



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DURAZNO EN EL CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA”.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

**AUTORA: PANTOJA; C. Andrea E.
DIRECTORA DE TESIS: Ing. Rocío León**

IBARRA, JULIO DEL 2013

RESUMEN EJECUTIVO

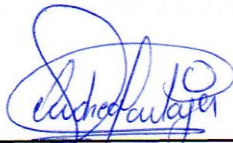
El proyecto tiene como finalidad, determinar la factibilidad de la producción y comercialización de durazno en Pimampiro, Provincia de Imbabura. Primeramente se desarrolla un diagnóstico situacional, en el que se establece la forma como se realizó la investigación, la población y muestreo motivo de investigación, los instrumentos de recolección de información, a fin de determinar cuál es su problema principal. A continuación se desarrolla el marco teórico, aquí se explica conceptos básicos sobre durazno, producción, comercialización y temas afines que se relacionan con el proyecto. Como siguiente paso se realiza un estudio de mercado, en donde se demuestra la existencia de un mercado potencial a satisfacer, siendo favorable para la implementación del proyecto, dando lugar a que se pueda ingresar con el producto en forma positiva. Seguidamente se elabora el estudio técnico del proyecto, en el cual se describe la macro y micro localización, la distribución de la planta, el tamaño e ingeniería del proyecto. Posteriormente se procedió a realizar un estudio organizacional, mismo que permitió determinar ciertos aspectos legales, así como la estructura orgánica de la microempresa, de sus diferentes áreas y ubicaciones acorde a los niveles jerárquicos, organigrama estructural y funcional. Seguidamente, se realizó el estudio económico y evaluación financiera, determinando su viabilidad; ya que la inversión se justifica, así lo demuestran los estudios financieros realizados donde se logró determinar que el proyecto cuenta con bases sólidas que garantizan su rentabilidad durante el periodo horizonte que tiene el proyecto. En cuanto se refiere a los impactos: socio económico, educativo, empresarial y ambiental. El proyecto finaliza con las respectivas conclusiones y recomendaciones.

EXECUTIVE SUMMARY

The project has as purpose; determine the feasibility of the production and commercialization of peach in Pimampiro, Imbabura's Province First, develops a situational diagnosis, in which the form is established like it realized the investigation, the population and sampling I motivate of investigation, the instruments of compilation of information, in order to determine which is his principal problem. Later the theoretical frame develops; here one explains basic concepts on small peach, production, commercialization and related topics that relate to the project. Since following step realizes a market research, where there is demonstrated the existence of a potential market to satisfying, being favorable for the implementation of the project, giving place to which it could join with the product positive form. Immediately afterwards there is elaborated the technical study of the project, in which the macro and mike describes location, the distribution of the plant, the size and engineering of the project. Later one proceeded to realize a study organizational, same that allowed to determine certain legal aspects, as well as the organic structure of the micro company, of his different areas and locations chord to the hierarchic levels, structural and functional flowchart. Immediately afterwards, the economic study and financial evaluation was realized, determining his viability; since the investment justifies itself, this way it is demonstrated by the financial realized studies where it achieved to determine that the project relies on solid bases that they guarantee his profitability during the period horizon that has the project. In all that it refers to the impacts: economic, educational, managerial and environmental partner. The project finishes with the respective conclusions and recommendations.

AUTORÍA

Yo, Andrea Esperanza Pantoja Cuascota portadora de la cédula N° 100342346-2 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.




ANDREA E. PANTOJA C.

CI: 100342346-2

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del trabajo de Grado presentado por la egresada Andrea Esperanza Pantoja Cuascota para optar por el título de Ingeniero Comercial cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DURAZNO EN ELCANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA", considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 25 días del mes de Julio del 2013



Ing. Rocío León C.

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO



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

Yo, ANDREA ESPERANZA PANTOJA CUASCOTA, con cédula de ciudadanía Nro100342346-2, 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 MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DURAZNO EN ELCANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Andrea Esperanza Pantoja Cuascota', is written over a horizontal line.

ANDREA ESPERANZA PANTOJA CUASCOTA

CI: 100342346-2

Ibarra, a los 25 días del mes de Julio de 2013



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100342346-2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	PANTOJA CUASCOTA ANDREA ESPERANZA		
DIRECCIÓN:	Vicente Fierro 1-32 y Av. Jaime Roldós		
EMAIL:	andrei1817@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062951654	TELÉFONO MÓVIL:	0999197662

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DURAZNO EN EL CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTOR (ES):	PANTOJA; C. Andrea E.
FECHA: AAAAMMDD	2013/07/25
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA COMERCIAL
ASESOR /DIRECTOR:	ING. ROCÍO LEÓN

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

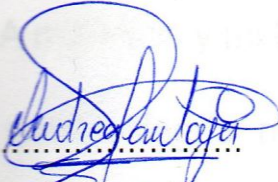
Yo, ANDREA PANTOJA, con cédula de ciudadanía Nro. 100342346-2, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es 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 25 días del mes de Julio de 2013

EL AUTOR:



Andrea Pantoja

C.C.: 100342346-2

ACEPTACIÓN:



Ing. Betty Chávez

JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

A mis Hijos y mi Esposo; André, Andreina y Andrés quienes son mi alegría, mi compañía y la ilusión de mi vida, que han sido un apoyo y un pilar importante en la realización de este trabajo ya que con su amor y ternura me han dado la fuerza e inspiración.

A mis padres; Elvia Cuascota y César Pantoja (+), quienes toda mi vida estudiantil me han apoyado incondicionalmente con cariño, afecto y comprensión.

A mis hermanos; Julio César Pantoja C. y Daniel Ángel Pantoja C. son todos estos seres a quienes dedico este trabajo por ser un gran soporte para lograr mis metas en la culminación de esta etapa en mi vida profesional.

Andrea...

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud a los catedráticos de la FACAE, en especial a los de la carrera de Administración de la Universidad Técnica del Norte, quienes forjaron en mi conocimientos teóricos y prácticos que me servirán para la vida profesional; y también instruyeron valores que son importantes en el desempeño ético de la vida diaria.

A la Ing. Rocío León, Directora de Tesis un reconocimiento muy especial, quien estuvo guiándome académicamente con su experiencia y profesionalismo con entusiasmo para la culminación de este trabajo investigativo.

Andrea...

INTRODUCCIÓN

4 ANTECEDENTES

El cantón Pimampiro pertenece a la provincia de Imbabura, se ubica a 52 kilómetros al noroeste de Ibarra, la capital provincial y a 283 kilómetros de Quito, la capital del país, al norte limita con la provincia del Carchi, al sur con la provincia del Pichincha, al Este con la provincia de Sucumbíos y al Oeste con el cantón Ibarra. La extensión cantonal es de 442,5 km², que significan el 3.8% de la superficie total de la provincia de Imbabura.

Pimamapiro está a una altura de 2.165 m.s.n.m., posee un clima templado seco, su temperatura promedio es de 15° C, el cantón se conforma de cuatro parroquias; Chugá, Mariano Acosta, San Francisco de Sigsipamba y Pimampiro. La cabecera cantonal es la ciudad Pimampiro, asentada en un pequeño valle alto, elevado sobre la ribera sur de la cuenca del río Chota, con características topográficas relativamente planas y onduladas.

En el cantón Pimampiro, específicamente en la parroquia Pimampiro, es decir su cabecera cantonal cuenta con personas dedicadas a la producción del durazno, existen cultivos de duraznos que están en plena producción, ya que es un lugar considerado como uno de los más agrícolas de la provincia y cuenta con un excelente clima y apropiado para este tipo de cultivos, lamentablemente el producto solamente es comercializado por medio de intermediarios, lo cual representa una baja rentabilidad para el productor, es por esto que surge la necesidad de emprender este proyecto, con miras a implantar una microempresa para la producción y comercialización de durazno, y el gobierno da apoyo a este tipo proyectos.

Las principales actividades económicas de Pimampiro están vinculadas a la agricultura la cual abarca entre sus actividades a los cultivos en todos sus ciclos, frutas, pastos cultivados e invernaderos.

4.1 JUSTIFICACIÓN

Esta microempresa ayudará a mejorar la rentabilidad del productor, creando un efecto multiplicador y estará destinada a mejorar la economía de la parroquia y por ende del cantón creando nuevas fuentes de trabajo disminuyendo la migración por falta de empleo y a reducir los índices de indigencia que cada vez afecta más a los pobladores.

Este proyecto está destinado a toda clase de personas, ya que es un producto que es agradable para niños(as), jóvenes, adultos en general, el durazno es consumido de forma natural pero al comercializarlo podrá llegar a manos de todos ya que será accesible en todos los lugares y las personas se sentirán más a gusto con el consumo de este producto.

El proyecto es factible porque existe capital de trabajo para solventar las exigencias que requieren la producción y comercialización del durazno, ya que el gobierno ayuda a este tipo de proyectos y así hay un progreso económico para los pobladores del cantón.

Se cuenta con la infraestructura suficiente para llevar a cabo este proyecto, de igual manera existe el talento humano necesario, de esta manera se pondrá en consideración un producto de buena calidad, ofreciendo una alta rentabilidad mediante la aplicación de conocimientos adquiridos durante la vida estudiantil.

5 OBJETIVOS

5.1 GENERAL

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de durazno en el cantón Pimampiro, provincia de Imbabura.

5.2 ESPECÍFICOS

- Realizar el diagnóstico situacional del entorno de Pimamapiro en el cual se ubicará la microempresa de producción y comercialización.
- Estructurar el marco teórico que fundamente científicamente la valoración del proyecto.
- Realizar un estudio de mercado para conocer la oferta, la demanda, precios y canales de distribución del proyecto.
- Establecer un estudio técnico para identificar la micro, macro localización y recursos que se requiere para la producción del durazno.
- Elaborar la estructura organizacional que permitan el óptimo funcionamiento de la empresa.
- Realizar un estudio financiero que permita determinar la viabilidad del proyecto.
- Estudiar los principales impactos que genere el proyecto.

PRESENTACIÓN

Este proyecto consiste en una investigación innovadora con nuevos enfoques.

Capítulo I: se realiza un diagnóstico estratégico situacional externo el mismo que detalla los objetivos, matriz de relación, matriz AOOD, cruces estratégicos y determinar la oportunidad de inversión.

Capítulo II: La contextualización es muy importante para el sustento del proyecto para lo cual se realizará una investigación bibliográfica utilizando fuentes como: documentos, libros, revistas folletos y demás investigación actualizada que tenga relación con el trabajo a realizarse, así como también el uso de la internet que cederá los conocimientos para luego efectuar análisis, los mismos que darán paso a la argumentación de ideas y comentarios con soporte real para mejor comprensión del presente estudio y llevar adelante la actividad micro empresarial.

Capítulo II: Se realizará un estudio de mercado en la parroquia Pimampiro para lo cual se efectuará la indagación de campo, utilizando la encuesta como un instrumento de recolección de la información necesaria a fin de procesarla y evaluarla, esto permitirá sondear y conocer a el mercado de una manera objetiva en lo que se refiere a gustos, preferencias y tendencias al momento de adquirir el producto.

Capítulo IV: Se realizó un estudio técnico para establecer la localización de la microempresa, su tamaño y la distribución de las áreas, los procesos, la tecnología, requerimiento de infraestructura, materias primas y personal para el funcionamiento de la microempresa.

Capítulo V: Se presenta la estructura organizacional de la microempresa, se define la misión, visión, se diseña los organigramas además se establece las funciones al personal y los requerimientos administrativos que requiere la microempresa.

Capítulo VI: En el estudio financiero se realizó un análisis de la inversión necesaria para la ejecución de este proyecto se realizó la aprobación económica de la estrategia que tiene que ver con la autenticidad cuantitativa y cualitativa del proyecto en relación a su rentabilidad; es necesaria la elaboración de los planes de contingencia los cuales permitirán enfrentar a posibles riesgos y reajustes en el desarrollo del proyecto.

Capítulo VII: Los posibles impactos que este proyecto genere en los ámbitos: socioeconómico, empresarial, educativo y ambiental los que servirán para determinar los beneficios y perjuicios que pueden ocasionar, de tal manera de que se detecte posibles errores para poder rectificarlos y alcanzar el objetivo utilizando métodos y estrategias adecuadas para su mitigación.

Finalmente este trabajo finaliza con las correspondientes conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
DECLARACIÓN.....	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
CESIÓN DE DERECHOS.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA.....	x
AGRADECIMIENTO.....	xi
INTRODUCCIÓN.....	xii
ANTECEDENTES.....	xii
JUSTIFICACIÓN.....	xiii
OBJETIVOS.....	xiii
GENERAL.....	xiii
ESPECIFICOS.....	xiv
PRESENTACIÓN.....	xv

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes.....	27
Objetivos General.....	28
Objetivos Específicos.....	28
Variables Diagnósticas	29
Indicadores de las Variables.....	29
Mecánica Operativa del Diagnóstico.....	30
PEA Provincial Valoración Factores Sociales.....	31
Aspectos Socio Económicos	35
Diseño de Instrumentos De Información.....	37
Matriz de Relación Diagnóstica AOOD.....	38

Determinación de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.....	39
Determinación de Oportunidades de Inversión.....	40

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Empresa.....	41
Fines de la Empresa.....	41
Las Finalidades de las Empresas.....	41
Microempresa.....	42
Objetivos de Microempresa.....	42
Características de la Microempresa.....	43
Durazno.....	43
Variedades.....	44
Cultivo.....	44
Plantación.....	45
Enfermedades.....	45
Definición.....	45
Importancia	46
Proceso Administrativo.....	46
Análisis Financiero.....	46
Razones Financieras.....	47
Importancia del Análisis Financiero.....	47
Objetivos del Análisis Financiero.....	48
Estudio de Mercado.....	48
Oferta.....	48
Demanda.....	49
Demanda Insatisfecha.....	49
Mercadeo y Comercialización.....	49
Precio.....	49
Servicio	50
Mercado Meta	50
Plaza.....	50

Comercialización.....	50
Promoción	51
Publicidad.....	51
Canales de Distribución.....	51
Estudio Técnico.....	52
Macro Localización.....	52
Micro Localización	52
Estudio Financiero.....	53
Definición de Contabilidad.....	53
Funciones de la Contabilidad.....	53
Estados Financieros.....	54
Balance General.....	54
Estado de Resultados.....	55
Estado de Flujo de Efectivo.....	55
Estructura Organizacional.....	55
Organigrama Estructural.....	56
Organigrama Funcional.....	56
Misión.....	56
Visión.....	56
Indicadores de Evaluación Financiera.....	57
Flujos de Caja Proyectado.....	57
Valor Actual Neto (VAN).....	57
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	58
Punto de Equilibrio.....	58
Tiempo de Recuperación de la Inversión.....	59
Relación Beneficio Costo.....	59

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Introducción.....	61
Objetivo General.....	61

Objetivos Específicos.....	61
Variables.....	62
Investigación de Campo.....	62
Determinación de la Población.....	62
Cálculo de la Muestra.....	62
Diseño de Instrumentos de Investigación.....	63
Información Primaria.....	63
Información Secundaria.....	64
Resultados de las encuestas.....	64
Entrevista a Expertos.....	86
Análisis de la Observación Directa.....	88
Identificación del Producto.....	89
Composición Química del Durazno.....	90
Mercado Meta.....	90
Análisis de la Demanda.....	90
Demanda Actual.....	90
Proyección de la Demanda.....	93
Estudio de la Oferta.....	93
Oferta Actual.....	93
Oferta Proyectada.....	94
Balance de la Demanda-Oferta.....	95
Demanda Potencial a Satisfacer.....	96
Porcentaje que Abarcaría el Proyecto.....	96
Análisis de Precios.....	97
Plan de Comercialización.....	98
Conclusiones del Estudio.....	100

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Tamaño del Proyecto.....	101
Tamaño del Mercado	101

Disponibilidad d Mano de Obra.....	102
Disponibilidad de Insumos.....	102
Disponibilidad de Recursos Financieros.....	103
Proyección de la Producción de Durazno.....	103
Localización del Proyecto.....	104
Macro Localización.....	104
Micro Localización.....	104
Factores de ubicación de la microempresa	105
Plano de la Microempresa.....	108
Distribución de la Planta.....	108
Área Administrativa.....	109
Área de Almacenamiento.....	109
Bodega de Insumos.....	110
Distribución Física del Área Administrativa.....	110
Ingeniería del Proyecto.....	110
Procesos productivos.....	110
Flujograma de Producción.....	114
Programa de Producción	115
Determinación de la Inversión.....	115
Inversión en Activos Diferidos.....	118
Gastos de Constitución.....	118
Capital de Trabajo.....	118

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

Marco Legal.....	120
Nombre de la Empresa.....	120
Logotipo.....	120
Misión.....	120
Visión	121
Objetivos.....	121
Valores.....	121

Principios.....	121
Políticas	122
Organización Estructural de la Microempresa.....	122
Funciones Básicas de la Organización.....	122
Organigrama Estructural.....	123
Organización Interna de la Microempresa.....	124
Manual de Funciones.....	124

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

Presupuesto de Inversión.....	128
Determinación de Ingresos.....	128
Determinación de Egresos.....	129
Costos de Producción.....	129
Mano de Obra Directa.....	129
Costos Indirectos de Producción.....	130
Mano de Obra Indirecta.....	131
Determinación de la MOI	131
Gastos Administrativos.....	132
Sueldos Administrativos.....	132
Gastos de Venta.....	134
Gastos Financieros.....	135
Pago de Intereses.....	138
Depreciaciones.....	138
Amortizaciones.....	139
Estados Financieros.....	141
Balance General.....	141
Estado de Resultados.....	142
Flujo de Caja.....	143
Evaluación Financiera.....	144
Cálculo de Costo de Capital.....	144
VAN.....	145

TIR.....	146
Período de Recuperación de la Inversión.....	148
Costo Beneficio.....	148
Punto de Equilibrio.....	149

CAPÍTULO VII

IMPACTOS DEL PROYECTO

Análisis de Impactos.....	151
Impacto Socio Económico.....	152
Impacto Empresarial.....	153
Impacto Educativo.....	154
Impacto Ambiental.....	155
 CONCLUSIONES.....	 157
RECOMENDACIONES.....	158
BIBLIOGRAFÍA.....	159
LINKOGRAFÍA.....	160
ANEXO.....	162

ÍNDICE CUADROS

Nº 1. Población del Cantón Pimampiro	30
Nº 2. Datos Generales.....	30
Nº 3. PEA del Cantón Pimampiro	32
Nº 4. Encuesta Dirigida a Consumidores Familiares.....	65
Nº 5. Encuesta Dirigida a Comerciantes de Pimampiro.....	77
Nº 25. Demanda Actual	91
Nº 26. Proyección de la Población Potencial	92
Nº 27. Proyección de la Demanda	93
Nº 28. Oferta Actual	94
Nº 29. Proyección de la Oferta de Durazno	95

N° 30. Balance de la Demanda &Oferta	95
N° 31. Demanda Potencial a Satisfacer	96
N° 32. Porcentaje que Abarcaría el Proyecto.....	97
N° 33.Requerimiento del Personal.....	102
N° 34. Capacidad de la Producción de Durazno	103
N° 35. Distribución de Instalaciones	109
N° 36. Flujograma de Producción (simbología)	114
N° 37. Planilla de Producción	114
N° 38. Programa de Producción del Durazno	115
N° 39. Costos de la Obra de Infraestructura	115
N° 40. Vehículo	115
N° 41. Herramientas de Producción	116
N° 42. Muebles y Enseres	116
N° 43. Equipo de Oficina	117
N° 44. Equipo de Computación	117
N° 45. Resumen de la Inversión Fija	118
N° 46. Activos Diferidos.....	118
N° 47. Resumen del Capital de Trabajo	119
N° 48. Resumen de la Inversión Total	128
N° 49. Proyección de Ingresos	129
N° 50. Insumos	129
N° 51. Costo Mano de Obra	129
N° 52. Insumos para el Cultivo	130
N° 53. Determinación del Costo de MO	131
N° 54. Determinación de la MOI.....	131
N° 55. Servicios Básicos	132
N° 56. Resumen de los Costos de Producción	132
N° 57. Determinación del Costo de MO en el Área Administrativa	133

N° 58. Suministros de Oficina	133
N° 59. Servicios Básicos Área Administrativa	134
N° 60. Mantenimiento de Equipo de Computación	134
N° 61. Resumen de Gastos Administrativos	134
N° 62. Sueldo de Ventas	135
N° 63. Gasto Publicidad	135
N° 64. Combustible y Mantenimiento	135
N° 65. Financiamiento del Proyecto	136
N° 66. Amortización de la Deuda	136
N° 67. Pago de Intereses	138
N° 68. Depreciación de Activos Fijos	138
N° 69. Proyección de la Depreciación	139
N° 70. Amortización de Activos Diferidos	140
N° 71. Presupuesto de Egresos	140
N° 72. Balance General	142
N° 73. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectados	143
N° 74. Flujo de Caja con Protección	144
N° 75. Cálculo del Costo Capital y Tasa de Rendimiento Medio.....	145
N° 76. Flujo Neto Actualizado.....	146
N° 77. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno.....	147
N 78. Período de Recuperación de la Inversión.....	148
N° 79. Relación Beneficio- Costo con Ingresos y Egresos.....	149
N° 81. Punto de Equilibrio.....	150
N° 82. Impacto Económico.....	152
N° 83. Impacto Empresarial.....	153
N° 84. Impacto Educativo.....	154
N° 85. Impacto Ambiental.....	155

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N° 1. PEA Cantonal según nivel de instrucción.....	33
N°2. Acceso a crédito según fuentes.....	34
N°3. Uso Principal del Suelo.....	34
N° 4. Sistema de Riego.....	35
N° 5. Principales cultivos del Cantón.....	35
N° 6. Identificación del Producto.....	89
N° 7. Canal de Distribución.....	99
N° 8. Croquis de la ubicación de la Microempresa.....	108
N° 9. Productora y Comercializadora de Durazno	108
N° 10. Diseño y Equipamiento de la Infraestructura.....	109
N° 11. Diagrama de Bloque.....	113
N° 12. Organigrama Estructural.....	123

ÍNDICE DE MAPAS

N° 1 Mapa del Ecuador y la Provincia de Imbabura.....	104
N°2 Mapa de Pimampiro.....	105

CAPÍTULO I

1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

El cantón Pimampiro pertenece a la provincia de Imbabura, se ubica a 52 kilómetros al noroeste de Ibarra, la capital provincial y a 283 kilómetros de Quito, la capital del país, al norte limita con la provincia del Carchi, al sur con la provincia del Pichincha, al Este con la provincia de Sucumbíos y al Oeste con el cantón Ibarra. La extensión cantonal es de 442,5 km², que significan el 3.8% de la superficie total de la provincia de Imbabura, está a una altura de 2.165 m.s.n.m., posee un clima templado seco, su temperatura promedio es de 15° C. cuenta con una extensión de 442.50 km², el cantón se conforma de cuatro parroquias; Chugá, Mariano Acosta, San Francisco de Sigsipamba y Pimampiro. La cabecera cantonal es la ciudad Pimampiro, asentada en un pequeño valle alto, elevado sobre la ribera sur de la cuenca del río Chota, con características topográficas relativamente planas y onduladas.

El cantón Pimampiro es importante por su población, paisajes, ríos, lagunas, relieve y cultivos; pueblo de contrastes, semejanzas y diferencias y en constante evolución.

A principios del siglo XX Pimampiro logra un notable progreso en lo relacionado a población, educación, agricultura, vialidad, industria, comercio debido a su ubicación geográfica, parcelaciones de latifundios, recursos naturales, actividad creadora del trabajo y la colaboración de la comunidad en obras de beneficio social.

En varias parroquias rurales y en su cabecera cantonal existe una gran producción de durazno que es considerado como un alimento sano y natural, posee tres vitaminas antioxidantes: A, C y E que ayudan a evitar el envejecimiento precoz, la degeneración de los tejidos, a reforzar las defensas orgánicas del sistema inmunológico y vivir más años y mejor,

esta fruta tiene gran aceptación en el mercado y sus consumidores son de todas las edades.

La parroquia Pimampiro cuenta con personas dedicadas a la producción del durazno, existen cultivos de duraznos que están en plena producción, por ser un lugar considerado como uno de los más agrícolas de la provincia, cuenta con un excelente clima apropiado para este tipo de cultivos, lamentablemente el producto solamente es comercializado por medio de intermediarios, lo cual representa una baja rentabilidad para el productor, es por esto que surge la necesidad de emprender este proyecto, con miras a implantar una microempresa para la producción y comercialización de durazno, con el apoyo de las principales autoridades de la parroquia.

Las condiciones climáticas de temperatura y suelo hacen que este sector sea apto para la cultivar diferentes productos, como el durazno que es una fruta aceptada por todas las personas, el cual motiva a emprender la iniciativa de comercialización.

En caso de no ejecutarse este proyecto en el cantón Pimampiro, éste seguirá presentando una baja en el sector económico, debido a que los productores han presentado una baja rentabilidad, ya que sus productos son llevados al mercado por intermediarios.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 GENERAL

Realizar el diagnostico situacional del entorno de Pimamapiro en el cual se ubicara la microempresa de producción y comercialización de durazno para redactar aliados, oportunidades, oponentes y riesgos.

1.2.2 ESPECÍFICOS

- Conocer las características demográficas del Cantón Pimampiro.
- Indagar el sistema de producción utilizados para el cultivo de durazno en el sector.

- Determinar la calidad de talento humano que laboran en el sector.
- Identificar los sistemas de organización existentes en la zona de influencia del proyecto.

1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Una vez establecidos los objetivos del diagnóstico, se han identificado las siguientes variables:

- Demográficas
- Producción
- Talento Humano
- Estructura Administrativa

1.4 INDICADORES DE LA VARIABLES

DEMOGRÁFICAS

- Clima
- Temperatura
- Suelo
- Disponibilidad de terreno
- Población

PRODUCCIÓN

- Formas de producción
- Volumen de producción
- Mano de obra
- Rentabilidad
- Plagas y enfermedades

TALENTO HUMANO

- Experiencia de trabajo
- Capacitación

- Conocimiento del producto
- Nivel educativo

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

- Organización
- Formas administrativas
- Nivel de organización
- Canal de información

1.5 MECÁNICA OPERATIVA DEL DIAGNÓSTICO

➤ POBLACIÓN DEL CANTÓN PIMAMPIRO

De acuerdo con el Censo de Población realizado en el año 2010, cuenta con 12.970 habitantes distribuidos de la siguiente manera:

CUADRO N° 1

HOMBRES	MUJERES	TOTAL POBLACIÓN
6.448	6.522	12.970

FUENTE: CENSO INEC 2010

➤ DATOS GENERALES

CUADRO N° 2

PROVINCIA	Imbabura
TEMPERATURA	15°C - 21°C
SUPERFICIE	442,5 Km2
ALTURA	2.165 m.s.n.m.
CLIMA	Templado

FUENTE: http://www.imbaburaturismo.gov.ectarget%3D_blank/

➤ DIVISIÓN POLÍTICA

Durante la Presidencia de Jaime Roldós Aguilera, Pimampiro se constituye como cantón. Esto fue mediante un Decreto Legislativo

publicado en el Registro Oficial No.02 del 21 de mayo de 1981, estableciendo las siguientes parroquias y su extensión:

PARROQUIA	EXTENSIÓN Km2
Chugá	47,97
Mariano Acosta	133,76
Pimampiro	88,44
San Francisco de Sigsipamba	172,3
TOTAL	442,5

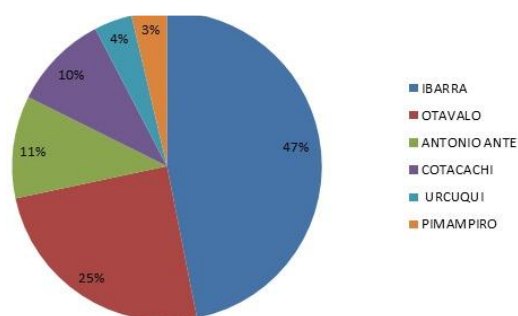
FUENTE: www.pimampiro.gob.ec

➤ **POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA PROVINCIAL**

La Población Económicamente Activa PEA, es aquella que interviene en la producción de bienes y servicios, éstos se agrupan en los siguientes: sector I, de las actividades agropecuarias; sector II industrias, y III servicios. Cada uno de estos sectores genera el Producto Interno Bruto PIB o también denominado Valor Agregado, que no es otra cosa que, la suma del valor de todos los bienes y servicios finales producidos en el país o provincia, en un año.

