



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TAXO “VARIEDAD CASTILLA” EN LA PARROQUIA LOS ANDES, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

AUTORA: TARAMBÍS B. ANDREA ELIZABETH.

DIRECTOR: ING. WALTER JÁCOME PHD.

IBARRA, JULIO, 2012

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo ha sido investigado para determinar la factibilidad de crear una microempresa productora y comercializadora de taxo en la Parroquia Los Andes, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, cuyos hallazgos son los siguientes: Del diagnóstico situacional se determinó que en la parroquia predomina el monocultivo, debido a la falta de capacitación de los agricultores para poder emprender nuevos proyectos agrícolas que generan mayor rentabilidad, como es el caso de la fruticultura, como también que existe las condiciones agronómicas para llevar a cabo la explotación frutícola. Con el estudio de mercado se identificó una demanda potencial a satisfacer significativa la que puede aprovechar el proyecto. Del estudio técnico se identificó la localización óptima del proyecto, siendo el Barrio San Rafael de la Parroquia Los Andes, lugar estratégico para que la microempresa inicie sus operaciones, debido a que cuenta con varios factores positivos que favorecen al cultivo del taxo a gran escala. Para dar inicio las actividades de la microempresa se necesita un inversión de 91.016,28 dólares, este capital tiene su origen de un 34,08% propio y el 65,92% financiado, realizado los presupuestos de ingresos, costos, gastos, se estructuró los respectivos estados financieros para posteriormente aplicar ratios financieros que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo, determinando que el proyecto es factible, en los escenarios analizados. Se ha definido la estructura estratégica y orgánica del proyecto según las nuevas tendencias administrativas, donde el principal aspecto es el talento humano. Los resultados obtenidos de la evaluación de impactos son positivos lo que demuestra que la creación de la microempresa es favorable y no causa ningún daño a la comunidad ni al entorno.

THE SUMMARIZE EXECUTIVO

This work has been investigated to determine the feasibility of creating a micro-taxonomic producer and marketer in the Parish of Los Andes, Canton Bolivar Carchi Province, whose findings are as follows: The situational analysis found that in the parish dominated by monoculture due to lack of training of farmers to undertake new agricultural projects that generate higher returns, such as fruit growing, as there is the agronomic conditions to carry out the fruit farm. With market research identified a significant potential demand to meet you can take advantage of the project. Technical study identified the optimal location of a project, the San Rafael neighborhood of the parish Los Andes, a strategic location for microenterprise start operations because it has several positive factors that favor the cultivation of large-scale taxonomy. To start microenterprise activities required an investment of \$ 91,016.28, this capital comes from a 34.08% 65.92% own and funded, performed revenue budgets, costs, expenses, was structured the respective financial statements, to apply financial ratios that take into account the value of money over time, determining that the project is feasible, in the scenarios analyzed. Defined strategic and organizational structure under the new project management trends, where the main aspect is human talent. The results of impact assessment are positive showing that the creation of microenterprises is favorable and causes no harm to the community or environment.

AUTORÍA

Yo, **Andrea Elizabeth, Tarambís Bastidas**, portadora de la cédula de ciudadanía **No. 040154385-5**, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no han sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información

.....
Andrea Elizabeth Tarambís Bastidas

040154385-5

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **Andrea Elizabeth Tarambís Bastidas**, con cédula de identidad **No. 040154385-5**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TAXO “VARIEDAD CASTILLA” EN LA PARROQUIA LOS ANDES CANTÓN BOLIVAR PROVINCIA DEL CARCHI”**

, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

.....

Andrea Elizabeth Tarambís Bastidas

040154385-5

Ibarra a los 09 días del mes de julio de 2012



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

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040154385-5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Tarambís Bastidas Andrea Elizabeth		
DIRECCIÓN:	Rio Santiago y Pastaza, casa No.518 Los Ceibos		
EMAIL:	nikybb@hotmail.es		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	080281-645
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TAXO “VARIEDAD CASTILLA” EN LA PARROQUIA LOS ANDES CANTÓN BOLÍVAR PROVINCIA DEL CARCHI”		
AUTORA :	Tarambís Bastidas Andrea Elizabeth		

FECHA: AAAAMMDD	JULIO -2012
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA.
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Walter Jácome PHD.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Andrea Elizabeth Tarambís Bastidas**, con cédula de identidad No. **040154385-5**, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 09 días del mes de julio de 2012

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

(Firma).....

