasto que produce la elaboración de un producto o la prestación de un servicio “.

- ❖ **Demanda:** www.monografias.com: “La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos. A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. Es bajo estas circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores”

- ❖ **Empresa:** www.monografias.com: “Es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción”.

- ❖ **Estado de resultados o Estado de pérdidas y ganancias:** (www.monografias.com.ec): es un Estado financiero que suministra información de las causas que generaron el resultado de una organización durante un período (ejercicio económico), sea bien este un resultado de ganancia o pérdida. Las partidas que lo conforman suelen clasificarse en resultados ordinarios y extraordinarios, de modo de informar a los usuarios de los Estados financieros la capacidad del ente emisor de generar utilidades en forma regular o no”.

- ❖ **Estudio de mercado.** www.monografias.com: “El estudio de mercado tiene como función vincular a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del mismo”

- ❖ **Flujos de caja:** www.monografias.com: “Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto, tomar muy en cuenta que son datos basados en pronósticos o aproximaciones que en ningún momento constituyen certezas o afirmaciones seguras de los posibles ingresos y egresos del dinero”.
- ❖ **Ingresos:** AMEZ M. Fernando: “Contrapartida o equivalente monetario de una cantidad de bienes vendidos o servicios prestados”.
- ❖ **Investigación de campo.** www.monografias.com: “se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. Como es compatible desarrollar este tipo de investigación junto a la investigación de carácter documental, se recomienda que primero se consulten las fuentes de la de carácter documental, a fin de evitar una duplicidad de trabajos”.
- ❖ **Investigación descriptiva:** www.monografias.com.ec: que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio”.
- ❖ **Investigación documental:** www.monografias.com: “es la que se realiza, como su nombre lo indica, apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie. Como subtipos de esta investigación encontramos la investigación bibliográfica, la hemerográfica y la archivística; la primera se basa en la consulta de libros, la segunda en artículos o ensayos de revistas y periódicos, y la tercera en documentos que se encuentran en los archivos, como cartas, oficios, circulares, expedientes, etc”.

- ❖ **Investigación exploratoria:** www.monografias.com.ec: es la que se realiza con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior. Es útil desarrollar este tipo de investigación porque, al contar con sus resultados, se simplifica abrir líneas de investigación y proceder a su consecuente comprobación”.

- ❖ **Depreciación:** AMEZ M. Fernando. “Pérdida de valor de una moneda con respecto a otra u otros en los mercados libres de divisas. Estimación de de desgaste o perdida”.

- ❖ **Oferta:** www.monografias.com: “La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera. Así, se habla de una oferta individual, una de mercado o una total”.

- ❖ **Pérdida** de valor que sufre un activo fijo por su utilización en la actividad productiva por el paso del tiempo o por la aparición de métodos de más eficacia”.

- ❖ **Rentabilidad:** AMEZ M. Fernando. “capacidad que tiene una inversión para generar o no, un beneficio neto, relación existente, generalmente expresada en términos porcentuales entre un capital invertido y los rendimientos netos que de el se obtienen”.

- ❖ **Punto de equilibrio:** AMEZ M. Fernando (1999) ”Nivel o volumen de venta necesaria para que una empresa cobre todos los costos fijos de un ejercicio económico y las variables reducidas de la cifra de ventas y a partir de la cual la empresa comienza a obtener elementos.

- ❖ **Van:** VEGA Celio. "El Valor Actual Neto" (VAN) de una inversión es igual a la suma algebraica de los valores actualizados de los flujos netos de caja asociados a esa inversión... si el valor actual neto de una inversión es positivo la inversión debe aceptarse y rechazarse si es negativa"

- ❖ **Tir:** DAVALOS A. Nelson: Tasa Interna de Rendimiento" (TIR), es aquella por la cual se expresa el lucro o beneficio neto que proporciona una determinada inversión en función de porcentaje anual que permita igualar el valor actual de los beneficios y costos, en consecuencia el resultado del valor actual neto es igual a cero. Si la tasa interna de rendimiento es igual o sobre pasa el costo estimado de oportunidad o de sustitución del capital la inversión permitirá, por lo menos recuperar todos los gastos de explotación y de capital".