La agrupación de la población activa principalmente en Ibarra y Otavalo toma forma al posibilitar, que las actividades económicas sean más dinámicas por existir talento humano en edad productiva. A diferencia de los cantones de Urcuqui y Pimampiro donde la población activa opta por migrar al no existir actividades económicas donde puedan emplearse.

PEA PROVINCIAL



FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010

➤ POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA) DEL CANTÓN PIMAMPIRO

Es de suma importancia, evaluar este factor; ya que, el porcentaje de Población Económicamente Activa, da una idea de la capacidad económica de sus habitantes, y de la condición en que otros factores como: educación, salud, etc., se encuentran.

CUADRO N° 3

PARROQUIAS	TOTAL POBLACIÓN	PEA HABITANTES	PEA PORCENTAJE
Pimampiro	8192	3279	40.03
Mariano Acosta	1929	853	44.34
San Francisco	1568	609	39.05
Chugá	1281	438	38.08

FUENTE: CENSO NACIONAL DE POBLACIÓN Y VIVIENDA

➤ VALORACIÓN FACTORES SOCIALES

En la Valoración de Factores Sociales, se toma en cuenta la Educación de los centros poblados más importantes.

- **EDUCACIÓN**

Un factor sumamente importante; ya que, el nivel de educación que tenga un grupo de personas determinará su comportamiento frente al uso de tierra y recursos naturales.

- **ACTIVIDAD ECONÓMICA Y EMPLEO**

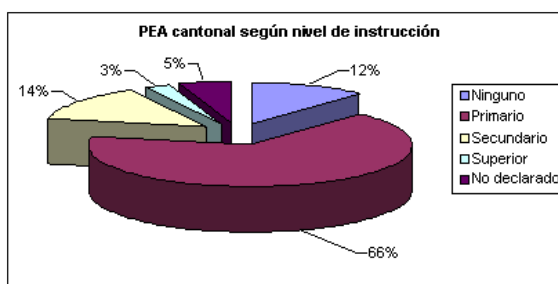
En lo referente a la concentración poblacional, se puede observar que la parroquia Pimampiro es donde se ubica el mayor porcentaje de la población total, siendo por esta razón el centro económico del cantón.

La tendencia hacia la agricultura es unánime en las 4 parroquias de Pimampiro, siendo esta actividad a la que se dedica prioritariamente la población; ya que el cantón Pimampiro es muy productivo porque sus tierras agrícolas son muy fértiles.

➤ **PEA CANTONAL SEGÚN NIVEL DE INSTRUCCIÓN**

En el cantón Pimampiro el nivel de instrucción más evidente de los pobladores es la terminación de la primaria, por esta razón la mayoría de personas se dedican a la agricultura.

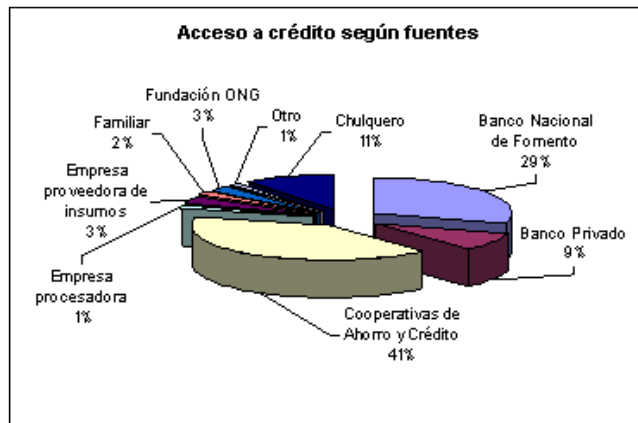
GRÁFICO N° 1



➤ **ACCESO A CRÉDITO SEGÚN FUENTES**

Los pobladores del cantón acuden a créditos para solventar sus cultivos a la Cooperativa de Ahorro y Crédito seguido del Banco Nacional de Fomento los cuales acceden créditos a los pequeños productores del sector.

GRÁFICO N° 2

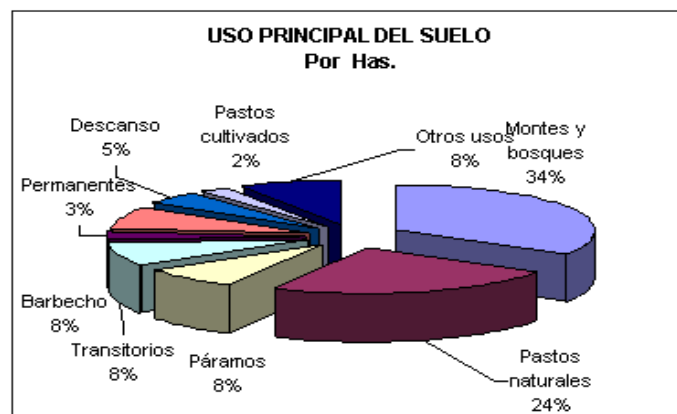


FUENTE: MUNICIPIO DE PIMAMPIRO

➤ **USO PRINCIPAL DEL SUELO POR Has.**

Para el cultivo de diferentes productos que existen en el cantón los pobladores optan por utilizar montes, bosques y pastos naturales que son ideales para todo tipo de producción.

GRÁFICO N° 3

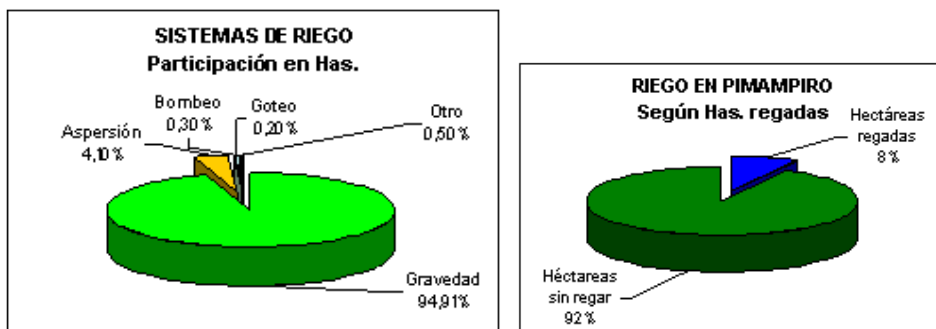


FUENTE: MUNICIPIO DE PIMAMPIRO-INEC

➤ **SISTEMA DE RIEGO SEGÚN Has.**

En la actualidad los agricultores del cantón no utilizan un sistema adecuado de riego solamente utilizan un sistema casero el cual no abarca la totalidad que necesita el terreno.

GRÁFICO N° 4

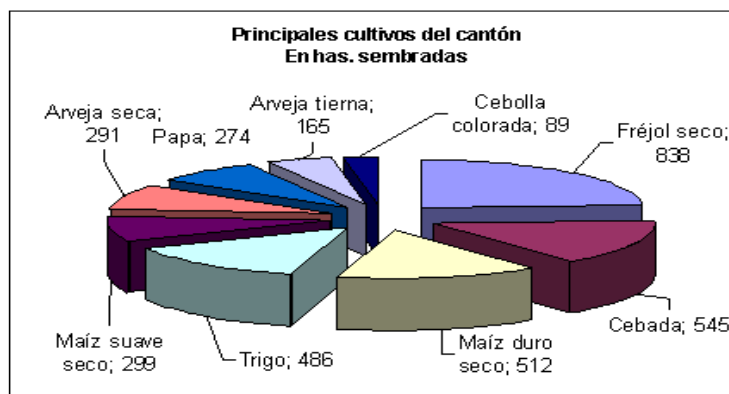


FUENTE: MUNICIPIO DE PIMAMPIRO-INEC

➤ **PRINCIPALES CULTIVOS DEL CANTÓN**

El cantón de Pimampiro, la mayor parte de sus pobladores se dedican a la agricultura es por ello que se describen los siguientes aspectos: Producción agrícola de fréjol, arveja, cebolla, hortalizas, cebada, trigo, maíz suave, maíz duro, tomate riñón, frutales este último está siendo aceptado por los agricultores de este sector en la actualidad.

GRÁFICO N° 5



FUENTE: MUNICIPIO DE PIMAMPIRO-INEC

➤ **ASPECTOS SOCIO ECONÓMICOS**

Es importante conocer las principales actividades económicas que realiza la población para subsistir tanto en el sector urbano como rural y de esta manera tomarlos en cuenta para el Desarrollo del Turismo en el cantón aprovechando sus conocimientos y sus habilidades en la actividad agrícola, para enfocarlas de mejor manera y aprovecharlas al sector turismo.

➤ **ACTIVIDADES ECONÓMICAS**

En la zona rural las principales actividades que se desarrollan son la agricultura y ganadería, en la zona urbana la actividad principal es el comercio de productos agrícolas, Pimampiro es uno de los principales centros de comercialización y de fijación de precios mínimos referenciales de productos de la sierra, especialmente del frijol, cebolla, tomate y arveja tierna.

➤ **ACTIVIDADES INDUSTRIALES**

El área urbana del cantón actualmente no presenta ninguna actividad industrial, únicamente de comercialización de productos. En pequeña escala se encuentra molinos de granos.

➤ **ACTIVIDADES COMERCIALES**

La práctica más frecuente es la intermediación en la compra y venta de productos agrícolas. Se observa varios tipos de negocios, desde confiterías hasta almacenes de electrodomésticos, la mayor circulación de efectivo se produce en las bodegas y en los grandes comerciantes.

➤ **ACTIVIDADES ARTESANALES**

El área de Mariano Acosta presenta actividad artesanal como los bordados de Mariano Acosta, Collares con materiales naturales encontrados en el Río Pisque.

➤ **AGRICULTURA**

Los conocimientos de la agricultura en Pimampiro se consolidan en la actualidad por su ubicación. El cultivo de los diferentes productos agrícolas obedece a un clima templado cuyos conocimientos técnicos han ido desarrollándose progresivamente.

Hoy se puede encontrar variedad de cultivos de los diferentes nichos ecológicos; desde legumbres, cereales, tomates, caña de azúcar, anís, hasta toda clase de frutas.

➤ **ATRATIVOS TURÍSTICOS**

- Laguna de Puruhanta: De Pimampiro para llegar tiene 37,3 Km.
- Laguna Negra: Se desarrollar un turismo de aventura.
- Río Mataquí: Buen paisaje, con aguas cristalinas y con una temperatura agradable.
- Río Pisque: Este río nace de la laguna Puruhanta
- Río Verde: Está rodeado de montañas con vegetación abundante
- Río Blanco: Está rodeado por altas montañas rocosas de pendientes fuertes, lo cual permite que en sus aguas exista fauna acuática.
- Bosque de los Alisos
- Terrazas del Cebadal
- Bosque Medicinal “Jambi Sacha” – Nueva América
- Cascada de Agua Clara de Tornillos
- Vertiente de Agua Ferruginosa

1.6 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INFORMACIÓN

En la presente investigación se utilizará dos tipos de información, la información primaria y secundaria.

1.6.1 INFORMACIÓN PRIMARIA

- Encuesta
- Entrevista
- Observación directa
- Opinión de expertos

1.6.2 INFORMACIÓN SECUNDARIA

- Investigación Documental
- Investigación Bibliográfica
- Investigación Internet
- Investigación Revistas y Periódico

1.7 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA AOR

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECÍFICO	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICAS
Realizar el diagnóstico situacional del entorno de Pimamapiro en el cual se ubicará la microempresa de producción y comercialización de durazno para redactar aliados, oportunidades, oponentes y riesgos.	Conocer las características demográficas del Cantón Pimampiro.	DEMOGRÁFICA	Clima Temperatura Suelo Disponibilidad de terreno	SECUNDARIA	Documentos Internet Opinión/Exp. Opinión/Exp.
	Indagar el sistema de producción utilizados para el cultivo de durazno en el sector.	PRODUCCIÓN	Formas de producción Volumen de producción Mano de obra Rentabilidad Plagas y enfermedades	PRIMARIA SECUNDARIA	Entrevista Encuesta Entrevista Encuesta Opinión/Exp.
	Determinar la calidad de talento humano que laboran en el sector.	TALENTO HUMANO	Experiencia de trabajo Capacitación Conocimiento del producto Nivel educativo	PRIMARIA	Entrevista Encuesta Entrevista Encuesta
	Identificar los sistemas de organización existentes en la zona de influencia del proyecto.	ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	Organización Formas administrativas Nivel de organización Canal de información	PRIMARIA SECUNDARIA	Encuesta Encuesta Encuesta Documentos

1.8 DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades Y Riesgos.

ALIADOS

- La buena predisposición de los productores a formar parte del proyecto.
- El lugar es apto ya que cuenta con buenas condiciones ambientales en los meses de producción.
- Trabajo estratégico con los agricultores dedicados a actividades agrícolas.
- En el cantón Pimampiro existen organizaciones de agricultores.
- Existen disponibilidad de variedades de buena calidad.

OPONENTES

- Ausencia de tecnología actualizada para este tipo de proyectos.
- Alto costo de los insumos agrícolas para la producción de durazno.
- Falta de recursos económicos para aumentar la producción.
- Inestabilidad del precio del producto.
- Falta de experiencia en el cultivo.

OPORTUNIDADES

- Nuevas tendencias de consumo.
- Adaptar nuevas técnicas agrícolas para aumentar la productividad.

- Demanda potencial significativa en diferentes supermercados del país.
- Programas de incentivos de cultivo por parte del gobierno otorgando créditos blandos.
- Convenios con entidades para comercializar el producto.

RIESGOS

- Inclemencias del tiempo ocasionan pérdidas en los cultivos.
- Inestabilidad del mercado genera incertidumbre en el productor
- Presencia de plagas y enfermedades.
- El sistema financiero del país maneja altas tasas de crédito.
- La globalización económica afecta en la comercialización del producto a nivel local y regional.

1.9 DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Luego de haber realizado el diagnóstico situacional en la parroquia Pimampiro, utilizando variables que definirán los estudios posteriores del proyecto. Se ha identificado que los productores de durazno deben aprovechar las condiciones climáticas del sector y técnicas adecuadas para la producción y así generar más rentabilidad, creando productos de buena calidad y por ende desarrollar una cultura de consumo a todas las personas.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 EMPRESA

2.1.1 DEFINICIÓN

ZAPATA, P.; (2008); Pág. 5, dice: “La empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al estado y a la sociedad.”

Empresa es una organización económico- social con vida propia donde se integran elementos humanos, técnicos y materiales para satisfacer las demandas existentes en el mercado sea de bienes o servicios, cuyo objetivo principal es la obtención de utilidades.

2.1.2 FINES DE LA EMPRESA

El fin inmediato de la empresa es la producción de bienes o servicios para un mercado.

LAS FINALIDADES DE LAS EPRESAS SON:

- Finalidad económica externa, que es la producción de bienes o servicios para satisfacer necesidades de la sociedad.
- Finalidad económica interna, que es la obtención de un valor agregado para remunerar a los integrantes de la empresa. A unos en forma de utilidades o dividendos y a otros en forma de sueldos, salarios y prestaciones.
- Finalidad social externa, que es contribuir al pleno desarrollo de la sociedad, tratando que en su desempeño económico no solamente no se vulneren los valores sociales y personales fundamentales, sino que en lo posible se promuevan.

- Finalidad social interna, que es contribuir, en el seno de la empresa, al pleno desarrollo de sus integrantes, tratando de no vulnerar valores humanos fundamentales, sino también promoviéndolos.
- **EMPRESA PRIVADA:** Busca la obtención de un beneficio económico mediante la satisfacción de alguna necesidad de origen general o social.
- **EMPRESA PÚBLICA.** Tiene como fin satisfacer una necesidad de carácter general o social sin obtener lucro.

2.2 MICROEMPRESA

2.2.1 DEFINICIÓN

FRED, David; (2008); dice: “La microempresa es aquella que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes, o prestación de servicios”

En la actualidad hablar de microempresa es uno de los términos más importantes ya que constituiría una alternativa para solucionar algunos problemas que enfrenta nuestra sociedad, como también a través de ella se buscará nuevas maneras para lograr un desarrollo económico y así contribuir y generar fuentes de trabajo, produciendo bienes y servicios de calidad para satisfacer las necesidades de los consumidores.

2.2.2 OBJETIVOS DE MICROEMPRESA

FRED, David; (2008), pág.56; manifiesta: “Los objetivos deben ser capaces de convertirse en metas y tareas específicas de todas las áreas de las que depende la supervivencia de la empresa; aumentar las ganancias, incremento de la productividad, crecimiento y expansión de la microempresa, crear nuevos productos y servicios, generar empleo”

La microempresa estará comprometida a ser capaz de conseguir las metas y los objetivos que se han propuesto y de esta manera beneficiará

tanto la empresa como a los que forman parte de la misma mejorando sus productos y servicios, y por ende sus ingresos podrán mejorar notablemente.

2.2.3 CARACTERÍSTICAS DE LA MICROEMPRESA

- Su forma jurídica a lo mucho es de responsabilidad limitada, constituida por una persona o grupo familiar.
- El dueño administra y controla los movimientos económicos.
- Su capacidad es limitada, razón por la cual no exceden de 10 empleados.
- Su objetivo predominante es el mercado local y eventualmente el regional.
- Crece principalmente a través de la reinversión de sus utilidades.
- La mayoría tiene la tendencia a no cambiar su lugar de operaciones, tratando de conservar su mercado y mantener una estrecha relación con su clientela.
- Son un soporte al desarrollo de grandes empresas.
- Generalmente no tienen personal capacitado.
- Existe poca delegación de funciones.
- Escasa utilización de tecnología.

2.3 DURAZNO

2.3.1 DEFINICIÓN

www.infoagro.com/diccionario_agricola/; (2013); define: ***"Durazno o melocotón es una drupa de olor agradable, esférica, de seis a ocho centímetros de diámetro, con un surco profundo que ocupa media circunferencia, epicarpio delgado, veloso, de color amarillo con manchas encarnadas, mesocarpio amarillento, de sabor agradable y adherido a un hueso pardo, duro y rugoso, que encierra una almendra muy amarga.***

El Durazno es una fruta altamente demandada en la actualidad en distintos rincones; por lo mismo, suele estar presente, en postres, mermeladas, jaleas y de manera natural, pero su consumo no sólo reporta placer y goce a quienes consideran esta fruta entre sus alimentos

favoritos, ya que la ingesta de este alimento a diario y de manera equilibrada reporta importantes beneficios para la salud, con lo que te permitirá disfrutar de una mejor calidad de vida y evitar algunas enfermedades

2.3.2 VARIEDADES

➤ **Conservero**

Su pulpa es de color blanco. Su tamaño oscila entre mediano y grande. Se utiliza más para dulces y conservas y la mayor cantidad de cultivos de este tipo está en Azuay.

➤ **Guaytambo**

Se cultiva más en los valles. Es de tamaño pequeño a mediano. Su pulpa es de color blanco y es suave. Se cultiva en Tungurahua

➤ **El nectarino**

Son de textura lisa, pulpa amarilla bien adherida a la pepa y bastante jugosos. Se cultiva en Tungurahua

➤ **Diamante**

Es de color amarillo, tamaño mediano a grande. Se cultiva en zonas subtropicales, norte de Pichincha e Imbabura

2.3.3 CULTIVO VARIEDAD DIAMANTE

El duraznero prospera en áreas geográficas acotadas, ya que requiere condiciones de frío. Los [requerimientos de frío](#) varían entre cultivares y en general no son satisfechos en condiciones de clima subtropical.

Esta variedad de durazno puede alcanzar una altura que oscilan entre 2,5 a 3,5 metros, el ancho de copa alcanza un promedio de 3m; el árbol florece abundantemente, los frutos son de tamaño mediano a grande de color amarillo intenso y su pulpa amarillo oscuro, este tipo de durazno es firme y dulce.

2.3.4 PLANTACIÓN

Para la plantación de la planta de durazno es recomendable que el tipo de suelo sea Franco - arenoso a Franco - arcilloso, el terreno debe estar a una altitud de 2000-2700 msnm con una temperatura promedio de 14°C a 18°C; la plantación se la debe realizar cada cuatro metros entre planta y planta, esto permite que el aire frío circule durante las noches y mantenga la zona fresca.

2.3.5 ENFERMEDADES

Son propensos a distintas enfermedades fúngicas tal como la Cloca, Monilla, Mancha de fruto, reduce la cosecha, y provoca una defoliación parcial del árbol.

Dentro de los insectos una de las principales plagas de este cultivo es la mosca de la fruta cuyas larvas producen grandes daños a los frutos próximos a madurar.

2.3.6 COSECHA

La época de cosecha para la variedad de durazno diamante es cualquier mes del año dependiendo de la poda, prácticas de defoliación, manejo de riego. El ciclo de cosecha es cada 6 meses, es decir dos cosechas al año con un almacenamiento para la duración de la fruta que es de 4 a 5 días al ambiente y de 15 días en refrigeración manteniendo a la fruta en perfecto estado con un peso promedio del fruto de 97,7 a 120 gramos.

2.4 LA ADMINISTRACIÓN

2.4.1 DEFINICIÓN

CHIAVENATO, Idalberto; 2010; dice: La administración es "el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales"

La administración nos ayudaría a interpretar los objetivos propuestos por la organización y transformarlos en acción organizacional a través de los procesos en todas las áreas y niveles de la microempresa con el fin de alcanzar los objetivos de la manera más adecuada.

2.4.2 IMPORTANCIA

La administración es importante para el buen funcionamiento de cualquier organismo social. Es simplificador del trabajo estableciendo principios, métodos y procedimientos; la administración tiene que ver con la productividad lo que significa eficacia y eficiencia.

A través de los principios de administración se contribuye al bienestar de la comunidad, ya que proporciona lineamientos para optimizar el aprovechamiento de los recursos, para mejorar las relaciones humanas y generar empleos.

2.4.3 PROCESO ADMINISTRATIVO

El proceso administrativo considera la administración como una actividad compuesta de ciertas sub-actividades que constituyen el proceso administrativo. Este proceso administrativo formado por:

- **LA PLANEACION** para determinar los objetivos en los cursos de acción que van a seguirse.
- **LA ORGANIZACIÓN** para distribuir el trabajo entre los miembros del grupo y para establecer y reconocer las relaciones necesarias.
- **LA EJECUCIÓN** por los miembros del grupo para que lleven a cabo las tareas prescritas con voluntad y entusiasmo.
- **EL CONTROL** de las actividades para que se conformen con los planes.

2.5 ANÁLISIS FINANCIERO

BRAVO VALDIVIESO, Mercedes; (2013), dice: "Es el proceso que comprende la recopilación, interpretación, comparación y estudio de los estados financieros y datos operacionales de un negocio"

Es decir, es un **método que permite analizar las consecuencias financieras de las decisiones de negocios**. Para esto es necesario aplicar técnicas que permitan recolectar la información relevante, llevar a cabo distintas mediciones y sacar conclusiones.

Gracias al análisis financiero, es posible estimar el rendimiento de una **inversión**, estudiar su riesgo y saber si el flujo de fondos de una empresa alcanza para afrontar los pagos, entre otras cuestiones.

2.5.1 RAZONES FINANCIERAS

Las razones financieras son indicadores utilizados en el mundo de las finanzas para medir o cuantificar la realidad económica y financiera de una empresa o unidad evaluada, y su capacidad para asumir las diferentes obligaciones a que se haga cargo para poder desarrollar su objeto social, estas son:

➤ RAZONES DE LIQUIDEZ

Permiten identificar el grado o índice de liquidez con que cuenta la empresa.

➤ RAZONES DE ENDEUDAMIENTO

Permiten identificar el grado de endeudamiento que tiene la empresa y su capacidad para asumir sus pasivos.

➤ RAZONES DE RENTABILIDAD

Pretende medir el nivel o grado de rentabilidad que obtiene la empresa ya sea con respecto a las ventas, con respecto al monto de los activos de la empresa o respecto al capital aportado por los socios.

➤ RAZONES DE COBERTURA

Miden la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones o determinados cargos que pueden comprometer la salud financiera de la empresa.

2.5.2 IMPORTANCIA DEL ANÁLISIS FINANCIERO

Es importante para introducir a las empresas en un mercado competitivo. Con el análisis financiero se logra identificar los diversos procesos

económicos de las diferentes organizaciones, lo cual permite evaluar objetivamente el desempeño de la administración, determinando las posibilidades de desarrollo y el perfeccionamiento de la dirección.

2.5.3 OBJETIVOS DEL ANÁLISIS FINANCIERO

- Capacidad para obtener ingresos y sostener el crecimiento tanto a corto plazo y largo plazo.
- Capacidad para pagar sus obligaciones a los acreedores y otras terceras partes en el largo plazo.
- Capacidad para mantener el flujo de caja positivo, mientras que satisfacer las obligaciones inmediatas
- Capacidad de la empresa para permanecer en el mercado.

2.6 ESTUDIO DE MERCADO

CANTOS AGUIRRE, Enriqueta; (2006); manifiesta: “Es el conjunto de operaciones que realiza la microempresa desde que sitúa el producto o el servicio para entrega al cliente, cuando se trata de identificar las necesidades de los clientes, con base a lo cual este estudio garantiza que se satisfaga eficientemente dichas demandas”.

Consiste en una iniciativa [empresarial](#) con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.

2.6.1 OFERTA

GÓMEZ TARRAGONA, Daniel, (2010); afirma: “La oferta está constituida por el conjunto de proveedores que existen en el mercado y constituye la competencia actual que debe enfrentar el producto o servicio, es importante identificar cuáles son los posibles sustitutos para poder comparar con la demanda”

La oferta no es más que los bienes o servicios disponibles en el mercado por parte de los productores en un tiempo y precios determinados, ésta nos permitirá conocer los bienes que están siendo ofrecidos en el mercado y la competencia actual con el que cuenta para satisfacer las necesidades de los consumidores; el producto debe ser presentado de manera atractiva para que estimule la acción de compra.

2.6.2 DEMANDA

GÓMEZ TRRAGONA, Daniel, (2010); “La demanda es la función más importante que se necesita analizar porque establecen quienes van hacer los posibles demandantes del producto para lo cual es importante recordar que existen tres clases de demanda:

- ***Demanda potencial o consumidores potenciales que corresponde a los identificados en el mercado.***
- ***Demanda real que constituye el mercado meta al cual se quiere llegar.***
- ***Demanda efectiva es el nicho de mercado al cual se satisface con el producto y servicio.***

La demanda es la capacidad de adquirir productos y de esta manera satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes o consumidores, es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad.

2.6.3 DEMANDA INSATISFECHA

Es la demanda planeada en que éste accede a la oferta y que por lo tanto, no puede hacerse compra efectiva de bienes y servicios.

2.7 MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN

2.7.1 PRECIO

GÓMEZ TRRAGONA, Daniel; (2010); define: “Es la cantidad de dinero que el comprador intercambia por productos y/o servicios recibidos del vendedor”

Es el valor de intercambio, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y del uso o el consumo del producto; es la estimación cuantitativa que se efectúa sobre un producto si éste es aceptado o no, atendiendo a la capacidad de requerimientos, es decir que el precio fijado este de acuerdo a la calidad del producto.

2.7.2 SERVICIO

CANTOS AGUIRRE, Enriqueta; (2006); expresa: “Son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen para la venta”.

Es lo que ofrece la organización para obtener beneficios; con un buen trato, entregando productos de buena calidad y cubriendo las necesidades de los clientes y así satisfacerlos.