Nombre:
Vallejos

Nombre: Lic. Ximena

C.C.:
BIBLIOTECA

Cargo: JEFE DE

Facultado por resolución de Consejo Universitario

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Andrea Elizabeth Tarambís Bastidas**, con cédula de identidad **No. 040154385-5** para optar por el Título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.** cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TAXO “VARIEDAD CASTILLA” EN LA PARROQUIA LOS ANDES CANTÓN BOLÍVAR PROVINCIA DEL CARCHI”** considero el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los 09 días del mes de julio de 2012.

Firma

.....

ING. WALTER JÁCOME PHD.
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

DEDICATORIA

A mi Dios por ser la fortaleza de mi vida

Como también a mi madre Bertita Bastidas y a mi padre Aníbal Tarambis, por su esfuerzo y dedicación por el apoyo constante que día a día lucharon junto a mí para alcanzar esta meta

A mi hermano Ing. Rolando Tarambis Bastidas, por estar conmigo en los momentos más difíciles y enseñarme a conseguir las metas sin importar los obstáculos que se presenten

A mi hija Andreita Nicol Gallegos Tarambis por representar el amor y la inspiración de mi vida

A mi hermana y mis sobrinitos, Valesca y Mateo que con su amor estuvieron presentes para alcanzar este sueño

A mi abuelita Sarita Aragón con todo mi cariño

De manera especial al inolvidable recuerdo de mi querido abuelito (+) Ricardo Rafael Bastidas Aragón por su ejemplo de trabajo

GRACIAS A TODOS

ANDREA T.B

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de vida y poder culminar una etapa más de ella

A la universidad técnica del norte de manera en especial a la facultad de ciencias administrativas y económicas que por cinco años me permitió enriquecerme de sus conocimientos

Mi eterno agradecimiento al Ing. Walter Jácome PhD, como también al Ing. Rolando Tarambis Bastidas. Que con su profesionalismo han sabido guiarme en el desarrollo de mi proyecto

ANDREA T.B

PRESENTACIÓN

El presente trabajo titulado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TAXO "VARIEDAD CASTILLA", EN LA PARROQUIA LOS ANDES CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI**", se ha desarrollado con la finalidad de determinar si es conveniente implementarlo o no. Para esto se analizó los siguientes capítulos.

Capítulo I Diagnóstico Situacional: Con el diagnóstico situacional del sector se puede definir los aspectos negativos y positivos que influenciarán en el desarrollo del proyecto.

Capítulo II Marco Teórico: En este capítulo se contextualizó las bases teóricas que sirven como guías de información investigativas para fundamentar el desarrollo del trabajo.

Capítulo III Estudio de Mercado: Con la información obtenida de los estudios de mercado permite conocer la oferta y la demanda actual del producto y los precios que se están manejando.

Capítulo IV Estudio Técnico: Con el desarrollo del estudio técnico se determina la localización óptima del proyecto, la distribución y diseño de la planta, que necesita la microempresa para ser eficiente en la producción y comercialización del taxo.

Capítulo V Estudio Financiero: Con este estudio analiza las inversiones del proyecto para posteriormente aplicar evaluadores financieros y determinar la factibilidad.

Capítulo VI Organización del a Microempresa: Se plantea el modelo administrativo con el que la microempresa funcionará, tomando como base la visión, misión, el orgánico estructural y funcional de la organización.