BIBLIOGRAFÍA

- **BAEZ, Sañudo:** Evolución del encerado y tratamiento hidrotérmico en la pos cosecha del mango "Kent". Lima 1999.
- **BREALEY, MYERS Y ALLEN** (2006)
- **CHAIN, Naissir** Sapag: 2000
- **CHILPMER, José:** "El Futuro de la Agroindustria en el Perú. Oficina de Planificación Agraria-Ministerio de Agricultura. Lima, Perú" 2.000
- **COMUNIDAD ANDINA:** "Frutas y Hortalizas Andinas para el Mundo", Comunidad Andina, Secretaría General, 1997.
- **EL COMERCIO.** Agromar. 2.007
- **FERRUCCI, Francisco:** "Estudios de Mercado para Frutas y Hortalizas Seleccionadas".1996.
- **JACOME, Walter,** 2006
- **KOTLER Philip; ARMSTRONG Gary:** Año 1998
- **LEY DE COMPAÑIAS,** Edición 2.004.
- **GOMEZ, R.** "La comercialización de mango fresco en el mercado norteamericano. Universidad del Pacífico. Lima, Perú. 1.996
- **MINAYA, Alberto:** "El mango en el Perú y sus vínculos con el mercado internacional. Ministerio de Agricultura e Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. Lima, Perú 1999.

- **MONCHON, Francisco:** “Economía diccionario de economía política.
- **PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO PARTICIPATIVO,** Parroquia San Vicente de Pusir. Año 2.007.
- **SARMIENTO Rubén,** Edición 2.003
- **TOVAR VELARDE, Jorge:** Elementos de la Técnica Bancaria, Legislación Bancaria.
- **VALERIANI, Rosana.** Plan estratégico de la cadena productiva de mango. Ministerio de Agricultura. Lima Perú. 2.000

LINCOGRAFÍA

- <http://www.mailxmail.com/curso/empresa/plandemarketing/>
- <http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/no%2010/segmentaciondemercado.htm>
- <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/mar/48/procsegmt.htm>
- http://html.rincondelvago.com/segmentacion-de-mercados_1.html#
- dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?articulo=202075&orden=52170
- http://members.tripod.com/miguel_90/INVESTIGACION/mercado.htm
- http://mipagina.aol.com.mx/_121b_9IVvE6dGQ5yEt9KEGREIHjZ9RzPUd83Mc6UXIZEvKVIKX/2R75USA
- <http://salle811.tripod.com/exposicionnancy.doc>

- <http://www.bancomext.com/Bancomext/publicasecciones/secciones/6156/SegmentacionPosicionamiento..pdf>
- <http://www.caae.cl/central/EAA331A%20-%20Mercados%20II/apuntes/INT.%20A%20LA%20SEG.%20DE%20MERCADOS.doc>
- <http://www.daemonquest.com>
- <http://economia.unmsm.edu.pe>
- <http://www.hipermarketing.com/nuevo%204/herramientas/guias/guiasmeestrategico.html>
- http://www.indepconsultores.com/web_v1/segmentacion.htm
- <http://www.itlp.edu.mx/publica/tutoriales/pruebamercadotecnia/3.2.htm>
- http://www.marketinet.com/ebooks/manual_de_marketing/manual_de_marketing.php?pg=10
- <http://www.marketingpower.com/mg-dictionary.php?>
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentacion-del-mercado.htm>

Anexos

ANEXO Nº 1

CÁLCULO DE MUESTRA PARA LA OFERTA

$$\text{FÓRMULA } n = \frac{N (D)^2 (Z)^2}{N-1 (E)^2 + (D)^2 (Z)^2}$$

A continuación se detalla la explicación de cada uno de los componentes de la fórmula a calcularse.

n = Muestra

N = Universo o población a investigar

Z = Nivel de confianza

D= Varianza de población

E = Error

	N=411	familias				
	Z=1,96	96%				
	D ² =0,25					
	E=0,05					
	N=?					
Numerador	N	(D)²	(Z)²			
		(0,25)	(1,96) ²			
	411	0,25	3,8416		394.72	
Denominador	N - 1	(E)²	(D)²	(Z)²		
		(0,05) ²	(0,25)	(1,96) ²		
	410	0,0025	0,25	3,8416	1.9854	
Muestra					198.811	n=199

ANEXO 2

CÁLCULO DE MUESTRA PARA LA DEMANDA

Para calcular la muestra, que permita llevar a cabo el diagnóstico se aplicó igualmente la siguiente fórmula:

$$\text{FÓRMULA } n = \frac{N(D)^2(Z)^2}{N-1(E)^2 + (D)^2(Z)^2}$$

A continuación encontrará una explicación de cada uno de los componentes de la fórmula a calcularse.

n = Muestra

N = Universo o población a investigar

Z = Nivel de confianza

D= Varianza de población

E = Error

	N=52	comerciantes		D ² =0,25		
	Z=1,96	96%		E=0,05		
				N=?		
Numerador	N	(D)²	(Z)²			
		(0,25)	(1,96) ²			
	52	0,25	3,8416		49.9408	
Denominador	N - 1	(E)²	(D)²	(Z)²		
		(0,05) ²	(0,25)	(1,96) ²		
	51	0,00025+	0,25	3,8416	1.0879	
Muestra					45.9056	n=46

Para el cálculo de la demanda se aplicaran 46 encuestas.