2.7.3 MERCADO META

VARGAS VARGAS, Samuel A.; (2012); expone: “Un mercado meta es un grupo de personas con necesidades comunes para quienes se diseñan y promueven acciones de mercado tendientes a satisfacer sus necesidades”.

Es la planeación de la mercadotecnia en donde la organización comienza con la decisión de sus metas de mercado, una vez que se establecen las metas, el siguiente paso en el proceso de planeación estrategia consiste en seleccionar los mercados metas de la organización.

2.7.4 PLAZA

PRIETO HERRERA, Jorge Eliécer; (2013); señala: “Es el sitio donde se encuentra el producto o servicio disponible para su consumo o uso”.

Es el elemento que utilizamos para conseguir que el producto llegue satisfactoriamente al cliente.

2.7.5 COMERCIALIZACIÓN

BACA URBINA, Gabriel; (2013); expresa: “Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.

La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y maneras de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Por tanto, comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar

indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman.

2.7.6 PROMOCIÓN

GÓMEZ TRRAGONA, Daniel, (2010); “se concibe como un conjunto de incentivos, generalmente a corto plazo, diseñados para estimular rápidamente la compra de determinados productos o servicios por los consumidores”.

La promoción podría ser utilizada a través de formas tradicionales de tal manera que pueda influir en las ventas de servicios como productos de esta manera provocar que el cliente sienta la necesidad de adquirir el producto y así disminuir el riesgo de compra.

2.7.7 PUBLICIDAD

KOTLER, Philip ; ARMSTRONG, Gary; (2008); comentan: “Toda forma de comunicación no personal que es pagada por una empresa identificada para presentar y promocionar ideas, productos o servicios”.

Es cualquier forma pagada de presentación no personal y promoción de servicios a través de un individuo u organización de terminados.

2.7.8 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Son los agentes implicados en el proceso de mover los productos desde el proveedor hasta el consumidor.

Los canales de distribución más sobresalientes son:

Productor-Consumidor final

Productor –minorista –consumidor final

Productor- mayorista-minorista- consumidor final

Productor – representantes – mayoristas- minorista- consumidor final.

2.8 ESTUDIO TÉCNICO

BACA URBINA, Gabriel; (2007); explica: “El Estudio Técnico supone la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y, obviamente, la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del y las restricciones de orden financiero”.

Se puede afirmar que corresponde a la estimación de las inversiones, además de la identificación, la determinación de la capacidad de producción en un período, para así definir el sitio donde se va a ubicar la nueva unidad productiva y determinar la infraestructura física requerida, equipo, maquinaria y talento humano para la producción.

2.8.1 MACRO LOCALIZACIÓN

BETZAIDA, Guadalupe; (2007); dice: “La Macro localización tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de planeación basándose en la condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente debe indicarse con un mapa del país o región dependiendo del área de influencia del proyecto”.

En términos generales la macro localización constituirá la región del medio nacional que ha sido escogida para montar la microempresa, es decir establecer la provincia la ciudad y el cantón

2.8.2 MICRO LOCALIZACIÓN

SAPAG, Nassir; (2007); indica: “La Micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de los costos para cada alternativa se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará”.

Consiste en la elección de la zona o localidad para finalmente determinar el sitio preciso tomando en cuenta que la empresa debe ubicarse en el lugar donde existan mayores posibilidades de expansión y comercialización.

2.9 ESTUDIO FINANCIERO

2.9.1 DEFINICIÓN DE CONTABILIDAD

BRAVO VALDIVIESO, Mercedes; (2013); define: “Es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o período contable”.

La Contabilidad nos ayudará en el sistema de registro, en el resumen y análisis de alguna transacción financiera de una entidad económica, es importante aclarar que esta debe suministrar información clara, que nos permita llegar con claridad a la interpretación de los Estados Financieros de la microempresa y para esto es necesario destacar de forma especial la actividad del contador que debe cumplir normas de conducta irrevocables como la honradez, la honestidad, la ética empresarial, que los informes deben ser realizados con claridad y exactitud.

2.9.2 FUNCIONES DE LA CONTABILIDAD

- **Función Histórica:** Registro de los hechos que van apareciendo como pagos y cobros en orden de fechas.
- **Función Estadística:** Reflejo de los hechos económicos en cantidades que dan una visión real de la forma como queda afectada la situación del negocio.
- **Función Económica:** Estudia el proceso que se sigue en cuestión de dinero para la obtención del producto.
- **Función Financiera:** Analiza la obtención de los recursos monetarios para hacer frente a los compromisos de la empresa.
- **Función Fiscal:** Saber cómo afectan las disposiciones fiscales mediante las cuales se fija la contribución por impuestos a la empresa.
- **Función Legal:** Conocer los artículos, leyes que puedan afectar a la empresa para que la contabilidad refleje de manera legal el contenido jurídico de sus actividades.

2.10 ESTADOS FINANCIEROS

BRAVO VALDIVIESO, Mercedes; (2013); Pág. 147. Expone lo siguiente: “Los estados financieros se elaboran al finalizar un período contable con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa la cual permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial futuro de la compañía.”

Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son documentos que debe preparar la empresa al terminar el ejercicio contable, con el fin de conocer la situación financiera y los resultados económicos obtenidos en las actividades de su empresa a lo largo de un período a una fecha o periodo determinado.

La mayoría de estos documentos constituye el producto final de la contabilidad y son elaborados de acuerdo a principios de contabilidad generalmente aceptados, normas contables o normas de información financiera.

2.10.1 BALANCE GENERAL

BRAVO VALDIVIESO, Mercedes; (2013); expresa: “Es un informe contable que se presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, establece la posición financiera de la empresa en un momento determinado”

También conocido como estado de situación financiera o estado de posición financiera muestra los activos, pasivos y capital contable a una fecha determinada: cuanto tiene la empresa (activos) y cuánto debe (pasivo y capital), tanto a fuentes externas como a internas.

En este documento se detallan las propiedades y obligaciones de la empresa a una fecha específica. Las propiedades son los activos y las obligaciones son sus pasivos más el capital, y su situación financiera es lo que posee una empresa menos lo que adeuda.

2.10.2 ESTADO DE RESULTADOS

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

Se podría decir que el estado de resultados es una forma de mostrar las variaciones del capital, es dinámico ya que expresa en forma acumulativa las cifras de rentas, costos y gastos resultantes en período determinado.

2.10.3 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

ZAPATA, Pedro, (2008); pág. 76; señala: “El Flujo de Caja representa en una forma esquemática las salidas y las entradas de dinero al proyecto, permitiendo aplicar criterios de rentabilidad para conocer la bondad del proyecto desde el punto de vista financieros”.

En una empresa o microempresa el estado de flujo de caja o efectivo resumirá de una manera muy determinada sus orígenes y operaciones de efectivo durante un período específico.

2.11 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

URBINA, Gabriel, (2007), pág. 97; menciona: “La estructura organizacional se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan actividades de la organización en cuanto a las relaciones entre gerente y empleados, entre gerentes y gerentes, y entre empleados y empleados. Los departamentos de una organización se pueden estructurar, formalmente en tres formas básicas: por función, por producto/mercado en forma de matriz.

La estructura organizacional estaría basada en los aspectos necesarios que permitan el buen funcionamiento, en este caso de la microempresa; estos aspectos tendrían que ver con la situación legal de la microempresa, la organización, misión, visión, políticas entre otros aspectos necesarios, y así trabajar normalmente.

2.12 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

ENRIQUE, Franklin; (2004); www.promonegocios.net; dice: “Los organigramas estructurales son representaciones gráficas de estructura formal de una organización, que muestran las interrelaciones, las funciones, los niveles jerárquicos, las obligaciones y la autoridad, existentes dentro de ellas”.

El Organigrama Estructural es una herramienta muy importante, ya que de esta manera se podría detallar la orientación gráfica de la estructura orgánica de la microempresa, en donde constan niveles jerárquicos, líneas de autoridad entre otros.

2.13 ORGANIGRAMA FUNCIONAL

ENRIQUE, Franklin; (2004); www.promonegocios.net; enuncia: “En el organigrama funcional incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus principales funciones de cada departamento. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general”

El orgánico funcional es una especificación de las tareas y requisitos necesarios a cada uno de los cargos y unidades administrativas que forman parte de la estructura orgánica, necesario para cumplir con las atribuciones de la organización.

2.13.1 MISIÓN

ENRIQUE, Franklin; (2004); www.promonegocios.net; comenta: “la misión sirve a la organización como guía o marco de referencia para orientar sus acciones y enlazar lo deseado con lo posible”

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

2.13.2 VISIÓN

FRIEND, Graham; (2008); describe: “En la visión se redacta lo que la empresa intenta alcanzar en el futuro utilizando todos sus recursos mediante un trabajo eficaz”

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

2.14 INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

2.14.1 FLUJOS DE CAJA PROYECTADO

CANTOS AGUIRRE, Enriqueta; (2006); expresa: “Es el estado financiero que mide solamente movimientos de efectivo, considera todos los ingresos y egresos del período, los cuales podría ser de cuatro o cinco años considerando variables de inflación, devaluación, otros”.

El Flujo de Caja es un informe financiero que presenta un detalle de **los flujos de ingresos y egresos de dinero** que tiene una empresa en un período dado. Algunos ejemplos de ingresos son los ingresos por venta, el cobro de deudas, alquileres, el cobro de préstamos, intereses, etc. Ejemplos de egresos o salidas de dinero, son el pago de facturas, pago de impuestos, pago de sueldos, préstamos, intereses, amortizaciones de deuda, servicios de agua o luz.

2.14.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

SAPAG, Nassir, (2007); señala: “El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero, donde VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en la moneda actual”.

FÓRMULA:

$$VAN = \langle \text{Inversión} \rangle + \sum \frac{FC}{(1+i)^n}$$

FC: flujos de caja proyectados

i: tasa de descuento

n: tiempo u horizonte de vida útil del proyecto de inversión

El VAN nos permitirá determinar la valoración de una inversión en función de la diferencia entre los ingresos y egresos actualizados al año cero, incluyendo las inversiones. La inversión será aconsejable si su VAN es positivo, ya que en el caso de ser negativo el proyecto se rechaza porque no es rentable, es decir el VAN nos ayudará a medir la rentabilidad en dinero actual de los flujos de caja.

2.14.3 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

JÁCOME, Walter, (2005), pág. 84; afirma: “El TIR es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o en el momento que el VAN es igual a cero”

$$\text{TIR: } \frac{Ti + Ti(VAN(+)-VAN(-))}{Ts - Ti}$$

Ti: Tasa inferior de redescuento

Ts: Tasa superior de redescuento

VAN (+): Valor positivo

VAN (-): Valor negativo

TIR es la tasa que aplicada a la actualización de la inversión y de los ingresos netos de cada período del proyecto, igualen a los valores actualizados.

2.14.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

SAPAG, Nassir, (2007); expresa: “El Punto de equilibrio es válido únicamente para el año uno del proyectado porque mientras más tardío es el pronóstico es menos cierto”.

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

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

2.15 TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

JÁCOME, Walter, (2005); manifiesta: “El período de recuperación de la inversión es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Período de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo”.

El período de recuperación es el plazo que deberá transcurrir hasta que la suma de los flujos de efectivo de una inversión sea igual a su inversión.

2.16. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

SAPAG, Nassir, (2008), pág. 278; dice: “El análisis de Costo – Beneficio es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto”.

El costo beneficio es el valor presente de los flujos futuros de efectivo dividido por la inversión inicial es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria.

2.17 COSTOS Y GASTOS

- **COSTO:** El costo hace referencia al conjunto de repartición en que se incurre para producir un bien o servicio, como:
 - **Materia prima:** Forma la mayor parte del costo, es importante como parámetro de medición y control de variación.
 - **Mano de obra:** Es elemento indispensable en la producción, y es el segundo elemento más importante del costo

- **Costos indirectos de fabricación:** es el que se conforma con los pagos y causaciones de los anteriores.

- **GASTO:** Es el conjunto de erogaciones destinadas a la distribución o venta del producto, y a la administración. Es una inversión de dinero que una empresa hace, con el fin de producir un bien y/o un servicio, esto no involucran los gastos de operación representados por los gastos administrativos y los de ventas entre otros gastos.
Los gastos son la salida de dinero que realiza una empresa, o persona natural, con el objetivo de administrar adecuadamente un proceso productivo o un negocio, así como también ejecutar las labores de venta, promoción y distribución de los productos manufacturados, los servicios prestados y las mercancías adquiridas para revender, el gasto produce una doble circulación de economía porque por un lado sale dinero, y por el otro entran bienes y servicios con los cuales se podrán obtener unos ingresos derivados de la actividad económica con lo que se conseguirá recuperar los desembolsos iniciales.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 INTRODUCCIÓN

El cantón Pimampiro en la actualidad ha ido retomando nuevas alternativas de cultivo tratando de mejorar los ingresos económicos de sus habitantes buscando caminos diferentes a los tradicionales, una de las opciones más ambiciosas y que pocos productores lo hacen es el cultivo de durazno pero que está tomando más fuerza ya que un producto que se lo puede destinar a diferentes súper mercados del país, y así estar al alcance de todas las personas.

Debido a las características y beneficios que ofrece esta fruta, no solo para comer al natural sino también en dulces, compotas, en almíbar y en infinidad de tortas y postres. Es un excelente laxante suave y tiene propiedades diuréticas; es una de las frutas más buscadas, es por ello que a través del análisis de mercado se llegara a determinar las oportunidades que este producto tiene.

3.2. OBJETIVO GENERAL

Identificar el estudio de mercado para conocer la oferta, la demanda, precios y canales de distribución para saber los requerimientos del durazno por parte de los clientes.

3.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la oferta de durazno con la finalidad de determinar la competencia.
- Conocer la demanda para determinar un mercado por satisfacer.
- Analizar el comportamiento de los precios del durazno en la actualidad.

- Establecer los canales de distribución que se maneja con este producto.

3.4 VARIABLES

- Oferta
- Demanda
- Precio
- Canales de Distribución

3.5 INVESTIGACIÓN DE CAMPO

La investigación de campo se efectuará como mercado potencial a la población de la parroquia de Pimampiro.

3.6 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN

Según los datos proporcionados por el INEC la población de la ciudad de Pimampiro es de 8.192 habitantes, la cual se dividirá para cuatro, para así obtener el número de familias, las cuales son consideradas posibles consumidores de la fruta.

$$\text{Número de familias} = \frac{\text{Población de Pimampiro}}{\text{Componente Familiar}}$$

$$\text{Número de familias} = \frac{8.192}{4}$$

$$\text{Número de familias} = 2.048$$

3.7 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para la población representada por las familias consumidoras de esta fruta se ha decidido obtener una muestra, ya que el número es significativo; para ello se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * \int 2}{(N-1)(E)^2 + Z^2 * \int 2}$$

Dónde:

N= Tamaño de la población

Z= Nivel de confianza

E= Error del 5% para la población finita

$\int 2$ = Varianza 0.25

n= Tamaño de la muestra

DATOS

N= 2.048

$$Z= 95\% (1.96) \quad n = \frac{2.048 * (1.96)^2 * 0.25}{(2.048 - 1) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.25}$$

E= 0.05

$$\int 2 = (0.25)^2 \quad n = 324$$

Para realizar una investigación a una población de 2.048 familias se debe realizar 324 encuestas.

3.8 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

3.8.1 INFORMACIÓN PRIMARIA

Los cuestionarios de las encuestas y las entrevistas fueron diseñados en base a las variables. Con la finalidad de recabar una óptima información para el presente diagnóstico se consideró pertinente la aplicación de técnicas como: observación directa, encuestas y entrevistas.

➤ OBSERVACIÓN DIRECTA

Esta técnica consistió en efectuar una visita a los lugares de producción de durazno; así como también a los sitios donde se la comercializa.

➤ **ENCUESTA**

Este instrumento permite recopilar información de la población sujeta de estudio. Las encuestas se dirigieron a:

a. Consumidores Familiares

b. Comerciantes de durazno

➤ **ENTREVISTA A EXPERTOS**

Este instrumento se empleó a los productores de durazno de la Parroquia de Pimampiro.

3.8.2 INFORMACIÓN SECUNDARIA

La información secundaria que se ha utilizado es la siguiente:

- Folletos
- Internet
- Bibliografía especializada
- Revistas

3.9 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Se presenta los resultados obtenidos de las encuestas, entrevista, así como la observación directa realizada.

3.10 RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES FAMILIARES.

Se presenta los resultados alcanzados de las encuestas ejecutadas a las diferentes familias de la parroquia de Pimampiro con la finalidad de conocer el nivel de consumo o aceptación del durazno en sus hogares.

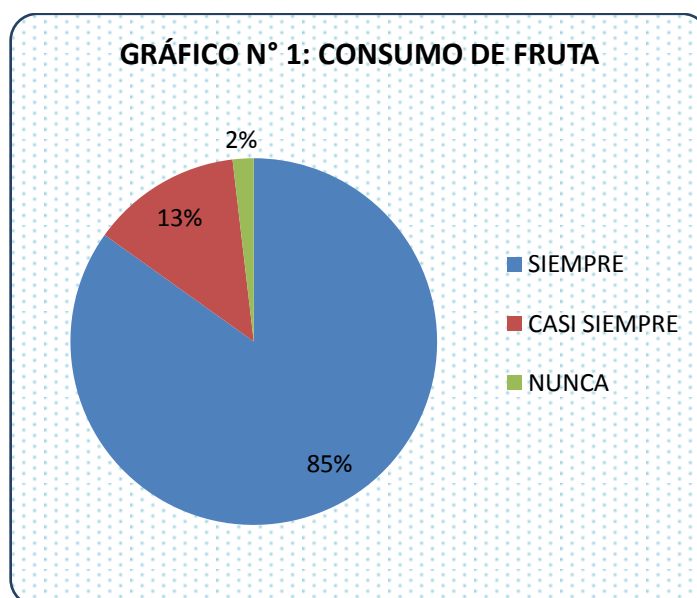
1. ¿Adquiere fruta para consumo familiar?

CUADRO N° 4

VARIABLE	N° CONS.FAMILIARES	%
SIEMPRE	275	85%
CASI SIEMPRE	43	13%
NUNCA	6	2%
TOTAL	324	100

FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS

De la totalidad de los encuestados se obtuvo que la gran mayoría manifestó que siempre adquieren fruta para consumo familiar, porque hay gran variedad y todas son ricas en vitaminas y proteínas; mientras que otra parte manifiesta que casi siempre y nunca consumen frutas.

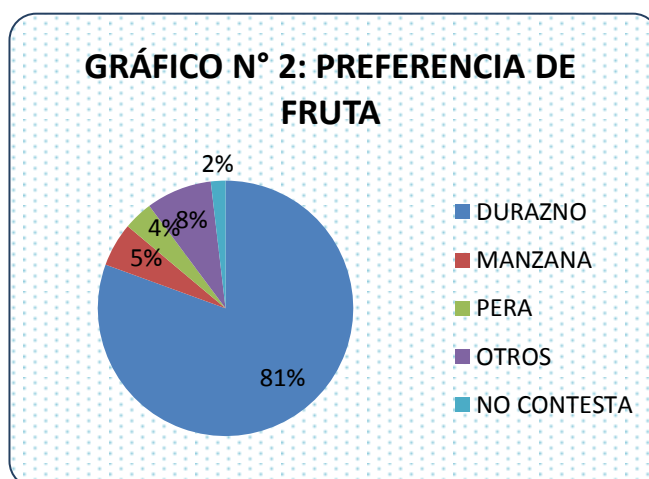
2. ¿Cuál de las siguientes frutas es de su preferencia?

CUADRO N°5

FRUTA	CANTIDAD	%
DURAZNO	261	81%
MANZANA	18	6%
PERA	12	4%
OTROS	27	8%
NO CONTESTA	6	2%
TOTAL	324	100%

FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS

La mayor parte de los encuestados expresaron en su mayoría tener preferencia por el consumo de durazno porque es una fruta de rico sabor, mientras que menos de la cuarta parte de los encuestados eligen el consumo de otras frutas ya indicadas, ya que se las encuentra en todos los puestos de frutas.

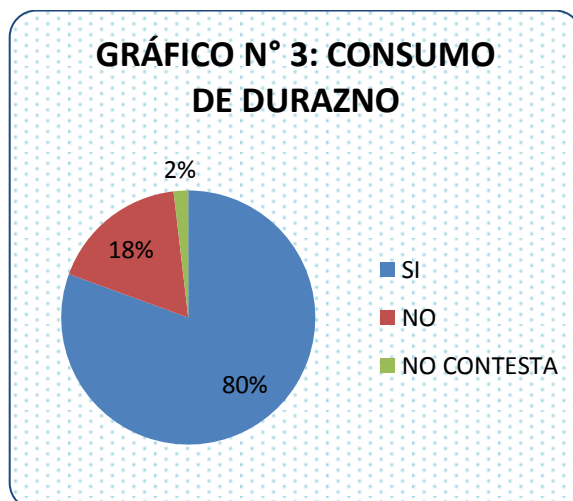
3. ¿Adquiere durazno para su consumo familiar?

CUADRO N° 6

EXPECTATIVA	N°CONS.FAMILIARES	%
SI	261	81%
NO	57	18%
NO CONTESTA	6	2%
TOTAL	324	100%

FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS

La parte más considerable de los encuestados manifestó consumir durazno, porque es apetecible por su sabor dulce, mientras que en menor cantidad las personas no la adquieren por falta de conocimiento del valor nutritivo o porque no les agrada.

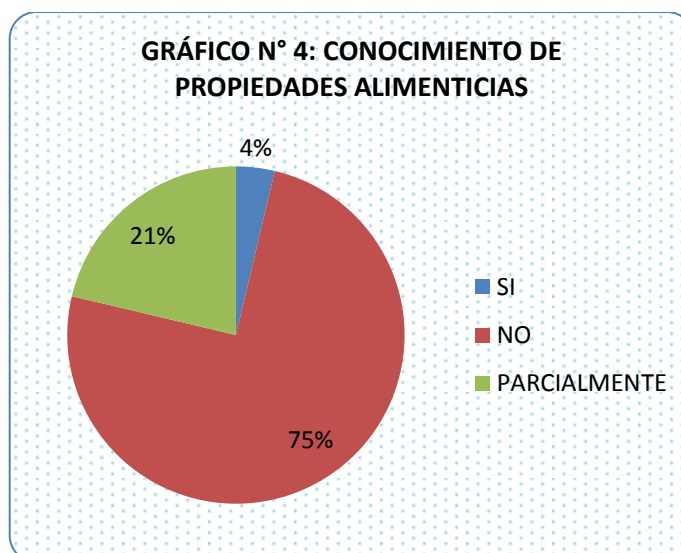
4. ¿Ha escuchado o tiene conocimiento de las propiedades alimenticias que posee el durazno?

CUADRO N° 7

VARIABLES	N° DE CONSUMIDORES	%
SI	12	4%
NO	243	75%
PARCIALMENTE	69	21%
TOTAL	324	100%

FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS

Existe un porcentaje notable de familias encuestadas que declaró tener poco o nada de conocimiento sobre el valor nutritivo del durazno, porque la adquieren esta fruta por su rico sabor mas no por tener valor nutritivo; por otra parte en menor proporción las familias suelen tener conocimiento de las propiedades nutricionales del durazno.

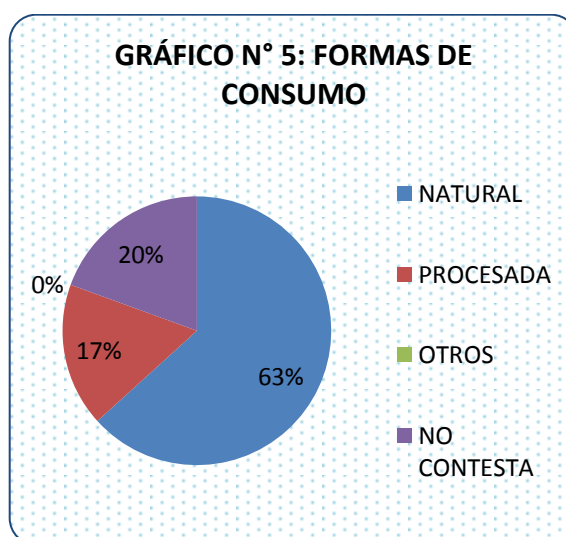
5. ¿De qué formas alimenticias ha consumido el durazno?

CUADRO N° 8

FRUTA	N° DE CONSUMIDORES	%
NATURAL	205	63%
PROCESADA	56	17%
OTROS	0	0%
NO CONTESTA	63	19%
TOTAL	324	100%

FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS

Más de la mitad de las familias encuestadas expresó consumir el durazno de forma natural; es decir fruta fresca, porque toda fruta consumida naturalmente es rica y posee todas sus vitaminas; mientras que la otra parte admitió consumir el durazno en forma procesada, como mermeladas, enlatados, otros.

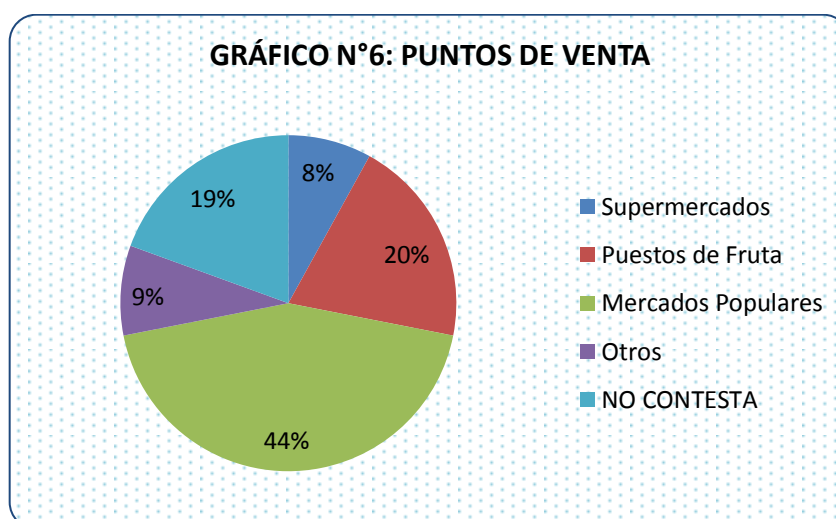
6. ¿Dónde prefiere adquirir el durazno?

CUADRO N° 9

PUNTOS DE VENTA	N° DE CONSUMIDORES	%
Supermercados	26	8%
Puestos de Fruta	65	20%
Mercados Populares	142	44%
Otros	28	9%
NO CONTESTA	63	19%
TOTAL	324	100%

FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS

De las familias encuestadas casi la mitad de ellas mostró tener inclinación a comprar el durazno en los mercados populares por su gran variedad de productos y a mejor precio que si se comprara en los supermercados; mientras que más de la mitad de los encuestados en un porcentaje con corta diferencia obtienen esta fruta en diferentes canales de distribución anteriormente detallados.

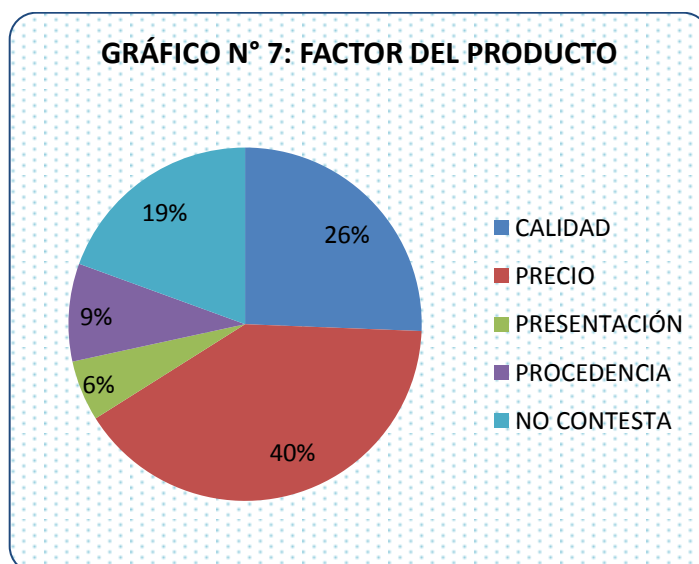
7. ¿Cuál es el factor más importante al adquirir el producto?