Capítulo VII Impactos: Se realiza el análisis de impactos que genera la creación de la microempresa como son: socioeconómico, empresarial, educativo cultural y ambiental, que influirá en el desarrollo del presente proyecto.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
THE SUMMARIZE EXECUTIVE	iii
AUTORÍA	iv
CESIÓN DE DERECHOS	v
CERTIFICACIÓN	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
INDICE GENERAL	xiii
INDICE DE CUADROS	xxi
INDICE DE GRÁFICOS	xxiv
INDICE DE FOTOGRAFÍAS	xxvi
INTRODUCCIÓN	27
JUSTIFICACIÓN	28
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	29
METODOLOGÍA	30

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes	31
Objetivos diagnósticos	32
Objetivo general	
Objetivos específicos	
Variables diagnosticas	33
Indicadores que definen las variables	
Situación socio económica	
Producción	
Comercialización	34

Talento humano	35
Aspectos financieros	
Matriz de relación diagnóstica	
Mecánica operativa del diagnóstico	36
Identificación de la población	
Calculo de la muestra	
Diseños de instrumentos de investigación	37
Información primaria	
Información secundaria	
Evaluación de la información	38
Encuesta a los agricultores de la parroquia los andes	
Entrevista dirigida al presidente de la Asociación	55
Determinación de Aliados, Oponentes, Oportunidades, Riesgos	57
Cruse	59
Aliados-opponentes	
Aliados-riesgos	
Oponentes-oportunidades	
Oponentes-riesgos	
Identificación del problema diagnóstico u oportunidades de la inversión	60

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

El taxo	61
Información nutricional	62
Manejo agronómico del taxo	
Información nutricional	
Enfermedades del taxo	64
La fruticultura	65
Importancia de la fruticultura	66

Principales actividades de la fruticultura	67
La microempresa	68
Como crear una microempresa	69
Importancia de la microempresa	
Clasificación de la microempresa	70
Empresas agrícolas	71
Características	72
Administración	73
Proceso administrativo	
Estructura orgánica	75
Estudio de mercado	78
Mercado meta	79
Demanda	
Oferta	
Demanda potencial a satisfacer	
Estrategias comerciales	
Estudio técnico	82
Localización óptima del proyecto	
Microlocalización	83
Macrolocalización	
Tamaño del proyecto	
Diagrama de bloque	
Contabilidad	84
Importancia de la contabilidad	
Proceso contable	85
Estado de situación inicial	86
Estado de resultados	
Estafo de flujo de efectivo	
Evolución financiera	87
Valor actual neto	
Tasa interna de retorno	
Periodo de recuperación	88

Beneficio costo	
Punto de equilibrio	89

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Presentación	90
Variables	
Indicadores	91
Matiz de relación	92
Mecánica operativa del estudio de mercado	93
Distribución de la muestra	94
Técnicas de investigación	95
Resultados de la investigación de campo	
Entrevista dirigida a los Jefes de producción	107
Entrevista dirigida a los productores de taxo	109
Identificación del producto	111
Características generales del taxo	112
Composición nutricional del taxo	113
Usos del taxo Mercado meta	114
Análisis de la demanda	
Identificación de la demanda actual	115
Proyección de la demanda	116
Análisis de la oferta	117
Oferta actual	
Proyección de la oferta	
Demanda potencial a satisfacer	119
Demanda a captar por el proyecto	
Análisis de precios	120
Proyección de precios	
Estrategias comerciales	121

Estrategias de producto	
Estrategias de precio	122
Estrategias de publicidad	
Estrategias de plaza	127
Conclusiones del estudio de mercado	

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Presentación	129
Localización del proyecto	
Macrolocalización	
Microlocalización	131
Tamaño del proyecto	135
Factores condicionantes del tamaño del proyecto	
Capacidad del proyecto	137
Distribución de la planta	139
Diseño de la planta	
Proceso de producción	141
Diagrama de bloque de producción del taxo	144
Flujograma del proceso de producción del taxo	145
Presupuesto de inversiones	146
Inversión fija	150
Inversión diferida	
Inversión variable o capital de trabajo	
Requerimiento de talento humano	151