ANEXO Nº 3

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENCUESTA SOBRE LA PRODUCCIÓN DE MANGO EN LA PARROQUIA DE SAN VICENTE DE PUSIR

A.- Objetivo: La presente encuesta tiene como finalidad recopilar información sobre la producción u oferta de mango en la Parroquia de San Vicente de Pusir.

B.- Cuestionario:

1. ¿Qué cantidad de sus tierras las destinada para el cultivo de frutas?

- De 0 a menos de ½ Ha.
- De ½ Ha. A menos de 1 Ha.
- De 1Ha. a menos de 1 ½ Ha
- De 1½ Ha. a menos de 2 Ha.
- Más de 2 Ha.

2. El rendimiento de sus cultivo de frutas es:

- Alto
Medio
Bajo

¿Porque?.....
.....
.....

3. Considera Usted que la técnica de producción de frutas que utiliza es:

- Tecnificada
Semitecnificada
Tradicional

4. ¿Actualmente tiene cultivos de mango?:

- Si** **No de árboles**
No **Extensión** Ha.

5. Considera Usted que sus tierras son aptas para el cultivo y producción de mango.

- Si
No

Porque:-----

6. ¿De impulsarse un proyecto productivo de mango en este sector, desearía participar?

Si No

Porque:.....
.....
.....

7. ¿Qué área de terreno dispondría usted para la siembra de mango:

De 0 a menos de ½ Ha.
De ½ Ha. A menos de 1 Ha.
De 1Ha. a menos de 1 ½ Ha
O más

8. La producción de mango que usted obtienen donde la vende.

- En finca \$..... por caja
- En feria local \$..... por caja
- En mercado mayorista \$..... por caja
- Comerciante – exportador \$..... por caja
- Otra.

¿Cuál?.....
.....
.....

9. ¿Pertenece usted a alguna organización relacionada con su producción agrícola?

Si Nombre de la Organización
.....

No

C. DATOS GENERALES:

Nombre del Agricultor

Edad Sexo Instrucción

Ubicación de su predio.....

Años dedicado al cultivo de mango.....

D. OBSERVACIONES:

.....
.....
.....
.....

Encuestador

Fecha

ANEXO Nº 4

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENCUESTA SOBRE LA DEMANDA DE MANGO EN LA PARROQUIA DE SAN VICENTE DE PUSIR

A.- Objetivo: La presente encuesta tiene como finalidad recopilar información sobre la demanda de mango producida en la Parroquia de San Vicente de Pusir, por parte de los comerciantes locales, provinciales y externos.

B.- Cuestionario:

1. ¿Qué meses del año comprenden la temporada de venta de mango?

.....
.....
.....

2. ¿En época de producción y venta de mango existe este fruto de manera suficiente para la venta respectiva?

Si

No

Porque.....

.....
.....

3. ¿A quién compra el mango?

Directamente al agricultor

Comerciante Intermediario

Otro. ¿Cuál?

4. ¿De dónde proviene el mango que Ud. Compra?

- Del valle del Chota
- De otras partes del país
- De países vecinos

5. Considera usted que la calidad del mango que usted compra es de:

Buena calidad

Mediana calidad

Baja calidad

6. El tamaño de mango que usted compra en su mayoría es:

Grande \$..... por caja

Mediano \$..... por caja

Pequeño \$..... por caja

7. El precio de este fruto es fijado por:

El dueño del fruto

Por usted (El comprador)

O por
otro.....

C. DATOS GENERALES:

Nombre del Comerciante

Edad Sexo Instrucción

.....

Lugar de
comercio.....

D. OBSERVACIONES:

.....

.....

.....

.....

.....

Encuestador

Fecha

ANEXO Nº 5
PLANTAS DE MANGO LISTAS PARA LA SIEMBRA



ANEXO N° 6
PLANTAS DE MANGO SEMBRADAS



ANEXO N° 7
ARBOL DE MANGO LISTO PARA EL CULTIVO



ANEXO Nº 8
PRODUCCIÓN DE MANGO