CUADRO N° 10

FACTOR DEL PRODUCTO	N° DE CONSUMIDORES	%
CALIDAD	83	26%
PRECIO	131	40%
PRESENTACIÓN	18	6%
PROCEDENCIA	29	9%
NO CONTESTA	63	19%
TOTAL	324	100%

FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS

Más de la mitad de las familias encuestadas indicó que antes de adquirir el producto toman en cuenta principalmente el precio y la calidad, esto significa que la fruta está en buenas condiciones de calidad (en frescura y tamaño) y su precio conveniente; por lo tanto las otras partes señalaron adquirir el durazno por su procedencia y presentación.

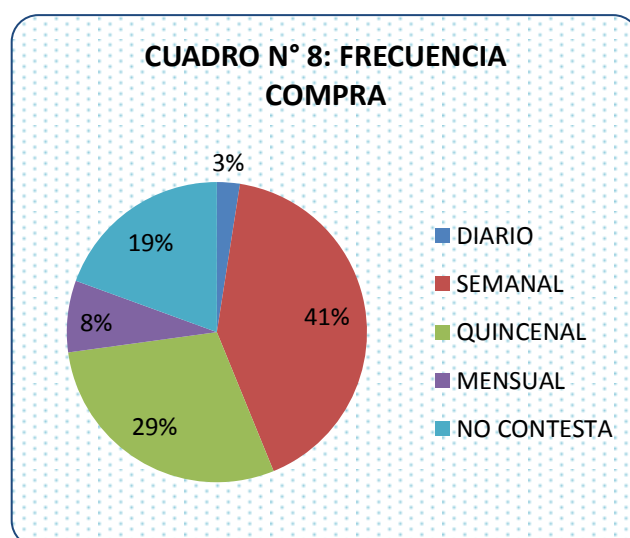
8. ¿Cuál es la frecuencia de compra del durazno?

CUADRO N° 11

FRECUENCIA	N° DE CONSUMIDORES	%
DIARIO	8	2%
SEMANAL	134	41%
QUINCENAL	94	29%
MENSUAL	25	8%
NO CONTESTA	63	19%
TOTAL	324	100%

FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS

La mayoría de las familias encuestadas comentó que compran el durazno de forma semanal, porque destacan que esta fruta es de muy rico sabor, es por eso que tiene gran aceptación de los consumidores; mientras que las demás personas tratan de adquirir este producto de diferentes maneras, como diario, quincenal y mensual por diferentes situaciones.

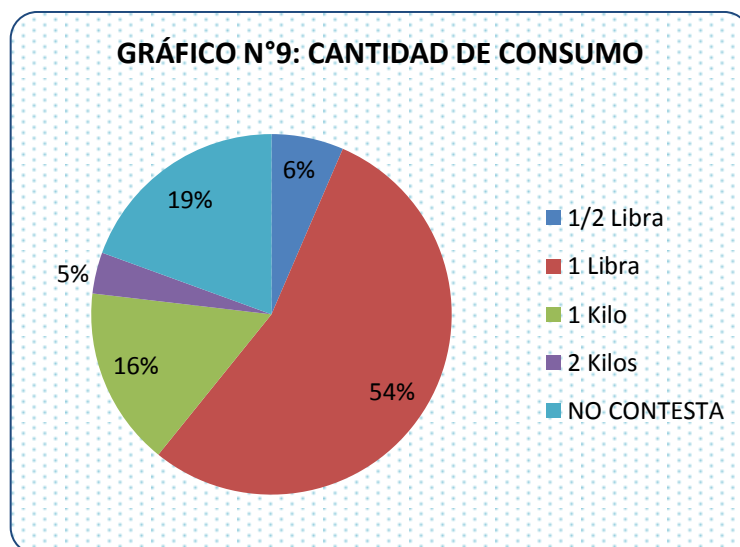
9. ¿Qué cantidad de durazno consume en un promedio semanal?

CUADRO N° 12

CONSUMO	N° DE CONSUMIDORES	%
1/2 Libra	21	6%
1 Libra	176	54%
1 Kilo	52	16%
2 Kilos	12	5%
NO CONTESTA	63	19%
TOTAL	324	100%

FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS

De la cantidad de consumo semanal de las familias encuestadas más de la mitad declaró consumir de una libra de durazno, porque las personas compran esta fruta para consumo de toda su familia, es decir va en concordancia con el número de miembros de una familia, y más de la cuarta parte prefieren consumir un kilo durazno semanal.

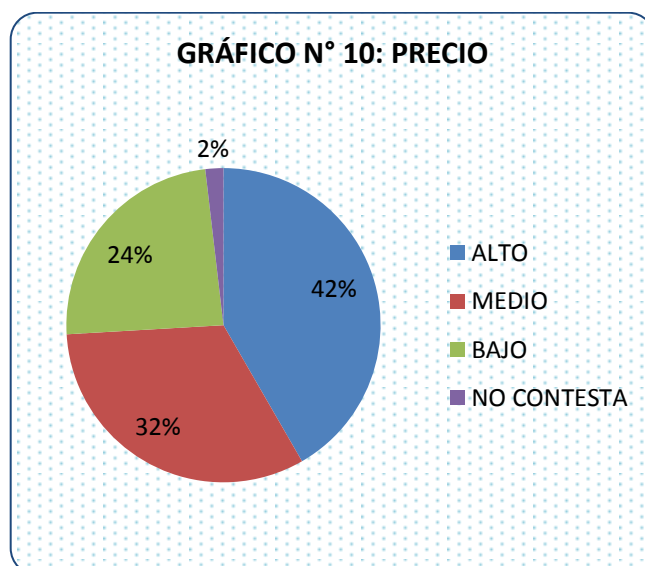
10. ¿Cómo considera Ud. el precio del durazno?

CUADRO N° 13

PRECIO	N° DE CONSUMIDORES	%
ALTO	135	42%
MEDIO	105	32%
BAJO	78	24%
NO CONTESTA	6	2%
TOTAL	324	100%

FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS

De los resultados obtenidos, la mayoría de los encuestados indicó que los precios que pagan por adquirir el durazno son altos y medios, ya que compran a comerciantes los cuales adquieren el producto por medio de intermediarios, y los productores de la localidad entregan el producto a diferentes cadenas de supermercados y la otra parte señaló que los precios son bajos porque compran durazno de menos calidad.

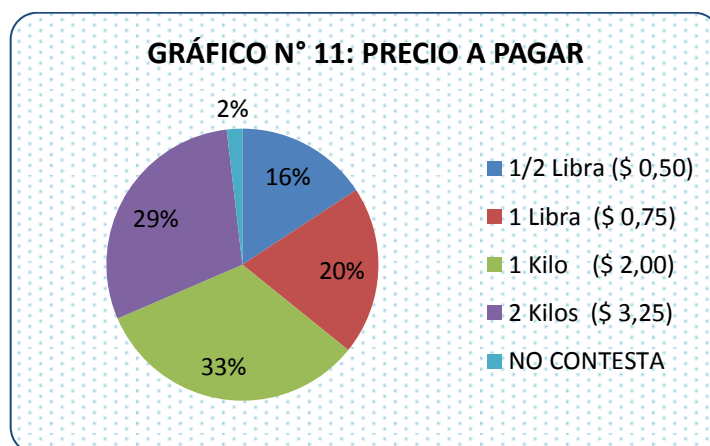
11. ¿Qué precio está dispuesto a pagar por el durazno?

CUADRO N° 14

PRECIO A PAGAR	N° DE CONSUMIDORES	%
1/2 Libra (\$ 0,50)	51	16%
1 Libra (\$ 0,75)	65	20%
1 Kilo (\$ 2,00)	106	33%
2 Kilos (\$ 3,25)	96	30%
NO CONTESTA	6	2%
TOTAL	324	100%

FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS

De los encuestados manifestaron estar de acuerdo con los precios mencionados, que si se ofrece un producto de calidad las personas están dispuestas a pagar siempre y cuando sean precios accesibles para la economía de las familias por ser Pimampiro un sector de medio alto y medio bajo de recursos económicos.

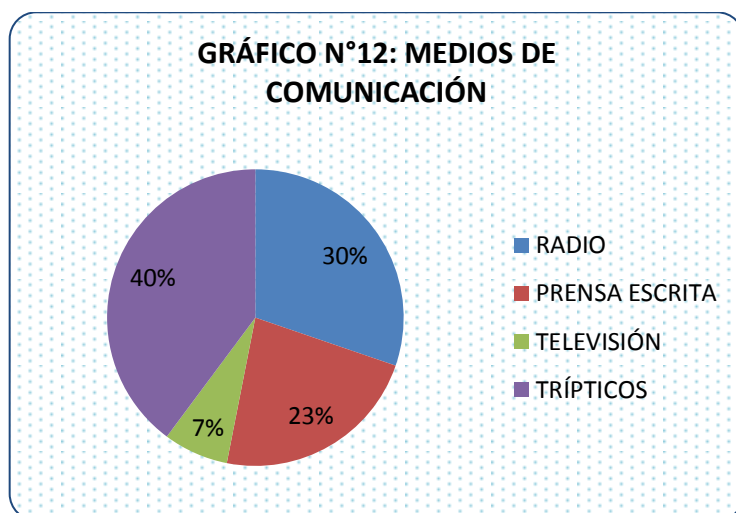
12. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría conocer el valor nutritivo del durazno?

CUADRO N° 15

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	N° DE CONSUMIDORES	%
RADIO	98	30%
PRENSA ESCRITA	74	23%
TELEVISIÓN	23	7%
TRÍPTICOS	129	40%
TOTAL	324	100%

FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS

La población encuestada más representativa argumentó que les gustaría conocer el valor nutritivo del durazno mediante programas educativos transmitidos por radio y por medio de trípticos; publicaciones en la prensa, mientras que en un mínimo porcentaje les interesaría conocer al producto por medio de la televisión.

3.11 RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES DE FRUTA DE LA PARROQUIA DE PIMAMPIRO.

Se indican los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los distintos puestos de frutas del mercado de la parroquia de Pimampiro, con la finalidad de conocer la demanda que el durazno tiene en estos canales de distribución.

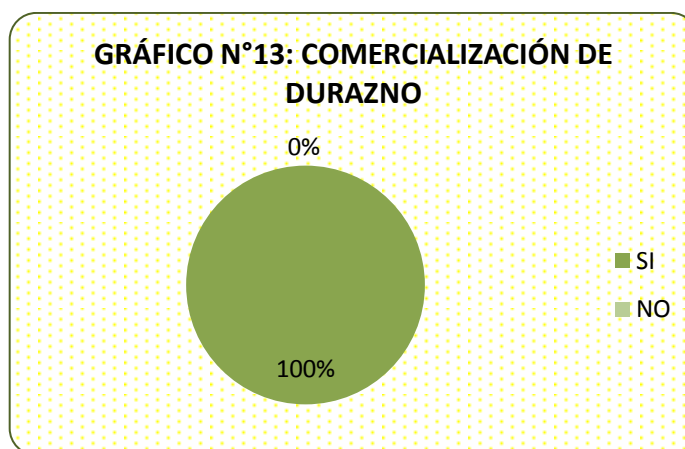
1. ¿En su puesto de venta comercializa durazno?

CUADRO N°16

VARIABLES	N° DE COMERCIANTES	%
SI	10	100%
NO	0	0%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS

Los comerciantes de frutas encuestados admitieron comercializar el durazno en sus puestos pero en pocas cantidades, aunque si tienen mucha demanda les resulta un tanto difícil comercializar porque estos adquieren este producto por medio de intermediarios el cual afecta el costo del producto.

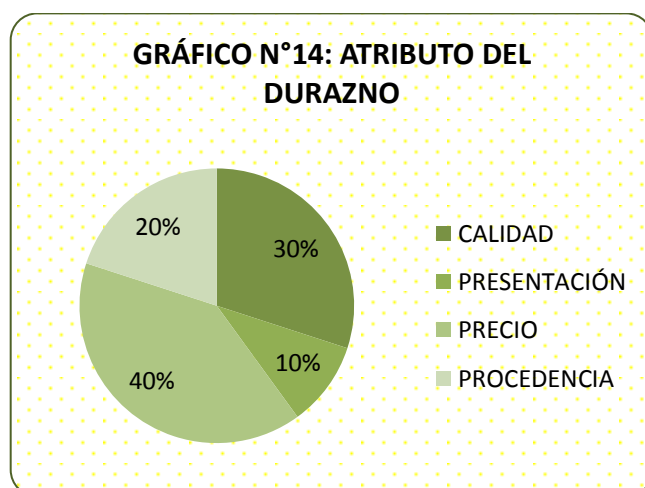
2. ¿Su cliente al momento de seleccionar el durazno cual es el atributo que prefiere?

CUADRO N° 17

ATRIBUTO	N° DE COMERCIAANTES	%
CALIDAD	3	30%
PRESENTACIÓN	1	10%
PRECIO	4	40%
PROCEDENCIA	2	20%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS

La mayor parte de los encuestados afirmaron que sus consumidores seleccionan el producto según el precio y la calidad, para ellos es importante que se les ofrezca un producto en buen estado pero a un precio moderado, mientras que los otros encuestados en porcentajes casi similares se inclinan más por la presentación y procedencia.

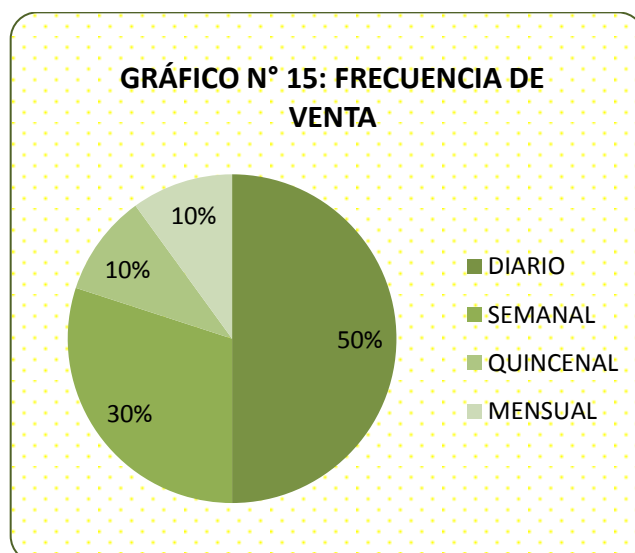
3. ¿Cuál es la frecuencia de ventas del durazno?

CUADRO N° 18

FRECUENCIA	N° DE COMERCIANTES	%
DIARIO	5	50%
SEMANAL	3	30%
QUINCENAL	1	10%
MENSUAL	1	10%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS

La mitad de los comerciantes encuestados señaló que venden diariamente y/o semanal el durazno, porque es una fruta delicada la cual es necesario vender todos los días y/o semanalmente, mientras que la otra parte opta por vender quincenal y mensual porque estos venden por jabas, la cual les resulta mejor.

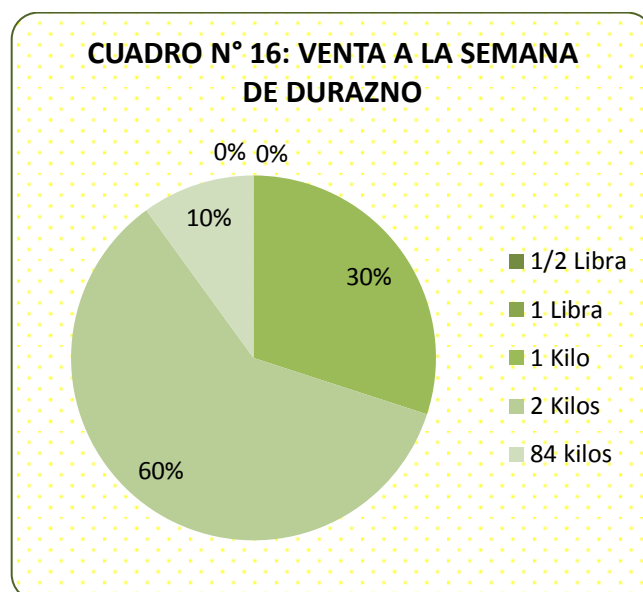
4. ¿Qué cantidad de durazno vende a la semana?

TABLA N° 16

VENTA	N° DE COMERCIANTES	%
1/2 Libra	0	0%
1 Libra	0	0%
1 Kilo	3	30%
2 Kilos	6	60%
84 kilos	1	10%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS

La mayoría de los comerciantes encuestados señaló comercializar el producto diario y/o semanal, es por esto que la gran cantidad de los encuestados venden de 2 kilos en adelante de durazno, un comerciante entrega en la localidad 84 kilos de durazno a los consumidores semanalmente, esto significa que todo el producto que ellos adquieren se les vende.

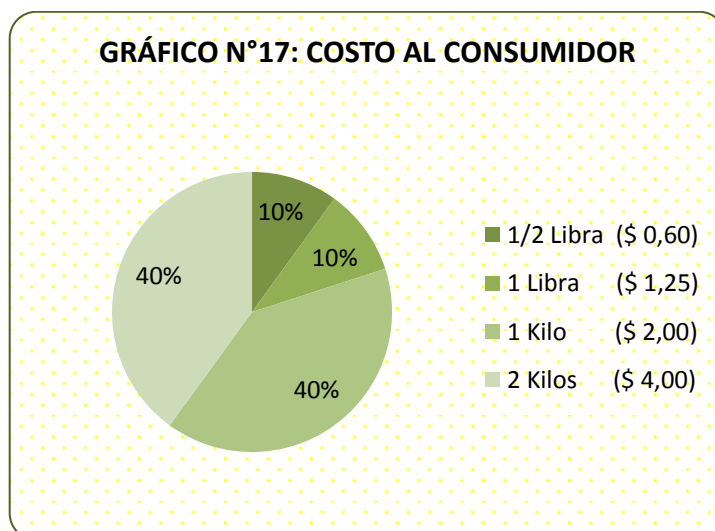
5. ¿Cuál es el costo más conveniente que Ud. vende por el durazno al consumidor?

CUADRO N° 20

CANTIDAD	N° DE COMERCIANTES	%
1/2 Libra (\$ 0,60)	1	10%
1 Libra (\$ 1,25)	1	10%
1 Kilo (\$ 2,00)	4	40%
2 Kilos (\$ 4,00)	4	40%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS

Las tres cuartas partes de la totalidad de los comerciantes encuestados indicó vender de uno a dos kilos en adelante porque les resulta más rentable, por que venden al precio convenido por los puestos de frutas y porque es una fruta delicada prefieren vender en más cantidad que vender por unidades que tiene un efecto menos beneficioso.

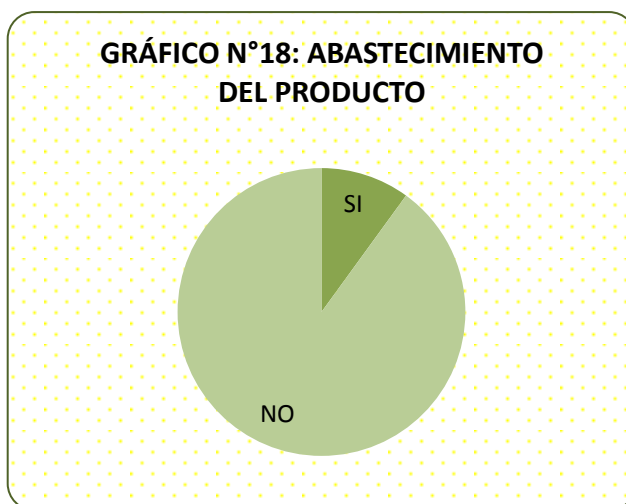
6. ¿La producción local le abastece en forma permanente?

CUADRO N° 21

VARIABLES	N° DE COMERCIANTES	%
SI	1	10%
NO	9	90%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS

La gran mayoría de los encuestados afirmó que la producción local no les abastece ya que estos entregan su producto a diferentes cadenas de supermercados en diferentes ciudades, y que en realidad el producto no se queda en el sector tan solo una persona entrega una cierta cantidad de su producción a la venta en la localidad, por esta razón los comerciantes de frutas adquieren este producto en especial el durazno a intermediarios los cuales no les abastecen de forma permanente y en una pequeña parte si le abastece la producción local.

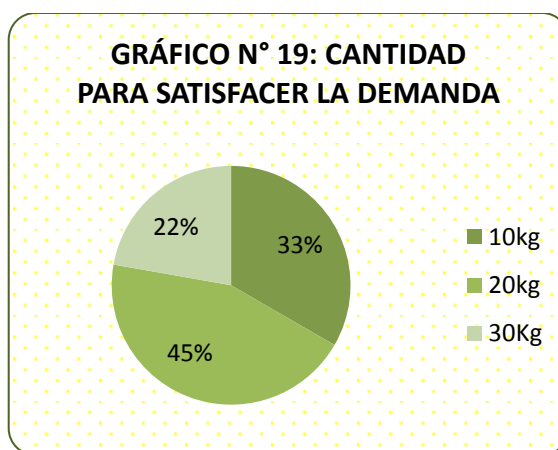
7. ¿Si su respuesta de la pregunta anterior es no que cantidad necesita semanalmente para satisfacer la demanda?

CUADRO N°22

CANTIDAD	N° DE COMERCIANTES	%
10kg	3	33%
20kg	4	44%
30Kg	2	22%
TOTAL	9	100%

FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS

De las personas encuestadas determinó que según su negocio necesitan 20 kilos más de lo que adquieren, es decir una jaba, porque estos venden semanalmente por lo menos de 2 a 2 y medio de jabas lo cual nos da por lo menos treinta kilos de durazno para así poder satisfacer la demanda de los consumidores.

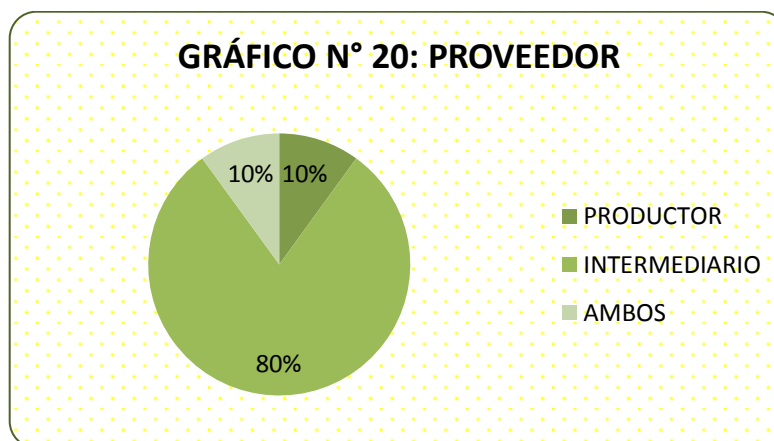
8. ¿Su proveedor de durazno es?

CUADRO N° 23

PROVEEDOR	N° DE COMERCIANTES	%
PRODUCTOR	1	10%
INTERMEDIARIO	8	80%
AMBOS	1	10%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS

En mayor porcentaje los comerciantes encuestados indicaron que el proveedor de durazno a los diferentes puestos de frutas son intermediarios lo cual es una desventaja tanto para el comerciante como para el consumidor, adquieren el durazno a un valor más alto que si su proveedor sea el productor y la otra parte señaló que su proveedor es intermediario y productor.

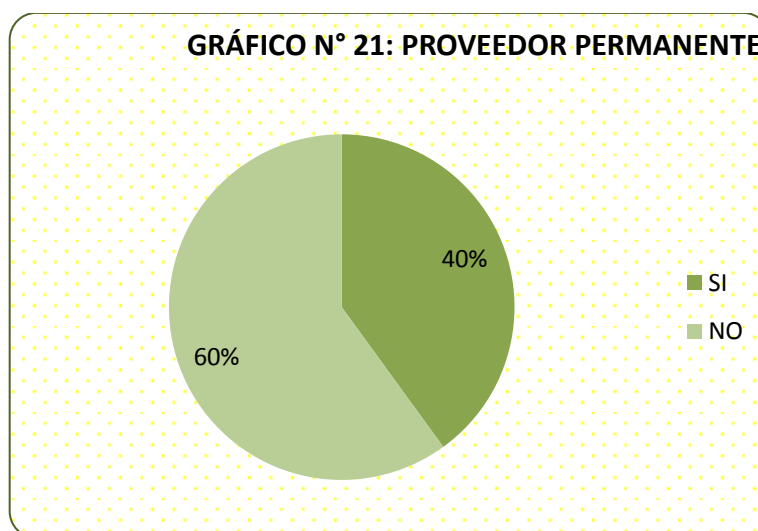
9. ¿Cuenta usted con un proveedor de durazno permanente?

CUADRO N° 24

VARIABLES	N° DE COMERCIANTES	%
SI	4	40%
NO	6	60%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Encuestas Junio 2013

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS

De la totalidad de los comerciantes encuestados mostró que en un porcentaje más alto los comerciantes no cuentan con un proveedor permanente de durazno por esta razón tienen que viajar para adquirir este producto; mientras que la parte contraria si cuenta con un proveedor permanente de durazno.

3.12 ENTREVISTA A EXPERTOS

3.12.1 ENTREVISTA REALIZADA AL SEÑOR ROBERTO NARVÁEZ PRODUCTOR DE DURAZNO DE LA PARROQUIA DE PIMAMPIRO

1. ¿Qué cantidad de terreno tiene sembrado actualmente de durazno?

Actualmente tengo sembrado una hectárea de durazno, como yo trabajo solamente con otra persona que me ayuda los cuales nos abastecemos para poder cultivar esta hectárea de durazno y también porque me estoy iniciando en este tipo de cultivo, recién tengo tres años de producir durazno.

2. ¿Qué cantidad de terreno estaría dispuesto a incrementar en la siembra de durazno?

Yo estaría dispuesto a sembrar dos hectáreas más de lo que tengo para así producir todo el año, sería más rentable para mi economía, pero se necesitaría capital para realizar este tipo de cultivo, ya que este producto es de paciencia porque es producto delicado y necesita de diferentes cuidados.

3. ¿La producción de durazno es una actividad rentable?

Es una actividad muy rentable sabiendo como cultivarle, porque es un producto que siempre tiene un alto precio en el mercado, pero como dije anteriormente es un cultivo de paciencia porque al saberle cultivar la vida útil estimada es más de 10 años de producción, y por esta razón se puede mejorar los ingresos económicos y por ende su estilo de vida.

4. ¿Con qué frecuencia usted cosecha?

Actualmente en mi terreno estoy cosechando cada seis meses, porque el durazno está sembrado por etapas, la cosecha cada seis meses depende de la poda y el cuidado que se da a la planta de durazno porque se le fumiga para las plagas gusanos y todo tipo de enfermedades con insumos

tanto orgánicos como químicos para obtener un producto de calidad en tamaño y sabor.

5. ¿Cuál es la presentación del producto al momento de la entrega del durazno?

Todo el producto que se cosecha en este terreno es entregado en jabas plásticas, en cada jaba entran 20 kilos de durazno.

6. ¿Cuántas plantas tiene sembrado?

Actualmente en la hectárea de terreno tengo sembrado 620 plantas de durazno las cuales están sembradas en dos etapas, para así poder producir dos veces al año; las plantas se las adquiere aquí en el cantón a otros productores, cada planta se la compra a \$1,50 ctvs.

7. ¿Cuál es la producción promedio por planta?