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

Estructura de la inversión	152
Coste de oportunidad y tasa de rendimiento medio	153
Tasa de rendimiento medio	
Destino de la inversión	154
Ingresos	
Proyección de ingresos	155
Egresos.	
Costos de producción	156
Costos generales de fabricación	
Resumen de costos de producción del taxo	
Resumen de costos de producción de la arveja	
Gastos administrativos	157
Sueldos administrativos.	
Suministros de oficina	
Servicios básicos	
Mantenimiento computación	
Gastos de ventas	159
Sueldo en ventas	
Publicidad	
Combustible mantenimiento vehículo	
Empaques	
Resumen de gastos de ventas	
Gastos financieros	160
Financiamiento	
Depreciación y amortización	162
Amortización diferida	
Resumen de egresos	163
Estados proforma.	
Balance de arranque	
Estado de resultados	164

Flujo de caja con protección	
Evaluación de la inversión	165
Valor actual neto.	
Tasa interna de retorno	166
Sensibilidad de la tasa interna de retorno	167
Disminuyendo las ventas	
Periodo de recuperación de la inversión	168
PRI con valores constantes	
Costo beneficio	169
Punto de equilibrio del proyecto	170
Resumen de la evaluación financiera	171

CAPÍTULO VI

ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

Aspecto estratégico de la microempresa	172
Nombre de la microempresa	
Misión	
Visión	
Objetivos de la microempresa	173
Políticas de la microempresa	
Principios y valores	174
Aspecto organizativo	
Organización estructural	
Organigrama estructural	175
Matriz de competencias	176
Aspecto legal de funcionamiento	181
El registro único de contribuyente (ruc)	
Permiso de funcionamiento	

CAPÍTULO VII

IMPACTOS

Impacto socioeconómico	183
Impacto empresarial	185
Impacto educativo-cultural	187
Impacto ambiental	189
Impacto general	191
Conclusiones	192
Recomendaciones	194
Glosario de términos	195
Bibliografía	203
Anexos	208

ÍNDICE DE CUADROS

No.	Pág.
1. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	36
2. NIVEL DE EDUCACIÓN	39
3. SERVICIOS BÁSICOS	40
4. VÍAS DE ACCESO	41
5. TIPO DE ACTIVIDAD	42
6. TECNOLOGÍA UTILIZADA	43
7. DESTINO DEL PRODUCTO	44
8. VENTA DEL PRODUCTO	45
9. DETERMINACIÓN DEL PRECIO	46
10. TIPO DE CAPACITACIÓN	47
11. CONTROL CONTABLE	48
12. TIPO DE FINANCIAMIENTO	49
13. CULTIVO DE FRUTAS	50
14. CAMBIO DE CULTIVO	51
15. PRODUCTO ALTERNATIVO	52
16. CRECIÓN DE MICROEMPRESA	53
17. INTEGRACIÓN A LA MICROEMPRESA	54
18. MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO	92
19. DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA	94
20. LUGAR DE COMPRA	96
21. DISPONIBILIDAD DE COMPRA	97
22. FRECUENCIA Y CANTIDAD DE CONSUMO	98
23. PRECIO DEL PRODUCTO	99
24. CALIDAD DE LA FRUTA	100
25. FACTOR IMPORTANTE	101
26. ABASTECIMIENTO LOCAL	102
27. TIPO DE PROVEEDOR	103
28. PROVEEDOR PERMANENTE	104
29. INCREMENTO DE PROVEEDOR	105