En la primera cosecha cada planta tiene una producción promedio de 30 a 35 kilos de durazno conforme madura la siguiente cosecha cada planta da de 35 a 40 kilos por planta en total; actualmente mi producción de durazno es de 35 kilos por planta esto quiere decir que en la primera cosecha es decir en la primera etapa de cultivo tengo sembrado 320 plantas la cual nos da una producción de 11.200 kilos esta producción es comercializada a los supermercados de la ciudad de Quito y en la segunda etapa de cultivo que son 300 plantas la producción es de 10.500 de las 620 plantas sembradas el 20% son destinadas para consumo local es decir 124 plantas; por lo tanto la hectárea de terreno de durazno tiene una producción de 21700 kilos anuales.

8. ¿Cuál son los insumos que utiliza para el cultivo de durazno?

En primer lugar el durazno por ser una fruta de cuidado tiene una receta de polvos y fungicidas para que la planta este sana; la planta de durazno se fumiga cada 12 días por cuatro meses contra gusanos, plagas, hongos, se aplica el tratamiento con Dormex que es un compensador de frío y tiene tres meses de reposo, en todos éstos meses la planta se poda

y se le da la forma de vaso para que los rayos solares lleguen directamente a toda la planta, en estos últimos meses se le fumiga el tratamiento cada semana para que así la hormona de crecimiento madure más rápido ya que la fruta madura a los veinte meses desde la plantación, es decir desde su inicio, primera cosecha; en la segunda cosecha y las siguientes cosechas la fruta empieza a madurar a partir de los cuatro meses cuando ya está formada.

9. ¿Su producto es comercializado por medio de intermediarios o directo al consumidor?

El durazno que es de primera es decir de buena calidad se entrega a un intermediario, ya que este se traslada a la ciudad de Quito a los supermercados y un 20% de esta se destina a la venta en la parroquia, en cada cosecha tengo por lo menos un 5% de rechazo por mi intermediario ya sea por picado o suave, pero para mí no es perdido por que lo vendo en la ciudad de Tulcán directo al consumidor y no pierdo casi nada porque vendo el kilo a un menor precio que el que me paga el intermediario.

10. ¿Qué precio de venta por kilo tiene su producto?

El kilo de durazno se la entregó al intermediario a \$1,20 ctvs., es decir cada jaba plástica cuesta \$24,00 por los 20 kilos que lleva cada jaba.

12. ¿El capital de trabajo que utiliza para la producción de durazno es propio o financiado?

Para el cultivo de durazno en mi caso en su totalidad trabajo con capital propio, para así ampliar mis ganancias ya que ahorran en gastos por intereses y servicios bancarios.

3.13 ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN DIRECTA

Mediante la observación directa se puede determinar que el cultivo de durazno es normal tomando en cuenta el tipo de suelo y el clima que son indispensables para asegurar una producción excelente y rentable

para el productor y para los consumidores ya que se produce un producto de buena calidad.

Al realizar la observación directa a los diferentes puestos de frutas podemos constatar que todos estos tienen este producto para su venta diaria la cual es buena para su negocio por tener variedad de frutas, pero supieron manifestar que necesitan que el producto se les entregue directamente para no estar buscando el producto por medio de intermediarios en otras ciudades.

3.14 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Al igual que otros frutos, el durazno posee un patrón de crecimiento que se caracteriza por etapas, en la primera el ovario y su contenido crece de forma exponencial, seguido de la floración, en la segunda etapa se caracteriza por el crecimiento del embrión y el endosperma, y el fruto incrementa su tamaño lentamente, en la tercera etapa se produce un rápido incremento del tamaño y el peso del fruto y por último se produce la maduración.

El duraznero requiere temperaturas frías que faciliten el crecimiento de los brotes como así también el crecimiento y la maduración de los frutos.

El durazno es una fruta muy consumida en la actualidad por las personas, posee un dulce y delicioso sabor por lo tanto puede consumirse en su estado natural, en jugos, ensaladas, postres, mermeladas, etc.

GRÁFICO N° 6



3.14.1 COMPOSICIÓN QUÍMICA DEL DURAZNO

Su porción de nutrientes se divide en:

87%	Agua
0,09%	Grasas
0.70%	Proteínas
11%	Carbohidratos
2%	Fibra
Minerales	Potasio, fósforo, magnesio, sodio, hierro, zinc, selenio y cobre.
Vitaminas	Vitamina A, vitamina C y Vitamina E

3.15 MERCADO META

El mercado meta al cual va dirigido el producto es la población de la parroquia de Pimampiro, porque se considera al durazno un producto nuevo de cultivo en la parroquia, y los que producen venden a cadenas de supermercados, es necesario crear una microempresa que labore en la parroquia y cubra la demanda de consumidores.

3.16. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

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

De la información anteriormente realizada para el análisis de la demanda se consideró la información a través de las encuestas realizadas a los consumidores familiares de la parroquia de Pimampiro para conocer los patrones de comportamiento en el consumo de durazno.

3.16.1. DEMANDA ACTUAL

Luego de codificar los datos obtenidos de las encuestas aplicadas a los consumidores de la parroquia de Pimampiro, se pudo establecer que las

el 63% que son las familias que consumen esta fruta en estado natural, esto quiere decir que el 37% de los encuestados consumen durazno de forma procesada y otros no les agrada. Gracias a los datos arrojados por la encuesta número 5, número 8 y número 9 se puede determinar que:

DEMANDA ACTUAL
CUADRO N°25

N° de Familias	Dispuestas a adquirir 63%	% de Consumo	N° de Familias	Consumo en Kilos	Período de Consumo Semanal	Consumo Anual Durazno Kilos
2.048	1.290	6%	77	0,25	52	1.006
		54%	697	0,5		18.115
		16%	206	1		10.735
		5%	65	2		6.709
		19%	245			
TOTAL		100%	1.290			36.565

FUENTE: Datos Obtenidos de las encuesta a consumidores

ELABORADO POR: La Autora

La demanda actual se calculó en base a las familias existentes que equivalen a 2.048 familias en la parroquia Pimampiro, este dato se multiplicó por el 63% que es el porcentaje de las personas que consumen de una u otra forma el durazno el cual nos da como resultado 1.290 familias consumidoras; luego se multiplicó por los porcentajes de la frecuencia de consumo que son las familias consumidoras de durazno en estado natural, luego se calculó la frecuencia de consumo en kilos de durazno por último estos datos se multiplican con los datos de las familias obteniendo como resultado 36.565 kilos anuales por familia el cual es nuestra demanda actual de durazno.

3.16.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

El consumo de la demanda se determinó en base a las familias de la parroquia Pimampiro, la proyección de la demanda se utilizó la tasa de crecimiento poblacional de la provincia de Imbabura, que es de 1,95% según el INEC 2010, ya que el consumo tiene relación con la tendencia de crecimiento de los demandantes, es decir de la población.

Con la finalidad de proyectar la demanda de durazno para los próximos 5 años, se emplea la siguiente fórmula.

$$Pt = Po(1 + i)^{n-1}$$

DONDE:

Pt= Población final

Po= Población inicial

I= Tasa de crecimiento

n= Período de observación

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN POTENCIAL

CUADRO N°26

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA PARROQUIA DE PIMAMPIRO		
AÑOS	POBLACIÓN (1,95%)	TOTAL DE FLIAS. DE LA PARROQUIA PIMAMPIRO (4 miembros)
2010	8192	2048
2011	8352	2088
2012	8515	2129
2013	8681	2170

FUENTE: Datos obtenidos del INEC (TC 1,80)

ELABORADO POR: La Autora

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA
CUADRO N°27

CONSUMO FUTURO DEL PRODUCTO				
AÑOS	Población parroquia Pimampiro	Total familias de la Parroquia	Consumo kilos	Proyección Kilos
2013	8681	2170	36.565	-----
2014	8850	2213		37.278
2015	9023	2256		38.005
2016	9199	2300		38.746
2017	9378	2345		39.502
2018	9561	2390		40.272

ELABORADO POR: La Autora

La demanda proyectada del durazno por los consumidores potenciales para el año 2013 sería de 36.565 kilos y para el último año la proyección de la demanda es decir el quinto año sería de 40.272 kilos, es decir que si existe un incremento del producto por parte de los demandantes.

3.17 ESTUDIO DE LA OFERTA

La oferta es la predisposición o comportamiento del oferente a estar dispuesto a vender su producto a un precio determinado.

Para el análisis de la oferta se utilizó la información de las encuestas y entrevista realizadas a los comerciantes de frutas de la parroquia de Pimampiro

3.17.1 OFERTA ACTUAL

Para el análisis de la oferta se tomó en cuenta los resultados de las encuestas y entrevista realizadas a 10 comerciantes de frutas de la parroquia de Pimampiro.

OFERTA ACTUAL

CUADRO N°28

Total Comerciantes	% de Venta	N° de Comerciantes	Consumo en Kilos Semanal	Período de Consumo Semanal	Consumo Anual Kilos
10	30%	3	1	52	156
	60%	6	2		624
	10%	1	84		4.340
TOTAL	100%	10			5.120

FUENTE: Datos obtenidos de las encuestas a los comerciantes de fruta de Pimampiro

ELABORADO POR: La Autora (2013)

Para el cálculo de la oferta se tomó en cuenta las encuestas número 3 y número 4; y la información de la entrevista realizada al productor de durazno de Pimampiro el cual de la hectárea cultivada destina 124 árboles para la venta en la localidad.

3.17.2 OFERTA PROYECTADA

Para la proyección de la oferta de durazno en kilos, se tomó en cuenta a los comerciantes de fruta de la parroquia de Pimampiro, para tener una idea clara del comportamiento del durazno en el mercado.

Para las proyecciones se emplea la siguiente fórmula:

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

Dónde:

C_n= consumo futuro

C_o= consumo año 1

i = Tasa de crecimiento

n = Año proyectado

PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE DURAZNO

CUADRO N°29

OFERTA DE DURAZNO EN KILOS	
AÑOS	CONSUMO FUTURO $C_n = C_o(1+0,0195)^n$
2013	5.120
2014	5.220
2015	5.322
2016	5.425
2017	5.531
2018	5.639

FUENTE: Comerciantes

ELABORADO POR: La Autora (2013)

Los datos obtenidos muestran que la oferta de durazno tiene un incremento normal en el transcurso del tiempo, lo cual es favorable para el proyecto, porque así se puede entrar en el mercado con nuevas ideas de desarrollo para la parroquia.

3.18 BALANCE DE LA DEMANDA OFERTA

Para realizar el balance se tomó en cuenta las variables analizadas de la demanda y la oferta para así determinar la oportunidad en el mercado representado por la demanda potencial a satisfacer.

BALANCE DE LA DEMANDA & OFERTA

CUADRO N°30

AÑOS	DEMANDA Kilos	OFERTA Kilos	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER KILOS
2013	36.565	5.120	31.445
2014	37.278	5.220	32.058
2015	38.005	5.322	32.683
2016	38.746	5.425	33.321
2017	39.502	5.531	33.971
2018	40.272	5.639	34.633

ELABORADO POR: La Autora (2013)

Con los datos obtenidos del balance de la demanda y oferta, los cuales muestran una demanda por satisfacer interesante para el proyecto

3.19 DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

La demanda potencial a satisfacer determina condiciones muy favorables de acuerdo al diagnóstico realizado, ya que existe poca oferta de durazno en la parroquia.

DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER
CUADRO N° 31

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER EN Kilos
2013	31.445
2014	32.058
2015	32.683
2016	33.321
2017	33.971
2018	34.633

ELABORADO POR: La Autora (2013)

Entonces, con los datos obtenidos se puede decir que para el año 2018 la demanda insatisfecha es de 34.633 kilos, por lo cual se plantea el proyecto de producción y comercialización de durazno el cual se orienta a satisfacer el consumo de este producto.

3.20 PORCENTAJE QUE ABARACARÍA EL PROYECTO

Para calcular el porcentaje a cubrir por la capacidad de producción del proyecto se utiliza la fórmula siguiente:

$$\% \text{ a cubrir} = \frac{\text{Capacidad Producción Programada}}{\text{Demanda Potencial a Satisfacer}}$$

$$\% \text{ a cubrir} = \frac{23275}{32058}$$

$$\% \text{ a cubrir} = 73\%$$

Dada la demanda potencial a satisfacer de 32.058 kilos para el año 2014, con el proyecto de cultivo de tres cuartos de hectárea de durazno, la nueva unidad productiva se estima que abarcaría el 73% de dicha demanda.

PORCENTAJE QUE ABARCARÍA EL PROYECTO

CUADRO N° 32

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER kilos	PRODUCCIÓN ANUAL kilos 5% DE MERMA	% DE PRODUCCIÓN DEL PROYECTO
2014	32.058	23.275	73%
2015	32.683	23.275	71%
2016	33.321	23.275	70%
2017	33.971	26.600	78%
2018	34.633	26.600	77%
CAPACIDAD TOTAL			74 %

FUENTE: Entrevista a productor de durazno

ELABORADO POR: La Autora

Para la proyección de los cinco años comprendidos entre el 2014 y 2018 el porcentaje a captar por el proyecto es del 74% de la relación capacidad instalada de producción y demanda potencial a satisfacer.

3.21 ANÁLISIS DE PRECIOS

El análisis de precios es el elemento más importante, ya que constituye un aspecto esencial al momento de ofrecer el producto, para esto se utilizó los datos obtenido de los 10 comerciantes de fruta de la parroquia Pimampiro. En base a esto se determinó el precio promedio al consumidor por kilo de durazno el cual es de \$2,00 dólares.

Mientras que los resultados obtenidos de la entrevista realizada al Señor Roberto Narváez productor de durazno de la parroquia Pimampiro señala que el kilo de durazno que él entrega es de 1,20 ctvs. /dólar, cabe mencionar que los precios varían de acuerdo a la calidad de la fruta e intermediarios, existiendo durazno de primera y segunda clase.

3.22 PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Para realizar el plan de comercialización del producto, la microempresa empleará las estrategias siguientes:

3.22.1 Estrategias del Producto

- La microempresa ofrecerá el durazno en estado natural, producido en buenas prácticas agrícolas tratando de minimizar el uso de fertilizantes para que no alteren el sabor de la fruta.
- La fruta será distribuida a los comerciantes en jabas plásticas de 20 kilos de durazno envueltas cada unidad en papel seda para evitar el roce para que así no dañe el producto y entregar un fruto de buena calidad.
- A los consumidores directos que visiten la microempresa se les venderá por kilos los cuales estarán exhibidos por unidades para luego ser vendidas en fundas que tendrán el logotipo y número telefónico de la unidad productiva.
- Incentivar a los consumidores al consumo de la fruta, dando a conocer sus cualidades nutricionales y sus usos.

3.22.2 Estrategias de Promoción y Publicidad

- Los clientes fijos es decir los comerciantes de frutas los cuales adquieren en gran volumen tendrían un trato preferencial al momento de priorizar pedidos para así satisfacer a los clientes entregando el producto a la hora y lugar que necesita.
- La microempresa buscará crear una imagen comprometida con el cuidado de la salud y el medio ambiente, promoviendo el consumo de esta fruta recalando sus valores nutritivos.
- La unidad productiva de durazno se dará a conocer mediante medios de difusión como: radio NEXO y mediante trípticos.

3.22.3 Estrategias de Precio

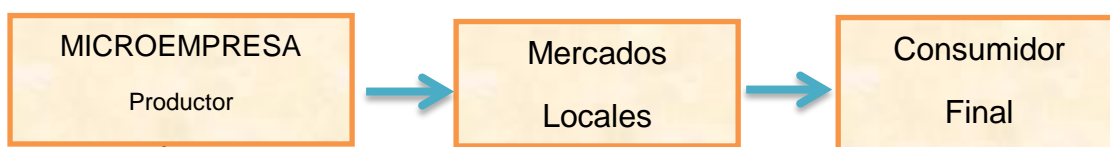
- El precio del durazno estará de acuerdo al precio del mercado de tal manera que ayude a cubrir los costos, gastos y a obtener un beneficio.
- Se tendrá en cuenta el criterio de los consumidores para ofrecer un precio accesible al cliente.
- El precio estará acorde a la calidad del producto para que los clientes estén satisfechos por la adquisición del durazno, tomando en cuenta la posición de los consumidores.

3.22.4 Estrategias de Plaza / Distribución

- El almacenamiento del durazno será en jabs plásticas a temperatura ambiente, teniendo en cuenta el período de maduración de la fruta.
- Para la entrega del producto se utilizará un vehículo, con rutas desde el terreno a los diferentes puestos de frutas de Pimampiro.
- Se realizará un adecuado registro de ventas, con facturas.
- Se realizará contactos con diferentes industrias procesadoras del producto de la provincia para proveerlos.
- El durazno será distribuido en el mercado principal directamente al consumidor.
- El objetivo de la microempresa es crear sus propios canales de distribución disminuyendo el número de intermediarios.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

GRÁFICO N°7



3.23 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

- Después de haber realizado el estudio de la oferta y la demanda del producto, se puede concluir que existe un mercado por satisfacer, debido al incremento poblacional y a la poca distribución del durazno en la localidad.
- La gran mayoría de las familias tienen buena predisposición para consumir el durazno por su rico sabor, calidad y procedencia lo cual es favorable para oferta del producto.
- Se considera un factor importante para mantenerse y crecer en el mercado, ofrecer un producto de buena calidad y altamente competitivo.
- Con la creación de la microempresa de producción y comercialización de durazno representa una alternativa rentable tanto para esta como para la parroquia de Pimampiro.

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO TÉCNICO

4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Es la capacidad a instalarse del proyecto para ello se considera aspectos como: disponibilidad de recursos financieros, disponibilidad de mano de obra, disponibilidad de insumos y determinación de la capacidad de comercialización en base a esto se mide el proyecto.

Al ser un proyecto productivo, el tamaño del proyecto que se está investigando, depende de la capacidad de producción en relación a las hectáreas donde se va sembrar el producto, entonces el tamaño del proyecto será producir tres cuartos de hectárea de durazno que son 350 árboles, esto cubre un porcentaje de la demanda de la fruta, por ser agradable para todo tipo de personas

El cultivo de durazno que después de los doce meses de ser plantado inicia su producción, y al cabo de seis meses inicia la primera cosecha; en este caso la plantación se la realizará con el árbol de durazno ya formado, es decir con las tres ramas principales siendo de una edad aproximada de un año a partir de lo que realizó el respectivo injerto, la producción es de rendimiento ascendente; la cosecha se realiza según etapas, esto depende exclusivamente de la poda y el tratamiento de la planta. La vida útil estimada de la planta de durazno es de 10 a 15 años

4.2 TAMAÑO DEL MERCADO

La demanda del durazno en Pimampiro presenta un camino viable para la creación de la nueva unidad productiva, al no contar proveedores tan solo una persona destina parte de su producción a los diferentes mercados de la parroquia por esta razón el proyecto puede ofrecer la producción total de durazno.

4.3 DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA

En lo que se refiere a la mano de obra, el proyecto requiere de personal que tenga conocimientos sobre agricultura, administración y ventas. De acuerdo al tamaño del proyecto, es importante que la nueva unidad productiva se asegure que todo el personal sea suficiente y adecuado para cada una de las actividades que se realizarán en la microempresa.

REQUERIMIENTO DEL PERSONAL

CUADRO N°33

ÁREA	PERSONAL	N°	PAGO MES	PAGO ANUAL
PRODUCCIÓN	Jornaleros1	1	318 (SBU)	3.816
	Eventual 10	10	\$8 diario	80
ADMINISTRACIÓN	Gerente	1	500	6.000
	Contador	1	300 (4 días al mes)	3.600
VENTAS	Vendedor	1	318 (SBU)	3.816
TOTAL		14		17.312

ELABORADO POR: La Autora

4.4 DISPONIBILIDAD DE INSUMOS

Es importante tener al alcance toda clase de insumos necesarios para el cultivo del durazno que garantice el cuidado y manejo de la planta, para ofrecer al cliente un producto de calidad.

Los proveedores de la planta de durazno es decir la materia prima se encuentran en la parroquia de Pimampiro, siendo una ventaja para la Unidad Productiva, ya que no es necesario viajar para conseguirla, lo cual no ahorra tiempo, distancia, transporte y precio.

Para la obtención de los insumos, como son fungicidas, insecticidas, abonos químicos, orgánicos e insumo agrícola como es el compensador de frío existen proveedores en la parroquia con amplia experiencia en el sector, ya que son distribuidores reconocidos por los productores, como: Almacén Agrícola Pimampiro y Almacén Fertiagro

4.5 DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS

La micro empresa para el inicio de sus actividades depende de los recursos financieros que se pueda conseguir y aportar directamente, las cuales deben ser suficientes y oportunas para que aseguren el funcionamiento y el éxito del proyecto, en este caso el 60% será inversión propia, y el 40% financiada a través del Banco de Fomento a una tasa del 11% a 5 años plazo.

4.6 TECNOLOGÍA

La tecnología que se utilizará para la producción del durazno se basa en procesos comunes, no es necesario de equipo o maquinaria sofisticada, tomando en cuenta que toda tecnología es importante porque permitirá mejorar la producción obteniendo mejor rendimiento económico y encontrando nuevos métodos para el manejo del cultivo.

4.7 PROYECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE DURAZNO

Debido al manejo de la cosecha, transporte y rechazo (picado o suave), se considera un 5% de producto no apto para la comercialización por los clientes que exigen productos de buena calidad, este 5% se destinará a usos alternativos de comercialización y los desperdicios serán utilizados como abono orgánico.

CAPACIDAD DE LA PRODUCCIÓN DE DURAZNO

CUADRO N°34

AÑOS	N° DE ÁRBOLES EN 7500m2	PRODUCCIÓN EN Kilos	PRODUCCIÓN POR PLANTA ANUAL (2 cosechas) Kilos	PRODUCCIÓN APTA PARA LA VENTA 5% MERMA
1	350	35	24.500	23.275
2	350	35	24.500	23.275
3	350	35	24.500	23.275
4	350	40	28.000	26.600
5	350	40	28.000	26.600

FUENTE: Entrevista al Sr. Roberto Narváez, productor de durazno

4.8 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

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

4.9 MACROLOCALIZACIÓN

PAÍS: Ecuador

PROVINCIA: Imbabura

REGIÓN: Sierra

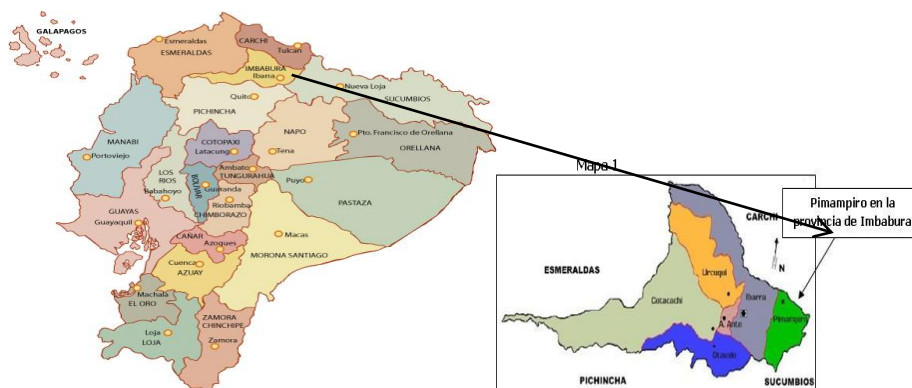
SECTOR: Norte

CANTÓN: Pimampiro

MAPA N°1

MAPA DEL ECUADOR

MAPA PROVINCIA DE IMBABURA



FUENTE: internet

ELABORADO POR: La Autora

4.10 MICROLOCALIZACIÓN

La micro localización es el lugar exacto de para ejecución del proyecto, por lo tanto la microempresa de producción y comercialización durazno estará ubicada en:

4.10.2 FACTORES QUE NOS LLEVARON A SELECCIONAR AL SECTOR DE CHAPÍ PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA.

➤ **Terreno propio**

Con el terreno propio se tiene el recurso disponible para el cultivo de durazno y la infraestructura necesaria para determinar las oficinas para la atención al cliente, también existe la posibilidad de expansión si el proyecto lo requiere. Además el terreno cumple con los requisitos en cuanto, estudio de suelo y condiciones ambientales.

➤ **Disponibilidad de insumos y materia prima**

El sector de Chapí donde será la microempresa está a cinco minutos de la cabecera cantonal que es Pimampiro, por lo tanto existe la facilidad de abastecimiento de insumos que se puedan utilizar.

➤ **Fácil acceso**

Desde la parroquia Pimampiro hasta el Juncal la vía es totalmente asfaltada lo cual es importante para el traslado de la fruta, y también se cuenta con los medios necesarios para transportar el producto a los diferentes mercados locales

➤ **Disponibilidad de suficiente agua de riego**

Por ser Pimampiro un sector agrícola cuenta con suficiente agua de riego la cual abastece dentro de la parroquia y sus alrededores, es decir que el terreno cuenta con agua de riego lo cual es trascendental para el cultivo de durazno.

➤ **Disponibilidad de energía eléctrica y agua potable**

El terreno tiene una infraestructura la cual dispone de los servicios básicos necesarios. Estos aspectos son fundamentales para la implementación de la microempresa, mismos que contribuyen como fuentes de apoyo a la operatividad del proyecto.

- **Disponibilidad de mano de obra**
El sector del proyecto cuenta con suficiente mano de obra, porque los pobladores del cantón se dedican como fuente principal para la economía de sus familias en la agricultura, es decir que éstos cuentan con suficiente experiencia.
- **Cercanía a los mercados de consumo**
Por la facilidad de acceso, existen buses, camionetas las cuales laboran de forma continua para trasladar la fruta a los diferentes mercados de consumo, además se puede procurar en lo más mínimo la existencia de intermediarios, llegando el producto al consumidor final en forma directa.
- **Factores Ambientales**
Al tratarse de un producto exclusivamente orgánico los desechos de la planta se utilizará como abono para el mismo terreno, sin poner en riesgo el entorno de la microempresa, evitando los impactos que pueden afectar al cultivo, por lo tanto teniendo un adecuado manejo agronómico el impacto ecológico será de bajo nivel.
- **Calidad de suelo apto para producir**
Con el análisis de suelo realizado por los expertos se confirmó que el terreno es apto para el cultivo de durazno, produciendo producto de buena calidad.
- **Clima privilegiado para producir en cualquier mes del año**
El sector cumple con todos los requerimientos climáticos y suelo nutritivo que es adecuado para el sembrío y cultivo de durazno.

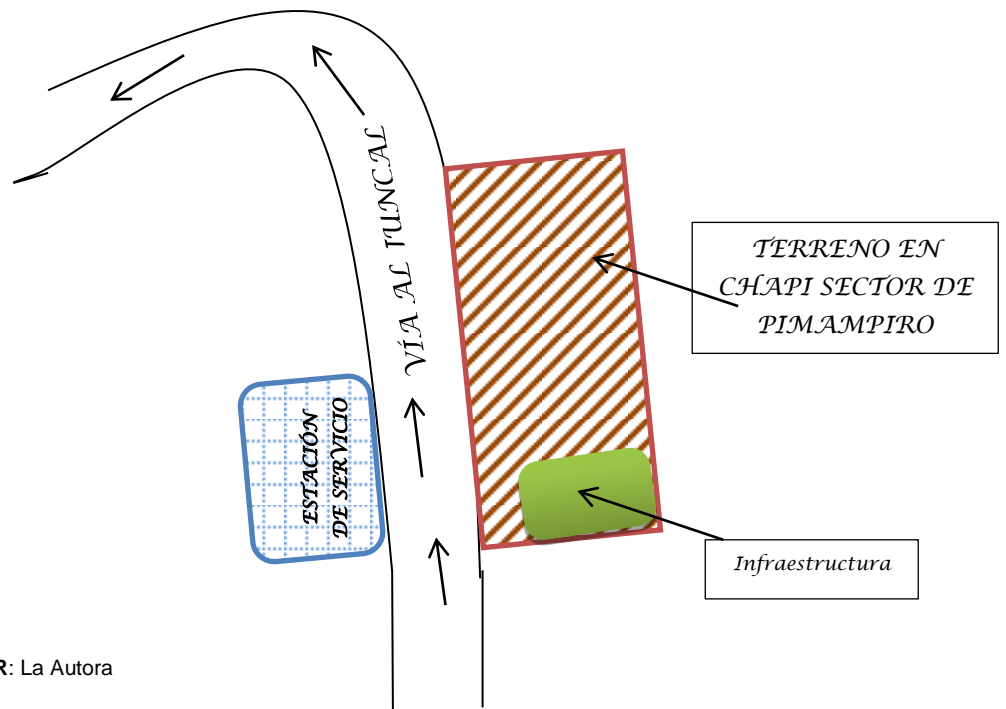
4.11 UBICACIÓN DE LA PLANTACIÓN

La microempresa estará ubicada en el sector de Chapí, parroquia Pimampiro, el terreno tiene una extensión de una hectárea apta para actividades agrícolas, también cuenta con una infraestructura de 6m por

8m para así adecuarlo para las oficinas y bodega que tendrá la unidad productiva

CROQUIS DE LA UBICACIÓN DE LA MICROEMPRESA

GRÁFICO N°8



ELABORADO POR: La Autora

4.12 PLANO DE LA MICROEMPRESA

“PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DURAZNO EN LA PARROQUIA PIMAMPIRO”

GRÁFICO N° 9



ELABORADO POR: La Autora

4.12.1 DISTRIBUCIÓN DE LA MICROEMPRESA

El área disponible para adecuar es de 6 metros por 8 metros distribuidos así:

DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES

CUADRO N°35

N°	ÁREA
1	Administrativa y Ventas
2	Área de Almacenamiento
3	Bodega de Insumos
4	Baño

ELABORADO POR: La Autora

DISEÑO DEL EQUIPAMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA, ÁREA ADMINISTRATIVA Y COSECHA.