30. PORCENTAJE DE INCREMENTO EN VENTAS	106
31. COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DEL TAXO	113
32. DERIVADOS DEL TAXO	114
33. DEMANDA DE LOS RESTAURANTES	115
34. DEMANDA DE LAS INDUSTRIAS LÁCTEAS	116
35. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA RESTAURANTES	116
36. PROYECCIÓN DEMANDA EN LA INDUSTRIA LÁCTEA	117
37. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TOTAL	117
38. OFERTA ACTUAL	118
39. PROYECCIÓN DE LA OFERTA	119
40. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER	119
41. DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO	120
42. PROYECCIÓN DE PRECIOS	121
43. MATRIZ DE FACTORES	132
44. MATRIZ PONDERADA	133
45. MERCADO PARA EL PROYECTO	136
46. ANÁLISIS DE LA PRODUCTIVIDAD DEL TAXO	137
47. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DEL TAXO EN KILOS	138
48. PRODUCCIÓN EN CAJAS DE 10 KILOS	138
49. PRODUCCIÓN DEL CULTIVO ASOCIADO	139
50. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	139
51. FLUJOGRAMA DE PROCESO	145
52. TERRENO	147
53. INFRAESTRUCTURA	147
54. MAQUINARIA Y EQUIPO	147
55. VEHÍCULO	148
56. HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN	148
57. MUEBLES Y ENSERES	148
58. EQUIPO DE COMPUTACIÓN	149
59. EQUIPO DE OFICINA	149
60. RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS	149
61. INVERSIÓN DIFERIDA	150

62. INVERSIÓN VARIABLE O CAPITAL DE TRABAJO	150
63. REQUERIMIENTO DEL TALENTO HUMANO	151
64. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	152
65. COSTE DE OPORTUNIDAD	153
66. DESTINO DE LA INVERSIÓN	154
67. INGRESOS	155
68. INGRESO POR CULTIVO	155
69. RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL TAXO	156
70. RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN DE LA ARVEJA	156
71. SUELDOS ADMINISTRATIVOS	157
72. SUMINISTROS DE OFICINA	157
73. SERVICIOS BÁSICOS	158
74. MANTENIMIENTO DEL EQUIPO DE COMPUTACIÓN	158
75. RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	158
76. SUELDO EN VENTAS	159
77. PUBLICIDAD	159
78. COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO DE VEHÍCULO	160
79. EMPAQUES	160
80. RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS	160
81. DATOS DEL FINANCIAMIENTO	161
82. AMORTIZACIÓN	161
83. GASTO INTERÉS DE LA DEUDA	162
84. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	162
85. AMORTIZACIÓN DIFERIDA	162
86. RESUMEN DE EGRESOS	163
87. BALANCE DE ARRANQUE	163
88. ESTADO DE RESULTADOS	164
89. FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN	165
90. VALOR ACTUAL NETO	165
91. TASA INTERNA DE RETORNO	166
92. SENSIBILIDAD DE LA TASA INTERNA DE RETORNO	167
93. DISMINUCIÓN EN VENTAS	167

94. PRI CON VALORES CORRIENTES	168
95. FLUJOS ACTUALIZADOS	168
96. PRI CON VALORES CONSTANTES	169
97. COSTO BENEFICIO	169
98. RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA	171
99. MATRIZ COMPETENCIAS	176
100. MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS	182
101. IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO	183
102. IMPACTO EMPRESARIAL	185
103. IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL	187
104. AMPACTO AMBIETAL	189
105. IMPACTO GENERAL	191

ÍNDICE DE GRÁFICOS

No.	Pág.
1. NIVEL DE EDUCACIÓN	39
2. SERVICIOS BÁSICOS	40
3. VÍAS DE ACCESO	41
4. TIPO DE ACTIVIDAD	42
5. TECNOLOGÍA UTILIZADA	43
6. DESTINO DEL PRODUCTO	44
7. VENTA DEL PRODUCTO	45
8. DETERMINACIÓN DEL PRECIO	46
9. TIPO DE CAPACITACIÓN	47
10. CONTROL CONTABLE	48
11. TIPO DE FINANCIAMIENTO	49
12. CULTIVO DE FRUTAS	50
13. CAMBIO DE CULTIVO	51
14. PRODUCTO ALTERNATIVO	52
15. CRECIÓN DE MICROEMPRESA	53
16. INTEGRACIÓN A LA MICROEMPRESA	54