GRÁFICO N°10



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: La Autora

4.12.2 ÁREA ADMINISTRATIVA

El área administrativa que requiere la microempresa tiene un área de 3 metros por 6 metros para las instalaciones que constan el área de gerencia, recepción, contabilidad, ventas y un baño.

4.12.3 ÁREA DE ALMACENAMIENTO

El área de almacenamiento consta de 3 metros por 8 metros por lo que se requiere de un espacio amplio y ventilado para almacenar las jabas plásticas de durazno ya cosechadas para luego ser distribuidas.

4.12.4 BODEGA DE INSUMOS

La bodega de insumos tendrá su propia entrada principal para ingresos de abonos, insumos, herramientas de trabajo deben estar separados del producto para que no se contamine. Ésta área consta de 2 metros por 3 metros requeridos por la microempresa.

4.13. DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL ÁREA ADMINISTRATIVA

Las instalaciones administrativas estarán separadas por tres oficinas las cuales son una para gerencia, otra para contabilidad, otra para recepción y ventas y un baño.

4.14. INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.14.1 PROCESOS PRODUCTIVOS

➤ PREPARACIÓN DE LA PLANTA DE DURAZNO

Las plantas de durazno son producidas en viveros y para ser adquiridas deben poseer las siguientes características: una altura de 1 metro y que hayan desarrollado tres ramas principales con seis varetas secundarias cada rama para que formen el árbol.

➤ PREPARACIÓN DEL TERRENO

En primer lugar se selecciona el mejor sitio de siembra, que sean suelos sanos, fértiles esto se conoce con el análisis de tierra. La preparación del terreno se realiza removiendo la tierra mediante arado cuando la tierra esta suelta es recomendable pasar rastra y por último se procede a alinear el terreno para saber en dónde va cada árbol, para esto es necesario marcar la distancia de siembra que es de 4m por 4m entre plantas y entre surcos por lo que tendremos 350 árboles.

➤ PLANTACIÓN

Luego de haber preparado y trazado el terreno se procede a realizar el hoyo el cual tiene 40cm de ancho, 40cm de largo y 40cm de hondo. Aquí se procede al abono de inicio una palada (4 libras) de abono orgánico en el fondo del hoyo; al momento de la plantación debemos tener en cuenta

que las raíces queden bien extendidas sobre la capa de tierra, una vez plantado se le refuerza con abono orgánico por árbol.

➤ **ABONADURA**

Con el análisis de suelo realizado el cual dio como resultado que el terreno es de tipo franco – arenoso es indispensable para realizar la abonadura. Para las plantas en cada cosecha 1 costal de abono orgánico, abono químico 3kilos de sulfato de amonio, 3 kilos de sulfato de potasio, el abono lo aplicamos alrededor del árbol y lo cubrimos con un poco de tierra.

➤ **RIEGO**

Es indispensable un sistema de riego por goteo permanente el cual se realiza 2 horas todos los días, con el fin de que el árbol esté hidratado y así crezca y se desarrolle de mejor manera.

➤ **PODA DE FORMACIÓN**

Es el corte que se realiza a todo el árbol o de una rama al cabo de 4 meses, para lo cual es importante darle una forma de vaso abierto que es el más recomendable, representado por un tronco principal y tres ramas secundarias dejándolas sin hojas, ni flores; esto se hace con el fin que las tres ramas seleccionadas provocan otras ramificaciones las cuales deben tener de 20cm a 30cm de largo.

➤ **PODA DE PRODUCCIÓN Y RENOVACIÓN**

Después de haber realizado cosechas y antes de la poda de producción en ciclo de cultivo que es de 4 meses se fumiga para defoliar el árbol de durazno para lo cual se hace la siguiente preparación, 3kilos de sulfato de zinc por 100 litros de agua, 1 kilo de azufre micronizada y 1kilo de sulfato de cobre; al otro día se procede a la poda total del árbol de durazno que queda en palos se fumiga con Dormex que es un compensador de frío el cual es el arranque del ciclo después de la poda. Y el ciclo de reposo que es de 2 meses consiste en el árbol está completamente sin hojas y las yemas están acumulando frío para luego

comenzar un proceso de brotación y producir frutos de buena calidad y cantidad

➤ **MANEJO FITOSANITARIO**

Para el control de plagas y enfermedades que atacan a la planta de durazno como son los hongos, mosca de la fruta, roya, croca, etc., se utiliza fungicidas, insecticidas, abonos como alimento en la planta, abonos foliares para así prevenir este tipo de ataques que pueden ser perjudiciales para la planta, esta prevención se realiza cada 12 días.

➤ **CONTROL DE MALEZAS**

Para que el cultivo esté en buenas condiciones se debe limpiar completamente el árbol a su alrededor de cualquier tipo de malezas que pueda causar daños a la planta, esta limpieza se hace a un metro del tronco, esto se lo puede hacer a mano, con guadaña o herbicidas.

➤ **COSECHA**

La cosecha de durazno inicia cuando el fruto ha cumplido con su período de crecimiento; las características de la fruta para ser cosechada es que debe ser de color amarillo con una textura dura. La recolección del fruto debe ser manual y con delicadeza, se debe evitar los golpes.

➤ **POSCOSECHA**

Después de la cosecha, el fruto no debe exponerse al sol, la fruta se empaca jabas envueltas en papel seda para evitar el roce, las jabas plásticas se almacenan en lugares frescos, secos y limpios con buena ventilación y suficiente luz.

➤ **COMERCIALIZACIÓN**

La comercialización de la fruta se hará en jabas plásticas de 20 kilos las cuales se entregarán a los distintos centros de expendio, facilitando al cliente su adquisición.

4.14.2 DIAGRAMA DE BLOQUE

DIAGRAMA DE BLOQUE GRÁFICO N°11



4.14.3 FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN

Los procesos a realizarse en la microempresa serán el manejo agrícola, cosecha, pos cosecha y venta; en la cual el flujo grama de producción detallará las actividades a realizarse.

FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN (simbología)


CUADRO N°36

	Transporte		Almacenamiento
	Operación Combinada		Inspección o Verificación
	Operación simple		Demora

ELABORADO POR: La Autora

PLANILLA DE PRODUCCIÓN

CUADRO N° 37

N°	SIMBOLOGÍA	ACTIVIDAD	TIEMPO
1		Preparación de la planta	2 meses
2		Preparación del terreno	3 meses
3		Plantación	1 día
4		Abonadura	2 día
5		Riego	2 días
6		Poda de formación	5 días
7		Poda de producción	5 días
8		Manejo fitosanitario	2 días
9		Control de malezas	2 días
10		Cosecha	1 día
11		Pos cosecha	1 día
12		Comercialización	1 día
	TOTAL		172 días

ELABORADO POR: La Autora

4.14.4 PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DEL DURAZNO

CUADRO N° 38

MESES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	18
Preparación del terreno y trasplante													
Floración													
Formación del fruto													
Cosecha													

ELABORADO POR: La Autora

Cada etapa del cultivo se realiza cada seis meses según cuando fueron, siendo cuatro cosechas al mes, es decir una cada semana.

4.15 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN

Dentro del presupuesto de inversión se definen los activos fijos, los activos diferidos y el capital de trabajo que serán utilizados por la microempresa.

4.15.1 EDIFICIO

Para el manejo administrativo y contable de la construcción de durazno se considera adecuar al galpón de 48 m² en diferentes oficinas.

COSTOS DE LA OBRA DE INFRAESTRUCTURA

CUADRO N° 39

EDIFICIO		
m ²	DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
48	Infraestructura (adecuar)	3000
TOTAL		3000

ELABORADO POR: La Autora

4.15.2 VEHÍCULO

Para la distribución del producto a los diferentes centros de expendio de fruta es necesario un vehículo valorado en 8.000,00

VEHÍCULO

CUADRO N° 40

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Camioneta	1	8000,00

ELABORADO POR: La Autora

4.15.3 HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN

Con previa consulta a expertos los materiales detallados a continuación se detalló de acuerdo a los requerimientos del proyecto.

HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN

CUADRO N° 41

MAQUINARIA Y EQUIPO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P. UNIT	TOTAL
Bomba de Fumigación	2	75,00	150,00
Carretilla	2	45,00	90,00
Tijeras de poda	5	7,00	35,00
Azadones	3	12,00	36,00
Rastrillos	3	3,50	10,50
Ahoyadores	3	17,00	51,00
Martillos	3	4,80	14,40
Palas de mano	3	6,50	19,50
Alicate	2	2,50	5,00
Machete	3	3,00	9,00
Moto Guadaña	1	350,00	350,00
TOTAL			770,40

FUENTE: Ferretería Pimampiro

ELABORADO POR: La Autora

4.15.4 MUEBLES Y ENSERES

La organización de la microempresa es necesaria la compra de muebles y enseres.

MUEBLES Y ENSERES

CUADRO N° 42

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P. UNIT	TOTAL
Escritorio de oficina	3	125,00	375,00
Sillas de oficina	5	35,00	175,00
Archivador metálico	2	80,00	160,00
Sillas de visita	5	10,00	50,00
TOTAL			760,00

FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora

4.15.5 EQUIPO DE OFICINA

EQUIPO DE OFICINA

CUADRO N° 43

EQUIPO DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P. UNIT	TOTAL
Sumadora Casio	1	65,00	65,00
Teléfono fax	1	90,00	90,00
TOTAL			155,00

FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora

4.15.6 EQUIPO DE COMPUTACIÓN

El equipo de computación es una herramienta que facilita el trabajo el cual se lo ocupará para realizar actividades necesarias de la unidad productiva.

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CUADRO N° 44

EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P. UNIT	TOTAL
Computador completo	2	500,00	1.000,00
Impresora Multifunción	1	80,00	80,00
Sistema Contable	1	500	500,00
TOTAL			1.580,00

FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora

RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA

CUADRO N° 45

CONCEPTO	VALOR
VEHICULOS	8000,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	770,40
INFRAESTRUCTURA	3000,00
MUEBLES Y ENSERES	760,00
EQUIPOS DE OFICINA	155,00
EQUIPO DE COMPUTACION	1580,00
TOTAL	14265,40

FUENTE: Investigación directa

ELABORADO POR: La Autora

4.16 INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

La Unidad Productiva tomará en cuenta como activos diferidos a los gastos de constitución.

4.16.1 GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Se realizan para cumplir con las normas y permisos que exigen las entidades de control públicas y privadas para su funcionamiento.

ACTIVOS DIFERIDOS

CUADRO N° 46

CONCEPTO			VALOR USD
GASTOS DE CONSTITUCION			752,00
Estudio de Factibilidad		600	
Aspectos legales		100	
Patente Municipal		37	
Permiso de Bomberos		15	
TOTAL USD			752,00

FUENTE: Investigación directa

ELABORADO POR: La Autora

4.17 CAPITAL DE TRABAJO

Para cubrir el primer año de los costos de emprendimiento de la microempresa, el capital de trabajo es de 24.241,99; es decir que hay que financiar la producción antes de percibir ingresos.

El capital de trabajo está integrado por los siguientes rubros: costos de producción, gastos administrativos, gastos de ventas y gastos financieros, detallados a continuación.

CUADRO N° 47

CONCEPTOS	VALOR USD ANUAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Insumo (planta)	1.400,00
Preparación del Terreno	50,00
Insumos	601,40
Mano de Obra eventual	80,00
Mano de Obra	4.925,24
Pago de Agua	30,00
Total costos de producción	7.086,64
CONCEPTOS	VALOR USD ANUAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Sueldos	11.247,00
Servicios Básicos	468,00
Suministro de Oficina	120,10
Mantenimiento de computación	20,00
Sueldos de Ventas	4.925,24
Gasto Combustible	340
Gasto Publicidad	35,00
SUB TOTAL	17.155,34
Total gastos Administrativos	17.155,34
Total capital de trabajo	24.241,99

ELABORADO POR: La Autora

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

5.1 MARCO LEGAL

La microempresa es una unidad de producción económica legalmente constituida por una serie de elementos para obtener un bienestar económico, ofreciendo bienes o servicios para satisfacer las necesidades del consumidor; todas las actividades deben funcionar bajo un marco legal, por lo tanto la microempresa, cumplirá con todas las normas y permisos para su funcionamiento.

5.2 NOMBRE DE LA EMPRESA

“Vitfrut Durazno”

5.3 LOGOTIPO



5.4 MISIÓN

“Producir y comercializar durazno bajo buenas prácticas agrícolas permitiendo llegar a los consumidores con un producto de buena calidad y competitividad para satisfacer sus necesidades y requerimientos; mediante la preservación ambiental y procurando el crecimiento económico de la micro empresa y así contribuir al desarrollo del Cantón”

5.5 VISIÓN

“En los próximos cinco años “Vitfrut Durazno”, será una microempresa de producción y comercialización de durazno líder en el mercado, con reconocimiento empresarial mediante el mejoramiento continuo, creando fuentes de trabajo y estableciendo nuevas estrategias de producción preservando el medio ambiente”

5.6 OBJETIVOS

- Ofrecer a nuestros clientes un producto de excelente calidad para así satisfacer la demanda local de durazno.
- Fomentar valores a quienes participan directamente con la microempresa otorgando incentivos para que cumplan con responsabilidad y compromiso los trabajos asignados.
- Buscar el crecimiento empresarial con la búsqueda de nuevos mercados para así mantener firme y segura la microempresa.
- Comercializar eficazmente el producto, mejorando los procesos de selección para satisfacer las exigencias de los clientes

5.7 VALORES

- Responsabilidad
- Honestidad
- Respeto
- Ética
- Calidad
- Compromiso con la organización

5.8 PRINCIPIOS

- Incrementar ventas
- Productos de excelente calidad

- Trabajo en equipo
- Mejora continua
- Respeto y consideración al trabajador

5.7 POLÍTICAS

- Pagar oportunamente los impuestos de acuerdo a la ley tributaria
- Realizar reuniones permanentes con los empleados para evaluar su desempeño y conocer necesidades.
- Realizar y controlar el flujo de caja del negocio, con la finalidad de hacer un seguimiento de los ingresos y egresos de caja; y balances financieros.
- Escuchar las sugerencias de los clientes ya que son la razón de ser de la microempresa
- Actualizar mensualmente una base de datos de proveedores de insumos de los productos agrícolas
- Realizar anuncios publicitarios de la microempresa
- Brindar un producto de buena calidad que garantice la salud y deleite de los consumidores.
- Atención personalizada
- Velar por la seguridad física y social de los empleados
- Velar por el crecimiento, desarrollo y competitividad de la unidad productiva
- Fomentar la investigación para el mejoramiento empresarial.

5.8 ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL DE LA MICROEMPRESA

El objetivo del proyecto es crear una microempresa de producción y comercialización de durazno en la parroquia Pimampiro, los cuales serán beneficiados con la creación de puestos de trabajo.

5.8.1 FUNCIONES BÁSICAS DE LA ORGANIZACIÓN

Las funciones básicas de la microempresa han sido ubicadas en tres departamentos: Producción, Administrativo y Ventas.

➤ **DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN**

Este departamento es el encargado de la planificación, organización ejecución y control del proceso productivo de durazno lo cual contará con personas que se encarguen de la producción.

➤ **DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO**

Este departamento es el encargado de planificar, coordinar, supervisar y dirigir todas las actividades administrativas y económicas de la microempresa, así como también organizar, capacitar e incentivar el departamento de ventas.

➤ **DEPARTAMENTO DE VENTAS**

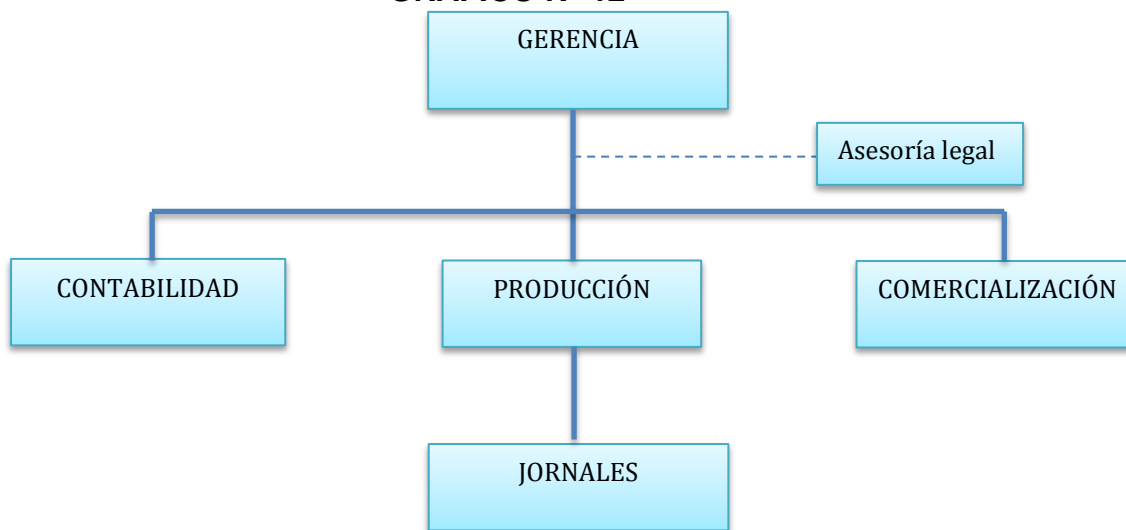
Es el encargado de vender el producto a los diferentes clientes, mediante la implementación de sistemas y canales de comercialización, buscando nuevos mercados para el producto.

5.8.2 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

La organización estructural permite conocer el orden jerárquico y la relación que debe existir de acuerdo a cada departamento y las responsabilidades de cada empleado de la microempresa.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

GRÁFICO N° 12



ELABORADO POR: La Autora

5.9 ORGANIZACIÓN INTERNA DE LA MICROEMPRESA


La microempresa “Vitfrut Durazno” se fundamenta en cuatro niveles jerárquicos en los cuales se desarrollará las actividades de la misma. Los niveles jerárquicos son:

- Nivel Directivo
- Nivel Administrativo
- Nivel Operativo

5.10 MANUAL DE FUNCIONES

Este documento permite conocer las funciones designadas, requisitos y habilidades de acuerdo al trabajo que va a desempeñar el personal de la nueva unidad productiva.

5.10.1 NIVEL DIRECTIVO


DEPARTAMENTO: Gerencia CARGO: Gerente General
El gerente se encargará de la planificación, organización, control y evaluación de la gestión empresarial el cual es conseguir los medios de funcionamiento para desempeñar sus actividades de producción y comercialización.
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none">• Coordinar los equipos de trabajo.• Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.• Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales.• Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.• Cumple y hace cumplir el reglamento aprobado por la microempresa• Capacitar al personal• Encargarse del reclutamiento y selección del personal.• Gestionar estrategias para abrir nuevos mercados• Asegurar el cumplimiento de los objetivos

PERFIL DEL PUESTO

- Título profesional en Administración de Empresas o carreras afines
- Persona con dinamismo, liderazgo, carácter, disposición, emprendedor, dedicado.
- Trabajo en equipo
- Facilidad de comunicación.
- Trabajo a presión

5.10.2 NIVEL ADMINISTRATIVO



DEPARTAMENTO: Financiero

CARGO: Contador

Se encargará de dirigir y establecer de manera permanente con transparencia y claridad los asuntos contables de la microempresa.


FUNCIONES


- Mantener el archivo contable bajo su custodia.
- Planificar el proceso contable
- Preparar la agenda
- Mantener los balances de manera clara.
- Elaborar estados financieros
- Analizar y preparar informes sobre la situación de la empresa
- Realizar los trámites requeridos por el SRI
- Cumplir con los pagos (remuneraciones, servicios, bienes, etc.)
- Realizar labores administrativas afines al cargo
- Registrar el valor de facturas de compras y ventas del producto.

PERFIL DEL PUESTO

- Título profesional en Contabilidad CPA, Lic., Ing.
- Experiencia en labores a fines
- Amplios conocimientos de acuerdo al puesto.
- Honestidad y ética profesional

5.10.3 NIVEL OPERATIVO


DEPARTAMENTO: PRODUCCIÓN
CARGO: JORNALJEFE DE PRODUCCIÓN
Realizar la supervisión y el control de toda la planta de producción, para lograr excelentes rendimientos y generando un ambiente placentero de trabajo.
FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none">• Controlar la producción y la calidad del producto• Supervisar al personal operativo en labores diarias• Elaborar presupuestos de materiales, insumos agrícolas y del personal para el cultivo.• Llevar registros del producto, cosecha y empaque.• Notificar cualquier anomalía en su área.
PERFIL DEL PUESTO
<ul style="list-style-type: none">• Ingeniero agrónomo• Conocimientos en el manejo de cultivo de durazno• Responsabilidad y eficacia en sus funciones• Don de mando• Tener iniciativa


DEPARTAMENTO: COMERCIALIZACIÓN
CARGO: VENDEDOR-DISTRIBUIDOR
Se encargará de establecer y mantener los contactos con los compradores de frutas de los mercados, para así brindar un producto acorde con los requerimientos de los clientes.
FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none">• Elaborar estrategias de publicidad, promoción y ventas• Determinar políticas de precio• Interactuar con los clientes• Definir el mercado• Planificar, dirigir y coordinar la venta del producto• Emitir facturas• Efectuar cobros• Cumplir con los pedidos puntualmente• Abrir nuevas plazas para el producto

PERFIL DEL PUESTO

- Tecnólogo en Mercadotecnia o carreras afines
- Licencia profesional de conducción
- Tener buenas relaciones humanas
- Capacidad para negociar
- Responsabilidad en sus funciones.



NOMBRE DEL PUESTO: OBRERO- JORNALERO

Se encargará de labores y prácticas agrícolas del cultivo en todo el proceso productivo.

FUNCIONES

- Realizar el mantenimiento básico de las herramientas de la planta.
- Efectuar labores de abonamiento, fertilización, poda, cosechas y pos cosechas en forma adecuada.
- Cumplir eficaz y eficientemente con las actividades que se programan para el desarrollo del cultivo.

CAPÍTULO VI

6 ESTUDIO FINANCIERO

Para determinar la rentabilidad que se tendrá con la producción y comercialización de durazno se realizará el análisis del estudio financiero.

6.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

De acuerdo al estudio realizado, el proyecto tendrá una inversión programada de \$39.259,39 distribuida de la siguiente manera:

RESUMEN DE LA INVERSIÓN TOTAL

CUADRO N° 48

DETALLE	VALOR
Inversión Fija	14.265,40
Inversión Diferida	752,00
Capital de trabajo	24.241,99
TOTAL	39.259,39

FUENTE: Investigación directa

ELABORADO POR: La Autora

6.2 DETERMINACIÓN DE INGRESOS

Para realizar el presupuesto de ingresos se hará de acuerdo a las ventas que la microempresa "Vitfrut Durazno" realice, el volumen de ventas se incrementará de acuerdo a la demanda, es decir a la tasa de crecimiento poblacional.

Para la generación de cinco años en ventas presupuestadas, se espera los siguientes ingresos.

PROYECCIÓN DE INGRESOS

CUADRO N° 49

PROYECCIÓN DE INGRESOS			
AÑO	KILOS ANUAL	PRECIO DE VENTA KILO	INGRESO POR VENTA
1	23.275,00	2,00	46550,00
2	23.275,00	2,04	47481,00
3	23.275,00	2,08	48412,00
4	26.600,00	2,12	56392,00
5	26.600,00	2,16	57456,00

FUENTE: Datos obtenidos del cuadro N° 34
ELABORADO POR: La Autora

6.3 DETERMINACIÓN DE EGRESOS

El presupuesto de egresos son las partidas que se invierten directamente en la producción y los gastos administrativos, ventas y financieros.

6.3.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN

INSUMOS

Este costo tiene que ver con la planta de durazno que se va adquirir el cual se lo realiza en el primer año, tomando en cuenta que la vida útil de planta es de 10 a 15 años aproximadamente.

INSUMOS

CUADRO N° 50

COSTO MATERIA PRIMA				
MATERIA PRIMA	DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Durazno	Planta	350	4,00	1400,00

FUENTE: Productor Experto
ELABORADO POR: La Autora

6.3.2 MANO DE OBRA DIRECTA

La MOD está conformado por la persona que tienen directa relación con el proceso productivo.

COSTO MANO DE OBRA

CUADRO N° 51

MANO DE OBRA DIRECTA							
MOD	Obrero	COSTO diario	AÑO 1	AÑO2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
Jornal Eventual	10	8,00	80	82,16	84,38	86,66	89,00
			80	82,16	84,38	86,66	89,00

FUENTE: Observación Directa
ELABORADO POR: La Autora

6.3.3 COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

Estos costos son parte fundamental para el desarrollo y mantenimiento del cultivo, en este caso son los insumos, mano de obra y costos indirectos. En este caso se consideró la tasa de inflación de 2013 que es de 2,7%.

INSUMOS PARA EL CULTIVO

CUADRO N° 52

INSUMOS				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Abono Orgánico	kilos	900	0,15	135,00
Sulfato de zinc	kilos	3	1,20	3,60
Azufre micronizado	kilos	2	8,30	16,60
Sulfato de cobre	kilos	2	8,50	17,00
Dormex	Litros	4	18,00	72,00
Insecticida	frasco 500cc	2	6,50	13,00
Fungicida	frasco 500cc	2	7,20	14,40
Abono Folear	frasco 500cc	3	9,70	29,10
				300,70
TOTAL ANUAL				601,40

FUENTE: Empresas agrónomas
ELABORADO POR: La Autora

6.3.4 MANO DE OBRA INDIRECTA

Este valor proviene de la persona encargada indirectamente con el cultivo, en este caso es el jornalero permanente, el cual se encargará de realizar la supervisión de la producción, y estará todos los días en la unidad productiva.

DETERMINACIÓN DEL COSTO DE MO

CUADRO N° 53

CARGO	SUELDO+BENEFICIOS	2014	2015	2016	2017	2018
Jornal	Sueldo Básico	3.816,00	3.919,03	4.024,85	4.133,52	4.245,12
	Décimo Tercero	318,00	326,59	335,40	344,46	353,76
	Décimo Cuarto	264,00	271,13	278,45	285,97	293,69
	Aporte Patronal	463,64	476,16	489,02	502,22	515,78
	Vacaciones	63,60	65,32	67,08	68,89	70,75
	Fondo de reserva		326,59	335,40	344,46	353,76
SUBTOTAL SUELDOS + BENEFICIOS		4.925,24	5.384,81	5.530,20	5.679,52	5.832,86

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORADO POR: La Autora

➤ DETERMINACIÓN DE LA MOI PARA PREPARACIÓN DEL SUELO

CUADRO N° 54

PREPARACIÓN DEL SUELO				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Análisis de suelo	Análisis	1	30,00	30
Tractor (arado)	Hora	1	10,00	10
Tractor (rrastra)	Hora	1	10,00	10
TOTAL				50

FUENTE: Empresa de prestación del servicio

ELABORADO POR: La Autora

OTROS COSTOS INDIRECTOS

Son gastos generales que efectuará la microempresa.

SERVICIOS BÁSICOS

CUADRO N° 55

SERVICIOS BÁSICOS		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	2,50	30,00
TOTAL	2,50	30,00

FUENTE: Observación Directa
ELABORADO POR: La Autora

RESUMEN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN

CUADRO N° 56

RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN					
DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
COSTOS DIRECTOS					
insumo (planta)	1400,00	—	—	—	—
Insumos	601,40	617,64	634,31	651,44	669,03
Mano de Obra Directa	80	82,16	84,38	86,66	89,00
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN					
MO Indirecta	4925,24	5058,23	5194,80	5335,06	5479,10
Preparación del suelo	50	—	—	—	—
Pago de Agua	30	30,81	31,64	32,50	33,37
TOTAL	7086,64	5788,83	5945,13	6105,65	6270,50

ELABORADO POR: La Autora

6.3.5 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos son egresos incurridos por actividades de planificación, control, dirección de la microempresa, entre estos están los sueldos, suministros de oficina, etc., para lo cual se tomó en cuenta la tasa de inflación del año 2013.

➤ SUELDOS ADMINISTRATIVOS

En los sueldos administrativos están los salarios del personal administrativo con el cual contará la microempresa. Este sueldo comprende al Gerente y Contador, el cual se proyectará para cinco años tomando en cuenta la tasa de incremento salarial de los últimos cinco.

**DETERMINACIÓN DEL COSTO DE MO EN EL ÁREA
ADMINISTRATIVA CUADRO N° 57**

CARGO	SUELDO	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
GERENTE	500,00	7.647,00	8.366,97	8.592,88	8.824,88	9.063,16
CONTADOR	300,00	3.600,00	3.697,20	3.797,02	3.899,54	4.004,83
TOTAL		11.247,00	12.064,17	12.389,90	12.724,43	13.067,99

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORADO POR: La Autora

6.3.6 SUMINISTROS DE OFICINA

CUADRO N° 58

SUMINISTROS DE OFICINA				
DESCRIPCIÓN	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
Tinta para impresora	Unidad	2	5,00	10,00
Cuaderno académico (100h)	Unidad	5	1,25	6,25
Papel	Resma	5	4,00	20,00
Perforadora	Unidad	2	2,00	4,00
Grapadora	Unidad	2	3,50	7,00
Grapas	Caja	1	0,75	0,75
Esfero	Unidad	5	0,30	1,50
Lápiz	Unidad	5	0,25	1,25
Borrador	Unidad	5	0,15	0,75
Papel carbón	Lámina	3	0,20	0,60
Sobres de manila	Unidad	12	0,15	1,80
Clips	Caja	2	0,50	1,00
Carpetas	Unidad	12	0,30	3,60
Archivadores (carpetas)	Unidad	5	3,50	17,50
Sellos	Unidad	2	7,80	15,60
Corrector	Unidad	3	1,00	3,00
Basurero	Unidad	3	2,50	7,50
Saca Grapas	Unidad	1	1,00	1,00
Notas de Venta	Ciento	1	8,50	8,50
Facturas	Ciento	1	8,50	8,50
TOTAL				120,10

FUENTE: Investigación directa

ELABORADO POR: La Autora

6.3.7 SERVICIOS BÁSICOS ÁREA ADMINISTRATIVA

CUADRO N° 59

SERVICIOS BÁSICOS ÁREA ADMINISTRATIVA		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	10,00	120,00
Agua	5,00	60,00
Teléfono	12,00	144,00
Internet CNT	12,00	144,00
TOTAL	39,00	468,00

FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora

6.3.8 MANTENIMIENTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CUADRO N° 60

MANTENIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
DESCRIPCIÓN	TIEMPO	VALOR
Servicio Técnico	Anual	20,00
TOTAL		20,00

FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora

RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

CUADRO N° 61

GASTOS ADMINISTRATIVOS	TOTAL
Sueldos	11.247 ,00
Servicios Básicos	468,00
Suministro de Oficina	120,10
Mantenimiento de computación	20,00
TOTAL	11.855,10

ELABORADO POR: La Autora

6.3.9 GASTOS DE VENTA

Son todos aquellos gastos que se necesita para la comercialización y venta del durazno en estos se encuentran los sueldos, publicidad, combustible, mantenimiento, otros.

SUELDO DE VENTAS

CUADRO N° 62

CARGO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vendedor	4925,24	5384,81	5530,20	5679,52	5832,86
TOTAL	4925,24	5384,81	5530,20	5679,52	5832,86

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales
ELABORADO POR: La Autora

6.3.10 GASTO PUBLICIDAD

CUADRO N° 63

GASTO PUBLICIDAD	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Publicidad Radial	30,00
Trípticos	5,00
TOTAL	35,00

FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora

6.3.11 COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO

CUADRO N° 64

GASTO COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
ABC	1	120,00	120,00
Llantas	4	35,00	140,00
Gasolina	4	20,00	80,00
TOTAL			340,00

FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora

6.4 GASTOS FINANCIEROS

Los gastos financieros se refieren a los intereses que genera el préstamo que se va realizar en el Banco de Fomento con una tasa del 11%.

El préstamo que se realizará es de 14.259,39 el cual es el 36 % del monto, convirtiéndose en un pasivo o deuda a largo plazo así:

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

CUADRO N° 65

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Inv. Propia	25.000,00	64%
Inv. Financiada	14.259,39	36%
TOTAL	39.259,39	100%

FUENTE: Presupuesto de Inversión

ELABORADO POR: La Autora

6.4.1 AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

Anteriormente detallado se necesita un crédito de \$14.259,39; el cual se solicitará en el Banco de Fomento a una tasa de interés anual de 11% por 5 años plazo, con pagos mensuales de capital e interés.

AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

CUADRO N° 66

Tabla de Amortización

Fecha de la operación	01-jul-13
Monto Operación	14.259
Tasa interés anual	11,00%
Plazo (meses)	60
Cuota Mensual a cancelar	310,03

TOTAL INTERES CANCELADOS DURANTE EL PRESTAMO	4.343
--	-------

Cuota No.	Fecha	Saldo Inicial	Cuota Mensual	Interes	Abono Capital	Saldo Final
1	ago-13	14.259,39	310,03	130,71	179,32	14.080,07
2	sep-13	14.080,07	310,03	129,07	180,97	13.899,10
3	oct-13	13.899,10	310,03	127,41	182,63	13.716,48
4	nov-13	13.716,48	310,03	125,73	184,30	13.532,18
5	dic-13	13.532,18	310,03	124,04	185,99	13.346,19

6	ene-14	13.346,19	310,03	122,34	187,69	13.158,49
7	feb-14	13.158,49	310,03	120,62	189,41	12.969,08
8	mar-14	12.969,08	310,03	118,88	191,15	12.777,93
9	abr-14	12.777,93	310,03	117,13	192,90	12.585,03
10	may-14	12.585,03	310,03	115,36	194,67	12.390,36
11	jun-14	12.390,36	310,03	113,58	196,46	12.193,90
12	jul-14	12.193,90	310,03	111,78	198,26	11.995,64
13	ago-14	11.995,64	310,03	109,96	200,07	11.795,57
14	sep-14	11.795,57	310,03	108,13	201,91	11.593,66
15	oct-14	11.593,66	310,03	106,28	203,76	11.389,90
16	nov-14	11.389,90	310,03	104,41	205,63	11.184,28
17	dic-14	11.184,28	310,03	102,52	207,51	10.976,77
18	ene-15	10.976,77	310,03	100,62	209,41	10.767,35
19	feb-15	10.767,35	310,03	98,70	211,33	10.556,02
20	mar-15	10.556,02	310,03	96,76	213,27	10.342,75
21	abr-15	10.342,75	310,03	94,81	215,23	10.127,53
22	may-15	10.127,53	310,03	92,84	217,20	9.910,33
23	jun-15	9.910,33	310,03	90,84	219,19	9.691,14
24	jul-15	9.691,14	310,03	88,84	221,20	9.469,94
25	ago-15	9.469,94	310,03	86,81	223,23	9.246,71
26	sep-15	9.246,71	310,03	84,76	225,27	9.021,44
27	oct-15	9.021,44	310,03	82,70	227,34	8.794,10
28	nov-15	8.794,10	310,03	80,61	229,42	8.564,68
29	dic-15	8.564,68	310,03	78,51	231,52	8.333,16
30	ene-16	8.333,16	310,03	76,39	233,65	8.099,51
31	feb-16	8.099,51	310,03	74,25	235,79	7.863,73
32	mar-16	7.863,73	310,03	72,08	237,95	7.625,78
33	abr-16	7.625,78	310,03	69,90	240,13	7.385,64
34	may-16	7.385,64	310,03	67,70	242,33	7.143,31
35	jun-16	7.143,31	310,03	65,48	244,55	6.898,76
36	jul-16	6.898,76	310,03	63,24	246,80	6.651,96
37	ago-16	6.651,96	310,03	60,98	249,06	6.402,91
38	sep-16	6.402,91	310,03	58,69	251,34	6.151,57
39	oct-16	6.151,57	310,03	56,39	253,64	5.897,92
40	nov-16	5.897,92	310,03	54,06	255,97	5.641,95
41	dic-16	5.641,95	310,03	51,72	258,32	5.383,64
42	ene-17	5.383,64	310,03	49,35	260,68	5.122,95
43	feb-17	5.122,95	310,03	46,96	263,07	4.859,88
44	mar-17	4.859,88	310,03	44,55	265,48	4.594,40
45	abr-17	4.594,40	310,03	42,12	267,92	4.326,48
46	may-17	4.326,48	310,03	39,66	270,37	4.056,10
47	jun-17	4.056,10	310,03	37,18	272,85	3.783,25
48	jul-17	3.783,25	310,03	34,68	275,35	3.507,90
49	ago-17	3.507,90	310,03	32,16	277,88	3.230,02
50	sep-17	3.230,02	310,03	29,61	280,43	2.949,59
51	oct-17	2.949,59	310,03	27,04	283,00	2.666,60
52	nov-17	2.666,60	310,03	24,44	285,59	2.381,01
53	dic-17	2.381,01	310,03	21,83	288,21	2.092,80
54	ene-18	2.092,80	310,03	19,18	290,85	1.801,95
55	mar-18	1.801,95	310,03	16,52	293,52	1.508,43
56	abr-18	1.508,43	310,03	13,83	296,21	1.212,23

57	may-18	1.212,23	310,03	11,11	298,92	913,31
58	jun-18	913,31	310,03	8,37	301,66	611,64
59	jul-18	611,64	310,03	5,61	304,43	307,22
60	ago-18	307,22	310,03	2,82	307,22	- 0,00
TOTAL			18.602,02	4.342,63	14.259,39	-

FUENTE: Banco Nacional de Fomento
ELABORADO POR: La Autora

6.4.2 PAGO DE INTERESES

En este caso los intereses bancarios a pagar al Banco por el préstamo que se va a solicitar se detallan a continuación:

PAGO DE INTERESES

CUADRO N° 67

PERIODO	INTERESES
AÑO 1	1.456,66
AÑO 2	1.194,70
AÑO 3	902,43
AÑO 4	576,34
AÑO 5	212,51
	(0,00)

FUENTE: Banco Nacional de Fomento

ELABORADO POR: La Autora

6.5 DEPRECIACIONES

La depreciación consiste en la pérdida de los activos fijos usados por la microempresa y sobre los cuales tiene propiedad; se calculará de acuerdo a la ley de Régimen Tributario Interno de nuestro país.

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

CUADRO N° 68

ACTIVO FIJO	VALOR DEL ACTIVO	%	VIDA ÚTIL	CUOTA/ DEPRECIACIÓN
Maquinaria y Equipo	770,40	10%	10 años	77,04
TOTAL				77,04

ADMINISTRACIÓN				
Muebles y enseres	760,00	10%	10 años	76,00
Equipo de Oficina	155,00	10%	10 años	15,50
Equipo de Computación	1.580,00	33,33%	3 años	526,61
Revalorización Eq./ Computación	268,50	33,33%	3 años	89,49
Edificio	3.000,00	5%	20 años	150,00
TOTAL				857,61
VENTAS				
Vehículo	8.000,00	20%	20 años	400,00
TOTAL				1.334,65

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La Autor

PROYECCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN

CUADRO N° 69

CONCEPTO	AÑOS	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VEHICULOS	20	8.000,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	10	770,40	77,04	77,04	77,04	77,04	77,04
MUEBLES Y ENSERES	10	760,00	76,00	76,00	76,00	76,00	76,00
INFRAESTRUCTURA	20	3.000,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
EQUIPOS DE OFICINA	10	155,00	15,50	15,50	15,50	15,50	15,50
EQUIPO DE COMPUTACION	3	1.580,00	526,67	526,67	526,67		
REVALORIZACIÓN EQ. COMPU.		268,50				89,49	89,49
			1.245,15	1.245,15	1.245,15	808,03	808,03

6.6 AMORTIZACIONES

Corresponde a la totalidad del cargo en la fase de estudio y legalización de la microempresa efectuado al gasto por concepto de amortización.

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

CUADRO N° 70

CONCEPTO		VALOR USD	AÑOS	AMORT
GASTOS DE CONSTITUCION		752,00	5	150,40
Estudio de Factibilidad	600			
Aspectos legales	100			
Patente Municipal	37			
Permiso de Bomberos	15			
TOTAL USD		752,00		150,40

FUENTE: Investigación Directa
ELABORADO POR: La Autora

PRESUPUESTO DE EGRESOS

CUADRO N° 71

PRINCIPALES RUBROS DE EGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DIRECTOS					
Insumos (planta)	1.400,00	-	-	-	-
MOD (jornalero)	80,00	82,16	84,38	86,66	89,00
TOTAL COSTOS DIRECTOS	1.480,00	82,16	84,38	86,66	89,00
COSTOS INDIRECTOS	5.683,68	5.783,71	5.937,79	6.096,03	6.258,55
Insumos	651,40	617,64	634,31	651,44	669,03
Sueldos y Salarios MOI	4.925,24	5.058,23	5.194,80	5.335,06	5.479,10
Servicios Básicos	30,00	30,81	31,64	32,50	33,37
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	7.086,64	5.788,83	5.945,13	6.105,65	6.270,50
Depreciación	77,04	77,04	77,04	77,04	77,04
GASTOS ADMINISTRATIVOS	12.863,11	13.093,70	13.422,43	13.322,91	13.669,64
Sueldos Administrativos	11247	11.550,67	11.862,54	12.182,83	12.511,76
Suministros de Oficina	120,10	123,34	126,67	130,09	133,61
Servicios Básicos	468,00	480,64	493,61	506,94	520,63
Equipo de Comp (manten)	20,00	20,54	21,09	21,66	22,25
Depreciación	857,61	768,11	768,11	330,99	330,99

Amortización	150,40	150,40	150,40	150,40	150,40
GASTOS DE VENTA	5.700,24	5.843,35	5.990,32	6.141,26	6.296,27
Sueldos de Ventas	4.925,24	5.058,23	5.194,80	5.335,06	5.479,10
Gasto Combustible	340,00	349,18	358,61	368,29	378,23
Gasto Publicidad	35,00	35,95	36,92	37,91	38,94
Depreciación	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Intereses	1.456,66	1.194,70	902,43	576,34	212,51
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	24.247,03	24.720,77	25.350,55	25.560,21	26.224,46
TOTAL USD	27.183,69	26.397,63	26.737,35	26.623,20	26.925,96

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La Autora

6.7 ESTADOS FINANCIEROS

La evaluación tiene como objetivo determinar la viabilidad financiera y económica del proyecto a través del análisis de los diferentes estados financieros.

6.7.1 BALANCE GENERAL

Para el balance general inicial se consideró las cuentas de Activos, Pasivos y Patrimonio que posee la microempresa.

BALANCE GENERAL

CUADRO N° 72

BALANCE GENERAL BALANCE INICIAL AÑO 0			
ACTIVOS			PASIVOS
Activo Corriente	24241,99		Pasivo a Largo Plazo
Caja	24241,99		Préstamo Bancario
			14.259,39
ACTIVO FIJO	14265,4	TOTAL PASIVO	14.259,39
Vehículo	8000,00		
Edificio	3000,00		
Maquinaria y equipo	770,40	PATRIMONIO	25.000,00
Muebles y enseres	760,00	Aporte de Capital	25.000,00
Equipo de Computación	1580,00		
Equipo de Oficina	155,00	TOTAL PATRIMONIO	25.000,00
ACTIVOS DIFERIDOS	752		
Gasto de Constitución	752		
TOTAL ACTIVOS	<u>39259,39</u>	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	<u>39.259,39</u>

ELABORADO POR: La Autora

6.7.2 ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados tiene como fin calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo netos del proyecto, que son de manera general, el beneficio real de la microempresa, los datos de los ingresos se obtienen de la tasa de inflación de 2,7% para el consumo (ver cuadro N° 49).

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADOS

CUADRO N° 73

ESTADO DE RESULTADOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
Ingreso por ventas	46.550,00	47.481,00	48.412,00	56.392,00	57.456,00
(-) Costos de Producción	7.086,64	5.788,83	5.945,13	6.105,65	6.270,50
(=) Utilidad Bruta proyectada	39.463,36	41.692,17	42.466,87	50.286,35	51.185,50
(-) Gastos Administrativos	12.863,11	13.093,70	13.422,43	13.322,91	13.669,64
(-) Gastos de Ventas	5.700,24	5.843,35	5.990,32	6.141,26	6.296,27
(=) UTILIDAD BRUTA PROYECTADA	20.900,01	22.755,11	23.054,12	30.822,18	31.219,59
(-) Pago de intereses	1.456,66	1.194,70	902,43	576,34	212,51
(=) UTILIDAD PROYECTADA ANTES DE IMPUESTOS	19.443,35	21.560,41	22.151,69	30.245,84	31.007,08
(-) Participación trabajadores 15%	2.916,50	3.234,06	3.322,75	4.536,88	4.651,06
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	16.526,85	18.326,35	18.828,93	25.708,96	26.356,02
(-) 25% Impuestos a la Renta	4.131,71	4.581,59	4.707,23	6.427,24	6.589,00
UTILIDAD NETA PROYECTADA	12.395,13	13.744,76	14.121,70	19.281,72	19.767,01

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La Autora

6.7.3 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá una empresa en un período determinado, este estado financiero es el más importante del estudio ya que las evaluaciones se efectuarán sobre los resultados que este determine.

FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN

CUADRO N° 74

FLUJO DE CAJA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSION	- 39.259,39					
UTILIDAD PROYECTADA		12.395,13	13.744,76	14.121,70	19.281,72	19.767,01
DEPRECIACION		1.245,15	1.245,15	1.245,15	808,03	808,03
TOTAL DE INGRESOS PROYECTADO		13.640,29	14.989,92	15.366,85	20.089,75	20.575,04
(-) EGRESOS						
PAGO DEL PRINCIPAL DE LA DEUDA		2.263,75	2.525,70	2.817,98	3.144,07	3.507,90
(-) depreciación		- 1.245,15	- 1.245,15	- 1.245,15	-808,03	- 808,03
TOTAL DE LOS EGRESOS		1.018,59	1.280,55	1.572,82	2.336,04	2.699,87
FLUJO DE CAJA NETO	- 39.259,39	12.621,70	13.709,37	13.794,03	17.753,72	17.875,18

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La Autora

6.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera tiene como objetivo calcular, estimar los beneficios netos que se esperan de la inversión que se realizará con la implementación del proyecto de producción y comercialización de durazno.

6.8.1 CÁLCULO DE COSTO DE CAPITAL

La tasa de descuento para un proyecto se denomina Tasa de Rendimiento Medio (TRM), con la cual se actualizarán los flujos de efectivo generados a futuro, es decir que se los trae a valor presente.

Los rendimientos del capital propio se han fijado en un 8%, mientras que el banco tiene una tasa de interés del 11%.

CÁLCULO DEL COSTO CAPITAL Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

CUADRO N° 75

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDERADA	VALOR PROMEDIO
Inv. Propia	25.000,00	0,64	8,00	5,09
Inv. Financiada	14.259,39	0,36	11,00	4,00
TOTAL	39.259,39	100,00	19,00	
			CK	9,09

ELABORADO POR: La Autora

$$TRM = (1 + CK) (1 + IF) - 1$$

DONDE:

CK = Costo Capital

IF = Tasa de Inflación anual de 2013

Sustituyendo:

$$TRM = (1 + 0,0909) (1 + 0,027) - 1$$

$$TRM = 0,1204 \approx 12,04\%$$

6.8.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Este indicador muestra el monto de los beneficios reales que tendrá el proyecto ante la inversión.

La tasa de rendimiento medio es de 12,04%, el VAN para los cinco años serán:

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

DONDE;

$$VAN = -39.259,39 + \frac{12621,70}{(1+0,1204)^1} + \frac{13709,37}{(1+0,1204)^2} + \frac{13794,03}{(1+0,1204)^3} + \frac{17753,72}{(1+0,1204)^4} + \frac{17875,18}{(1+0,1204)^5}$$

VAN = 14.133,45

FLUJO NETO ACTUALIZADO

CUADRO N° 76

AÑOS	FNC (USD)	VA
0	-39.259,39	\$ -39.259,39
1	12.621,70	\$ 11.265,85
2	13.709,37	\$ 10.922,19
3	13.794,03	\$ 9.809,11
4	17.753,72	\$ 11.268,70
5	17.875,18	\$ 10.127,00
VAN		\$ 14.133,45

FUENTE: Flujo de Caja

ELABORADO POR: La Autora

ANÁLISIS

El resultado que se obtiene del VAN es positivo, por lo tanto se trata de un proyecto rentable, porque después de recuperar la inversión inicial se ganará \$14.133,45.

VAN > 0: VIABLE

VAN = 0: INDIFERENTE

VAN < 0: NO VIABLE

6.8.3 TASA INTERNA DE RETORNO

Este método es utilizado para evaluar inversiones, se define como la tasa que hace que el valor actual neto sea cero; es decir que el valor presente de las entradas de efectivo será exactamente igual a inversión neta utilizada.

CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

CUADRO N° 77

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE DESCUENTO	
		23%	24,8 %
0	- 39.259,39	- 39.259,39	- 39.259,39
1	12.621,70	10.261,54	10.113,54
2	13.709,37	9.061,65	8.802,14
3	13.794,03	7.412,69	7.096,55
4	17.753,72	7.756,55	7.318,65
5	17.875,18	6.349,29	5.904,42
TOTAL		1.582,30	-24,08

FUENTE: Flujo de Caja

ELABORADO POR: La Autora

La fórmula con la que se calcula el TIR es:

$$\mathbf{TIR = T_i + (T_s - T_i) \frac{VAN_{T_i}}{VAN_{T_i} - VAN_{T_s}}$$

DONDE:

T_i= Tasa inferior de redescuento VAN positivo

T_s= Tasa superior de redescuento VAN negativo

VAN= Valor Actual Neto

$$\mathbf{TIR = 23 + (24,8 - 23) \frac{1582,30}{1582,30 - (-24,08)}}$$

TIR = 24,77%

ANÁLISIS La tasa interna de retorno resultó con un valor igual a 24,77%; una cifra que supera a la tasa de rendimiento medio de 12,04% por lo tanto se convierte en un proyecto viable y factible.

6.9 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El plazo de recuperación real de una inversión es el tiempo que tarda en ser recuperada la inversión inicial basándose en los flujos de caja que genera en cada período de su vida útil.

CUADRO N° 78

INVERSION		39.259
FNC	(FNC) USD	SUMA (FNC) USD
1	12621,70	12621,70
2	13709,37	26331,06
3	13794,03	40125,10
4	17753,72	57878,81
5	17875,18	75753,99

FUENTE: Flujo de Caja

ELABORADO POR: La Autora

CÁLCULO:

Suma de flujos 26.331,06 → 2 años

Inversión total 40.125,10 → ?

PRI= 2,98

Con los flujos de caja netos, la inversión es de \$39.259,39 los cuales serán recuperados a los 2 años 10 meses del proyecto.

6.10 RELACIÓN BENEFICIO- COSTO

En este indicador se refleja el valor que tiene el proyecto en cuanto a los beneficios y costos.

B/C > 1 ingresos mayor a egresos, aconsejable

B/C =1 ingresos igual a egresos, indiferente

B/C <1 ingresos menor a egresos, no aconsejable

RELACIÓN BENEFICIO- COSTO CON INGRESOS Y EGRESOS

CUADRO N° 79

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS 12,04%	EGRESOS ACTUALIZADOS 12,04%
1	46.550	27.183,69	41.547,66	24.262,49
2	47.481	26.397,63	42.378,61	23.560,90
3	48.412	26.737,35	43.209,57	23.864,11
4	56.392	26.623,20	50.332,02	23.762,23
5	57.456	26.925,96	51.281,69	24.032,45
TOTAL			228.749,55	119.482,18

FUENTE: Presupuesto de Ingresos y Egresos

ELABORADO POR: La Autora

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

$$C/B = \frac{228.749,55}{119.482,18}$$

$$C/B = 1,36$$

Se deduce que por cada dólar invertido se obtiene \$ 1,36 de beneficio desde el punto de vista financiero.

6.11 PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio es donde los ingresos se igualan a los costos, sirve como parámetro de referencia para determinar el nivel de ventas para comenzar a generar utilidades.

PUNTO DE EQUILIBRIO

CUADRO N°80

PUNTO DE EQUILIBRIO	
TOTAL	USD ANUAL
CF (costo fijo)	20.097,05
CV (costo variable)	7.086,64
Pvu (precio variable unitario)	2,00
Cantidad	23.275,00
Cvu (costo variable unitario)	0,30
MC (Margen de contribución unitario)	1,70
Punto de equilibrio en unidades	11.852,99

FUENTE: Costos y Gastos del proyecto

ELABORADO POR: La Autora

PE =11.852,99 unidades

CUADRO N°81

DETALLE	AÑO1
TOTAL INGRESOS	46.550,00
COSTOS FIJOS	20.097,05
COSTOS VARIABLES	7.086,64

FUENTE: Costos y Gastos del proyecto

ELABORADO POR: La Autora

$$PE = \frac{\text{costos fijos totales}}{1 - (\text{costos variables} / \text{ingresos})}$$

$$PE = \frac{20.097,05}{1 - (7.086,64 / 46550)}$$

PE= \$23.705,98

El punto de equilibrio indica que la microempresa debe tener ingresos de por lo menos \$23.705,98 para comenzar a recuperar la inversión fija.

CAPÍTULO VII

7 IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1 ANÁLISIS DE IMPACTOS

En este capítulo se define los principales impactos que la microempresa genere durante su desarrollo sean estos positivos o negativos.

7.1.1 TIPOS DE IMPACTOS

- Impacto Socio Económico
- Impacto Empresarial
- Impacto Educativo
- Impacto Ambiental

7.2 NIVELES DE IMPACTO

3	Impacto positivo alto
2	Impacto positivo medio
1	Impacto positivo bajo
0	No hay impacto
-1	Impacto negativo bajo
-2	Impacto negativo medio
-3	Impacto negativo alto

Para valorar el nivel de impacto, se suman los mismos y ese valor se lo divide para el número de elementos sometidos a juicio, teniendo como resultado el impacto que dejara la ejecución del proyecto.

7.3 DESARROLLO DEL ANÁLISIS DE IMPACTOS

7.3.1 IMPACTO SOCIO ECONÓMICO

CUADRO N° 82

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Nuevas fuentes de trabajo							x	3
Nivel de ingresos						x		2
Estabilidad laboral						x		2
Nuevas alternativas de inversión						x		2
TOTAL						6	3	9

$$\text{Nivel del Impacto Socio Económico} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{Nivel del Impacto Socio Económico} = \frac{9}{4}$$

$$\text{Nivel del Impacto Socio Económico} = 2,25 = 2 \quad \text{Medio Positivo}$$

ANÁLISIS

NUEVAS FUENTES DE TRABAJO

Con la ejecución del proyecto existe la posibilidad de generar nuevas fuentes de trabajo ya sea mano de obra calificada, no calificada y agentes indirectos, contribuyendo de esta forma a disminuir el índice de desempleo en la parroquia.

NIVEL DE INGRESOS

Se mejora el nivel de ingresos debido al incremento en la producción lo cual favorecerá a todos los miembros de la microempresa, ya que tendrá un efecto medio positivo para sus familias y por ende a la parroquia.

ESTABILIDAD LABORAL

El proyecto pretende que los empleados y sus familias cuenten con un ingreso fijo para que así puedan cubrir las necesidades básicas como son salud, educación, vivienda, vestido.

NUEVAS ALTERNATIVAS DE INVERSIÓN

El cultivo de durazno es un cultivo no tradicional el cual en los últimos tiempos ha venido a constituirse en una nueva alternativa de inversión, ya que da buenos resultados beneficiando a toda la parroquia.

El impacto socio económico que el proyecto generará tiene una valoración de “impacto medio positivo” (2).

7.3.2 IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO N° 83

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Competitividad						x		2
Mejora de procesos						x		2
Emprendimiento							x	3
Crecimiento agrícola						x		2
TOTAL						6	3	9

$$\text{Nivel del Impacto Empresarial} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{Nivel del Impacto Empresarial} = \frac{9}{4}$$

$$\text{Nivel del Impacto Empresarial} = 2,25 = 2 \quad \text{Medio Positivo}$$

ANÁLISIS

COMPETITIVIDAD

Este impacto ayuda a la microempresa a buscar nuevas alternativas de ventas y de trabajo, con la finalidad de ser competitivos a nivel empresarial, permitiendo la adquisición de nuevos conocimientos y la implementación de nuevas estrategias productivas.

MEJORA DE PROCESOS

La unidad productiva se fomentara en la mejora de procesos continuamente basados en la calidad del producto y del servicio.

EMPRENDIMIENTO

Con la implementación de la microempresa generará un ambiente positivo que favorecerá para que esta pueda alcanzar las metas y objetivos propuestos, ya que no se piensa en forma limitada sino a futuro.

CRECIMIENTO AGRÍCOLA

La microempresa busca nuevas alternativas de ingresos como es la producción y comercialización de productos para así fortalecer el crecimiento agrícola de la zona de influencia del proyecto.

7.3.3 IMPACTO EDUCATIVO

CUADRO N° 84

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Capacitación continua							x	3
Mejoramiento tecnológico						x		2
Generación de conocimiento						x		2
Interés por el producto							x	3
TOTAL						4	6	10

$$\text{Nivel del Impacto Educativo} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{Nivel del Impacto Educativo} = \frac{10}{4}$$

Nivel del Impacto Educativo I = 2,50 = **3 Alto Positivo**

ANÁLISIS

CAPACITACIÓN CONTINUA

El proyecto permite la generación de conocimiento acerca de la parte productiva por el cultivo y administrativa por la creación de la microempresa.

MEJORAMIENTO TECNOLÓGICO

La microempresa utilizará tecnología acorde con sus necesidades para el buen funcionamiento de la misma.

GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO

Se ofrecerá capacitación continua al personal permitiendo que tengan un mejor desarrollo de sus actividades.

INTERÉS POR EL PRODUCTO

El proyecto busca que la población tenga interés por nuevos productos para que así tengan mejores oportunidades en el mercado laboral.

7.3.4 IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO N° 85

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Contaminación del agua			x					-1
Generación de desechos						x		2
Utilización de abonos orgánicos							x	3
Preservación del suelo						x		2
TOTAL			-1			4	3	6

$$\text{Nivel del Impacto Ambiental} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{Nivel del Impacto Ambiental} = \frac{6}{4}$$

Nivel del Impacto Ambiental = 1,50 = **2Medio Positivo**

ANÁLISIS

CONTAMINACIÓN DEL AGUA

Este impacto se calificó como impacto bajo negativo, debido a que construirá un pozo séptico, para que las aguas contaminadas con la limpieza de las bombas de fumigar sean desechadas en el pozo evitando la contaminación del agua.

GENERACIÓN DE DESECHOS

La microempresa con la generación de desechos, ya que estos son orgánicos serán utilizados para abono del terreno.

UTILIZACIÓN DE ABONOS ORGÁNICOS

Para el cultivo se utilizará en gran mayoría abono orgánico para la tierra permitiendo disminuir el empleo de productos químicos para así el producto sea natural y con esto permitiendo una óptima producción.

PREVENCIÓN DEL SUELO

El proyecto pretende que con el cultivo orgánico es conservar el suelo y el medio ambiente

CONCLUSIONES

- El Diagnóstico Situacional externo del entorno del proyecto se pudo identificar Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos. Además aporta a la actividad principal en la parroquia que es la producción agrícola.
- El desarrollo del estudio de mercado en base a las encuestas realizadas permitió demostrar la demanda potencial insatisfecha, que fácilmente puede ser captada por la nueva microempresa a constituirse. El estudio realizado nos proporcionó valiosa información relacionada con la demanda, oferta, precios y formas de comercialización, y el afán de producir nuevos productos.
- En el estudio técnico, se determinó la capacidad y el tamaño del proyecto, la localización y el capital de trabajo requerido por la microempresa. La determinación del sitio se obtuvo mediante ventajas en cuanto se refiere al transporte, disponibilidad de insumos, y el factor climático el cual es ideal para este tipo de cultivos.
- Mediante el estudio organizacional sirvió para establecer la propuesta estratégica, la estructura organizacional y funcional de la microempresa.
- En el estudio financiero se pudo establecer que el proyecto es factible. La evaluación financiera justifica la inversión del proyecto pues generará utilidades a lo largo de su vida útil.
- El nivel de los impactos analizados es positivo, lo que determina que el proyecto a ejecutarse es totalmente viable.

RECOMENDACIONES

- Buscar información acerca de las actividades productivas a los diferentes organismos encargados como el ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), para promover la actividad agrícola ya que esta es la principal fuente de ingresos en la parroquia, y estos deberían apoyar a los pequeños agricultores.
- Para satisfacer la demanda es necesario brindar un producto de buena calidad; para darse a conocer de la mejor manera realizando una publicidad para que las personas conozcan el producto y de esta manera irse posesionando en el mercado.
- Mediante el estudio podemos darnos cuenta que existe un mercado disponible en la actualidad y que podemos cubrir, por medio de una excelente gestión administrativa, la cual permita consolidarnos dentro del mismo.
- Es de suma importancia la capacitación a la población de la parroquia Pimampiro para que acepte y se familiarice con los nuevos proyectos micro empresariales de producción de cultivos y teniendo en cuenta el uso de tecnología que hoy en día es muy indispensable para que la Unidad de Producción cumpla con la misión, visión y lograr los objetivos planteados..
- En lo que se refiere a inversión al inicio es una cantidad considerable, pero que en poco tiempo será recuperada. Se sugiere ejecutar el proyecto con toda seguridad, ya que obtendrán beneficios en corto tiempo y brindarán empleo a personas que necesitan una fuente de ingreso.
- Se deberá mantener los niveles positivos de impactos; y, en caso de que en la ejecución del proyecto existieran variaciones, tratar de emendar errores y solucionar los inconveniente

BIBLIOGRAFÍA

- BACA Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill Interamericana, Quita Edición ,2007.
- BACA Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill Interamericana, Quita Edición ,2013.
- BRAVO VALDIVIEZO, Mercedes; Contabilidad General Edición; 2013.
- BERNAL, César Augusto; Organización Metodológica; 2009.
- CANTOS AGUIRRE, Enriqueta; Diseño y Gestión de Microempresas; Edición CODEU, 2006
- CHAVANA VEGA, Joaquín; Contabilidad General 2º; 2010.
- CHIAVENATO, Idalberto; Administración; 2010.
- CANNICE, Mark, KOONTS, Harold, WEIHRICH, Heinz; Administración una Prospectiva Global y Empresarial; 2008.
- CARRASCO DIAS, S; Metodología de la Administración Científica; 2007.
- CUEVA JÁCOME, Jaime; Competitividad de los Servicios; 2011.
- CALLEJA BERNAL, Francisco Javier; 2011.
- DAFT, Richar; Introducción a la Administración;2010.
- FLÓREZ URIBE, Juan Antonio; Proyecto de Inversión para las PYME; 2010.
- FRED, David, 2008; Administración Estratégica, Editorial Pretince-Hall Hispanoamérica, S.A., México; 2008.
- FRIEND, Graham; Plan de Negocios, primera edición, The Economist; Argentina, 2008
- GÓMEZ TARRAGONA, Daniel; Marketing Editorial: Cómo Satisfacer las Necesidades de los Lectores de Libros; 2010.
- HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Abraham; HERNÁNDEZ VILLALOBOS, Abraham, HERNÁNDEZ SUAREZ, Alejandro; Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, 2008.

- JÁCOME, Walter, Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, Editorial Universitaria, Ibarra, 2005.
- KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary; Principios del Marketing, Duodécimo Edición; Editorial Pearson Educación S.A.; Madrid 2008.
- MC KARTHY, E.; Comercialización Edición el Ateneo Bs,As
- POSSO YÉPEZ, Miguel Ángel; Metodología para el Trabajo de Grado; 2006.
- PRIETO HERRERA, Jorge Eliécer; Investigación de Mercados; segunda edición, Bogotá; Ecoe. Ediciones, 2013
- SAPAG, Nassir, Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Pearson Prentice Hall, 2007, Primera Edición.
- VARGAS VARGAS, Samuel A.; Marketing Agropecuario; Editorial Trillas, 2012.
- ZAPATA, Pedro, Contabilidad General, Editorial Mc Graw Hill Interamericana, Sexta Edición, Colombia, 2008.

LINKOGRAFÍA

- Enrique , Franklin Mc Graw; organización de empresas; www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas
- Enrique , Franklin Mc Graw; organización de empresas; www.promonegocios.net/mercadotecnia/misión-conceptohtml
- PHILLIP, Kotler; Costos, Gastos, Definición y Clasificación, web: www.slideshare.net/masloc
- [Ing. Pablo Viteri Díaz; Descripción Técnica de la Variedad de Durazno Diamante \(Prunus pérsica\(L.\)Batsch\)](http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/pdf)
- PHILLIP, Kotler; consulta en línea, web: [html/www.monografias.com/](http://www.monografias.com/)
- Wiki marketing; www.wikipedia.org

- [www.inec.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda\(CPV\)2010](http://www.inec.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda(CPV)2010)
- www.imbabura.turismo.gov.ec/target%3Dbianck/datos/generales
- <http://durazno-tephy.blogspot.com>
- www.pimampiro.gob.com/organigramas/2009.html
- www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?value=inflacion
- www.relacioneslaborales.gob.ec/tablas-de-remuneracion_minima-sectorial-y-tarifas/
- www.bnf.ec/index.php?option=com_tasa/de-interes
- www.pichincha.com/carpetaarchivo/archivocarpeta/692/pdf

ANEXOS



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

FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES FAMILIARES DE LA PARROQUIA PIMAMPIRO

1. ¿Adquiere fruta para consumo familiar?

SIEMPRE () CASI SIEMPRE () NUNCA ()

2. ¿Cuál de las siguientes frutas es de su preferencia?

DURAZNO ()

MANZANA ()

PERA ()

OTROS ()

3. ¿Adquiere durazno para su consumo familiar?

SI ()

NO ()

4. ¿Ha escuchado o tiene conocimiento de las propiedades alimenticias que posee el durazno?

SI ()

NO ()

PARCIALMENTE ()

5. ¿De qué formas alimenticias ha consumido el durazno?

NATURAL () PROCESADA () OTROS ()

6. ¿Dónde prefiere adquirir el durazno?

SUPERMERCADOS ()

PUESTOS DE FRUTAS ()

MERCADOS POPULARES ()

OTROS ()

7. ¿Cuál es el factor más importante al adquirir el producto?

TAMAÑO ()

PRECIO ()

PRESENTACIÓN ()

PROCEDENCIA ()

8. ¿Cuál es la frecuencia de compra del durazno?

DIARIO ()

SEMANAL ()

QUINCENAL ()

MENSUAL ()

9. ¿Qué cantidad de durazno consume en un promedio semanal?

½ Libra ()

1 Kilo ()

1 Libra ()

2 Kilos en adelante ()

10. ¿Cómo considera Ud. el precio del durazno?

ALTO ()

MEDIO ()

BAJO ()

11. ¿Qué precio está dispuesto a pagar por el durazno?

1/2 Libra (\$ 0,50) ()

1 Libra (\$ 0,75) ()

1 Kilo (\$ 2,00) ()

2 Kilos (\$ 3,25) ()

12. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría conocer el valor nutritivo del durazno?

RADIO ()

PRENSA ()

TELEVISIÓN ()

TRÍPTICOS ()



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

**FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES DE FRUTAS DE LA
PARROQUIA PIMAMPIRO**

1. ¿En su puesto de venta comercializa durazno?

Si ()

No ()

2. ¿Su cliente al momento de seleccionar el durazno cual es el atributo que prefiere?

Calidad ()

Presentación ()

Precios ()

Procedencia ()

3. ¿Cuál es la frecuencia de ventas del durazno?

Diario ()

Una vez a la semana ()

Dos veces a la semana ()

Quincenal ()

4. ¿Qué cantidad de durazno vende a la semana?

1/2 Libra ()

1 libras ()

1 kilo ()

2 kilo o más.... ()

5. ¿Cuál es el costo más conveniente que Ud. vende por el durazno al consumidor?

1/2 Libra (\$ 0,60) ()

1 libras (\$1,25) ()

1 kilo (\$2,00) ()

2kilos (\$ 4,00) ()

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

Si ()

No ()

7. ¿Si su respuesta de la pregunta anterior es no que cantidad necesita semanalmente para satisfacer la demanda?

10 Kg ()

20 Kg ()

30 Kg ()

8. ¿Su proveedor de durazno es?

Productor ()

Intermediario ()

Ambos ()

9. ¿Cuenta usted con un proveedor de durazno permanente?

Si ()

No ()



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

ENTREVISTA REALIZADA AL SEÑOR ROBERTO NARVÁEZ
PRODUCTOR DE DURAZNO DE LA PARROQUIA DE PIMAMPIRO

1. ¿Qué cantidad de terreno tiene sembrado actualmente de durazno?
2. ¿Qué cantidad de terreno estaría dispuesto a incrementar en la siembra de durazno?
3. ¿La producción de durazno es una actividad rentable?
4. ¿Con qué frecuencia usted cosecha?
5. ¿Cuál es la presentación del producto al momento de la entrega del durazno?
6. ¿Cuántas plantas tiene sembrado?
7. ¿Cuál es la producción promedio por planta?
8. ¿Cuál es la forma o insumos que utiliza para el cultivo de durazno?
9. ¿Su producto es comercializado por medio de intermediarios o directo al consumidor?
10. ¿Qué precio de venta por kilo tiene su producto?
12. ¿El capital de trabajo que utiliza para la producción de durazno es propio o financiado?

“RÉGIMEN LEGAL PARA LA MICROEMPRESA Y MICROCRÉDITO”

PROYECTO DE LEY DE LA MICROEMPRESA

CAPITULO I

Artículo 1.- La presente Ley ampara a todas las microempresas, constituidas ya sea por personas naturales, empresas unipersonales o personas jurídicas y a su organización gremial.

Artículo 2.- La microempresa es una unidad económica operada por personas naturales o jurídicas, que va desde el autoempleo o que cuentan hasta con diez colaboradores, registrada en la organización gremial de la microempresa; dedicada a la producción, servicios o comercio, en los subsectores de alimentos, cerámico, confecciones, textil, cuero y calzado, electrónico, radio – tv, grafico, químico-plástico, materiales de construcción, maderero, metalmecánica, profesionales, transporte, restaurantes, hotelería y turismo, ecológicos, mantenimientos vial y otros afines y registrada en la organización gremial de la microempresa.

Artículo 3.- Podrán constituirse Microempresas, con el concurso de una sola persona o por un número ilimitado de socios, siempre que laboren en la misma actividad o sector productivo, esta última se denominará microempresa asociativa, comunitaria y/o solitaria.

El propietario o los socios de una microempresa responderán hasta por el monto declarado en el documento de su constitución.

Artículo 4.- La microempresa, tendrá como Representante Legal, al propietario o en su defecto al administrador que designe. La Microempresa asociativa, comunitaria, y/o solidaria constituida de hasta cuatro socios, será administrada por la Asamblea General de socios; y, más de cinco socios, por un directorio, además de un administrador nombrado para el efecto.

Artículo 5.- Las Microempresas podrán ser constituidas por personas naturales, como empresa unipersonal o en las diferentes formas de sociedad reconocidas por la ley, y deberán registrarse en la organización gremial de la microempresa.

Artículo 6.- La microempresa podrá ejercer sus actividades económicas individuales, en razón de su capital, hasta el monto dispuesto en el Artículo 2 de esta ley.

CAPÍTULO IV

DE LOS INCENTIVOS PARA LA MICROEMPRESA

Artículo 15.- El Estado garantiza los siguientes incentivos:

a.- El derecho al libre ejercicio de las actividades económicas de la microempresa y al trabajo por cuenta propia, así como la conformación de corporaciones, consorcios o empresas integradoras de producción, servicios y comercio, para el acceso al mercado estatal.

b.- Conjuntamente con los organismos seccionales y municipales, la elaboración de planes y programas que permitan el establecimiento de Polígonos de la Microempresa (parques de producción, servicios y comercio), y programas de viviendas-taller o locales de trabajo, y otros.

c.- La constitución y participación en la capitalización de entidades especializadas, de Educación y Capacitación, Asistencia Técnica, Comercialización, Garantía Crediticia, Crédito, Salud, Vivienda y otras de interés para la Microempresa.

d.- El establecimiento de un salario diferenciado para los trabajadores de la microempresa.

Artículo 16.- Las Microempresas podrán participar en los programas de compras estatales, las entidades del sector público deberán calificar como proveedores a los microempresarios, a los consorcios y a las microempresas asociativas, comunitarias y/o solidarias.

CAPÍTULO IV

SANCIONES

Artículo 17.- los funcionarios públicos que impidan el libre ejercicio de las actividades económicas micro empresariales, su derecho al trabajo, y que no faciliten el desarrollo de las microempresas, y el fortalecimiento de sus organizaciones, atento a las disposiciones de esta Ley, serán destituidos de sus cargos, previo el trámite sumario administrativo correspondiente, de conformidad a las normas legales pertinentes.

CAPÍTULO V

DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA.- Podrán registrarse en la Cámara Nacional de la Microempresa, las personas naturales y jurídicas que ejerzan las actividades, determinadas en el Artículo 2 de esta Ley, en el reglamento general y en los Estatutos vigentes.

SEGUNDA.- Las microempresas que superan los parámetros indicados en el Art. 2 de esta ley, dejarán de percibir los beneficios establecidos.

TERCERA.- La Cámara Nacional de Microempresas del Ecuador, creada por esta Ley participará como Cámara de la Producción en todos los colegios electorales con voz y voto para elegir el representante de las Cámaras de la Producción, en los órganos respectivos.

CAPÍTULO VI

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA.- La Cámara Nacional de la Microempresa del Ecuador es el Organismo Gremial de la microempresa, con personería jurídica, otorgada por el MICIP, mediante Acuerdo Ministerial N°. 631, del 17 de diciembre de 1992, publicado en el Registro Oficial N°. 107 del 14 de enero de 1993.

Esta actualizará sus estatutos de conformidad con esta Ley, en el plazo de 90 días contados a partir de su publicación en el Registro Oficial, y lo presentará al Ministerio que le otorgó la personería jurídica.

SEGUNDA.-Se declara el 8 de septiembre de cada año, el DÍA NACIONAL DE LA MICROEMPRESA.

SUELDOS ANUALES

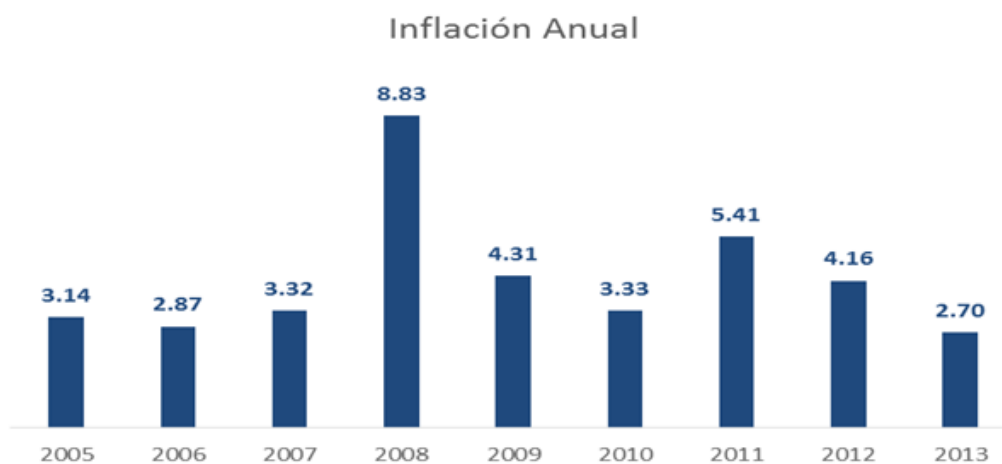
CARGO	SUELDOS + BENEFICIOS	2014	2015	2016	2017	2018
GERENTE	Sueldo Básico	6.000,00	6.162,00	6.328,37	6.499,24	6.674,72
	Décimo Tercero	500,00	513,50	527,36	541,60	556,23
	Décimo Cuarto	318,00	326,59	335,40	344,46	353,76
	Aporte Patronal	729,00	748,68	768,90	789,66	810,98
	Vacaciones	100,00	102,70	105,47	108,32	111,25
	Fondo de reserva		513,50	527,36	541,60	556,23
SUBTOTAL SUELDOS + BENEFICIOS		7.647,00	8.366,97	8.592,88	8.824,88	9.063,16
VENDEDOR	Sueldo Básico	3.816,00	3.919,03	4.024,85	4.133,52	4.245,12
	Décimo Tercero	318,00	326,59	335,40	344,46	353,76
	Décimo Cuarto	264,00	271,13	278,45	285,97	293,69
	Aporte Patronal	463,64	476,16	489,02	502,22	515,78
	Vacaciones	63,60	65,32	67,08	68,89	70,75
	Fondo de reserva		326,59	335,40	344,46	353,76
SUBTOTAL SUELDOS + BENEFICIOS		4.925,24	5.384,81	5.530,20	5.679,52	5.832,86
CONTADOR	Sueldo Básico	3.600,00	3.697,20	3.797,02	3.899,54	4.004,83
	Décimo Tercero	-	-	-	-	-
	Décimo Cuarto	-	-	-	-	-
	Aporte Patronal	-	-	-	-	-
	Vacaciones		-	-	-	-
	Fondo de reserva		-	-	-	-
SUBTOTAL SUELDOS + BENEFICIOS		3.600,00	3.697,20	3.797,02	3.899,54	4.004,83
JORNALEROS	Sueldo Básico	3.816,00	3.919,03	4.024,85	4.133,52	4.245,12
	Décimo Tercero	318,00	326,59	335,40	344,46	353,76
	Décimo Cuarto	264,00	271,13	278,45	285,97	293,69
	Aporte Patronal	463,64	476,16	489,02	502,22	515,78
	Vacaciones	63,60	65,32	67,08	68,89	70,75
	Fondo de reserva		326,59	335,40	344,46	353,76
SUBTOTAL SUELDOS + BENEFICIOS		4.925,24	5.384,81	5.530,20	5.679,52	5.832,86

TASA DE INFLACIÓN DEL ECUADOR



Ecuador registró inflación de 2,70% en 2013

Ecuador registró una inflación anual de 2,70% en el 2013 frente al 4,16% del 2012, lo que la ubica como la inflación anual más baja desde hace ocho años, según el último reporte del Índice de Precios al Consumidor (IPC), publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).



INCREMENTO DEL KILO DE DURAZNO

PARA EL AÑO 2012 SEGÚN COMERCIANTES DE DURAZNO EN PIMAMPIRO EL KILO SERÍA DE 1,50 Y PARA EL AÑO 2013 ES DE \$2,50 EL KILO DE DURAZNO.

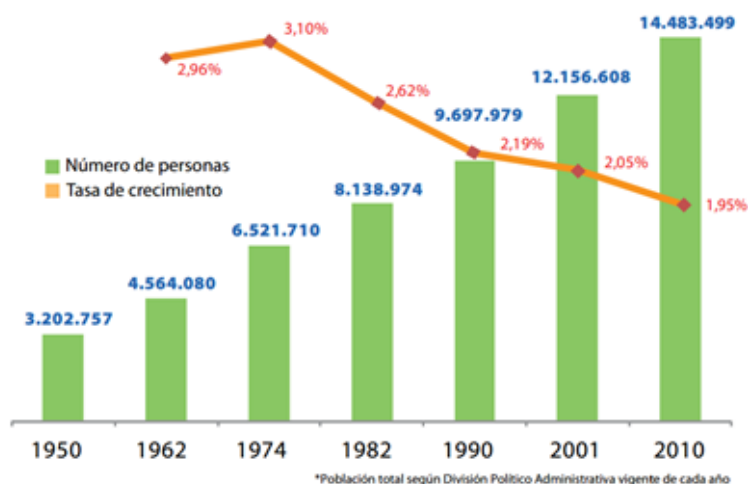
FÓRMULA

$$IPC = \frac{\sum \frac{2,50}{1,50}}{1}$$

$$IPC = 1,6 \approx 2\%$$

TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL SEGÚN EL CENSO POBLACIONAL DEL AÑO 2010

Para el último Censo de la población en el año 2010 se puede ver que la Tasa de Crecimiento es del 1,95%.



Décimo tercer sueldo en Ecuador

Es el pago de un salario extra, conocido popularmente también como bono navideño, que reciben los trabajadores en relación de dependencia, debe cumplirse hasta el próximo 24 de diciembre, conforme lo establece el Código Laboral. La remuneración se calcula en base a todo lo que el trabajador recibe en dinero, servicios o especies, incluso por trabajos extraordinarios, comisiones, participación en beneficios y aporte individual al IESS cuando éste lo asume el empleador. Además el décimo tercer sueldo no se considera como parte de la remuneración anual para efectos de:

- Cálculo del impuesto a la renta
- Pago de aporte al IESS
- La determinación del fondo de reserva
- La determinación de la jubilación
- El pago de las indemnizaciones y vacaciones

Décimo cuarto sueldo en Ecuador

El Décimo cuarto sueldo o bono escolar es un beneficio de todos los trabajadores en Ecuador bajo relación de dependencia, indistintamente de su cargo o remuneración. Solo se encuentran excluidos los operarios y aprendices de artesanos de acuerdo con el Art.115 del Código del Trabajo. Y consiste en un sueldo básico unificado vigente a la fecha de pago USD \$318 dólares.

PROCESO DEL CULTIVO DE DURAZNO



PLANTACIÓN DEL ÁRBOL



PODA, FUMIGACIÓN Y RIEGO



FORMACIÓN DEL FRUTO



ENGROCE Y MADURACIÓN



ALMACENAMIENTO DEL FRUTO