17. LUGAR DE COMPRA	96
18. DISPONIBILIDAD DE COMPRA	97
19. FRECUENCIA Y CANTIDAD DE CONSUMO	98
20. PRECIO DEL PRODUCTO	99
21. CALIDAD DE LA FRUTA	100
22. FACTOR IMPORTANTE	101
23. ABASTECIMIENTO LOCAL	102
24. TIPO DE PROVEEDOR	103
25. PROVEEDOR PERMENENTE	104
26. INCREMENTO DE PROVEEDOR	105
27. PORCENTAJE DE INCREMENTO EN VENTAS	106
28. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	153
29. DESTINO DE LA INVERSIÓN	154

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

No.	Pág.
1. EL TAXO	61
2. VARIEDAD DE FRUTAS	65
3. TAXO VARIEDAD CASTILLA	111
4. CUÑA DE RADIO	123
5. PÁGINA WEB	124
6. PORTADA PARA LA PRENSA	125
7. TRÍPTICO	126
8. CANAL DE COMERCIALIZACIÓN	127
9. MAPA DE LA PROVINCIA DEL CARCHI	130
10. MAPA MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	134
11. CROQUIS UBICACIÓN DEL PROYECTO	135
12. DISEÑO DE LA PLANTACIÓN	140

INTRODUCCIÓN

La Provincia del Carchi está formada por 6 cantones: Tulcán, Huaca, Montúfar, Bolívar, Espejo, Mira. Se encuentra limitada al Norte con Colombia, al Sur con la Provincia de Imbabura, al Este con el Oriente, Al Oeste Provincia de Esmeraldas.

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

El taxo tiene origen Americano que se distribuye en zonas templadas, comercialmente la fruta se ha venido cultivando de manera casera pero debido a la buena acogida en el mercado a despertado expectativas entre empresarios y agricultores para ampliar sus cultivos, existe una creciente demanda interna y externa por lo que el Taxo constituye una importante alternativa de exportación.

La zona de cultivo para este frutal es en el clima templado de la Sierra en altitudes hasta 2500 metros de altura sobre el nivel del mar, los sitios más representativos de cultivos del país tenemos. Chimborazo, Tungurahua entre otros.

El taxo representará una fuente potencial económica para la Provincia del Carchi y por ende para el Cantón Bolívar puesto que brinda alternativas de trabajo debido a su utilización en los diferentes campos como la agroindustria, medicina, etc., este producto tiene diferentes formas de presentación en jugos, almíbar, mermeladas, arropes y otros.

Es importante considerar la demanda insatisfecha que existe en el mercado y las proyecciones que se realizan en el futuro en los mercados

locales e internacionales son alentadoras. En los mercados extranjeros como es el caso de: Alemania, Canadá, Francia, Colombia, EEUU, poseen un escenario de éxito de comercialización de la fruta, parámetro fundamental para poder ejecutar este proyecto ya que la demanda de esta fruta ira incrementándose con una tasa cada vez mayor y los índices de rentabilidad serán altos.

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

Frente al problema descrito se plantea gestionar una microempresa de Taxo “variedad castilla”, siendo promotores de actividades nuevas y organizadas de cultivos, es importante destacar que con esta microempresa se genera plazas de trabajo.

JUSTIFICACIÓN

La información recopilada en este estudio de la producción y comercialización de Taxo “variedad Castilla” en la Parroquia los Andes Cantón Bolívar Provincia del Carchi, servirá como un aporte para fomentar el cultivo de la fruta generando la utilización de la mano de obra local y también mejorando los ingresos económicos que servirán como desarrollo del agricultor, evitando el abandono de las tierras y las migraciones a las grandes ciudades.

El objetivo es mejorar las expectativas que permitan guiar a los empresarios, agricultores y estudiantes para conocer las ventajas que representa la producción de esta fruta natural.

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

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

El presente proyecto es factible de realizarlo debido a que existe mercado para la fruta y el sector cumple con las condiciones óptimas para el cultivo, otro factor para el desarrollo de la microempresa es que se dispone del terreno en la parroquia Los Andes y la comunidad se encuentra entusiasmada para trabajar con la microempresa, en lo referente al financiamiento se optara por créditos obtenidos de Instituciones Financieras de la Región.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de taxo “variedad castilla” en la Parroquia Los Andes, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi.

ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional en la parroquia Los Andes, que permita identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto al momento de su gestión.

- Elaborar el marco teórico que sustenta el proyecto, a través de la investigación bibliográfica y documentada.
- Realizar un estudio de mercado para establecer la demanda potencial a satisfacer de taxo, en el área de influencia del proyecto.
- Efectuar un estudio técnico para determinar la ubicación estratégica del proyecto y el proceso de producción basado en la eficiencia.
- Realizar un estudio financiero para determinar el monto óptimo de inversión y la rentabilidad del proyecto.
- Diseñar la organización de la microempresa para el funcionamiento, en los aspectos estratégicos, organizacionales y legales.
- Analizar los impactos que generara la gestión del proyecto en el ámbito socio-económico, empresarial, educativo–cultural y ambiental.

METODOLOGÍA

El presente trabajo se enmarca dentro de un estudio descriptivo, pues trata de investigar la producción y comercialización del taxo, debido a que se necesita conocer el sector donde se gestionara la microempresa, como también determinar las características principales del mercado potencial, los requerimientos técnicos, necesidades de capital entre los más importantes. Esto se alcanzó a través de la recolección de datos de fuentes primarias tales como: encuestas, entrevistas, observación directa, a posibles demandantes y ofertantes. Además, se utilizó fuentes secundarias de información, tales como libros actuales, revistas especializadas, folletos y otro tipo de estudios, que buscan sustentar la investigación.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

La Provincia del Carchi se encuentra situada al norte del Ecuador, su superficie aproximada es de 3.699 km², sus límites son: al Norte con Colombia, al Sur con la Provincia de Imbabura, al Este la Provincia de Sucumbíos y al Oeste con la Provincia de Esmeraldas; posee un clima básicamente de tipo paramo con variación que oscila entre 10⁰C Y 15⁰C es una Provincia agrícola y ganadera, reconocida nacionalmente por su volumen de producción.

La parroquia Los Andes tiene una población de 2.260 habitantes según el censo del 2010, posee un clima que favorece a todo tipo de cultivo, es aquí donde se desea implantar el cultivo del Taxo “variedad castilla” porque reúne las condiciones necesarias, como el clima, el tipo de suelo, el cual está considerado dentro de los requerimientos para el cultivo. La ubicación del lugar de este proyecto, posee diversas características como; vías de acceso no muy lejanas a la ciudad, cuenta con los servicios básicos como energía eléctrica, agua potable y de riego, talento humano disponible lo cual ayudara para que el proyecto se desarrolle con éxito.

El taxo de castilla es originario de las zonas altas de América principalmente en Colombia, Ecuador, Guatemala, México. En el Ecuador se lo cultiva en algunas provincias siendo las más principales: Tungurahua, Carchi, Chimborazo y Bolívar.

La producción de taxo de castilla actualmente no cubre la demanda, por lo tanto su producción es deficitaria, además los cultivos existentes no han

sido llevados técnicamente por lo que tienen baja productividad y un producto con calidad no certificado.

Los factores antes mencionados identifican la necesidad de crear una microempresa de producción y comercialización de taxo en condiciones de rendimiento óptimo para lograr una producción sostenida

1.2. OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

1.2.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional en la parroquia Los Andes, que permita identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto al momento de su gestión.

1.2.2. Objetivos específicos

- Determinar los aspectos socioeconómicos del lugar donde se implantara el proyecto.
- Analizar la situación actual de la producción agrícola de la parroquia Los Andes
- Identificar las formas de comercialización que utilizan los productores de la zona de investigación.
- Conocer los niveles de preparación del talento humano que laboran en las actividades del campo.
- Indagar los aspectos financieros de las actividades de los agricultores de parroquia Los Andes.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Para facilitar el enfoque de este estudio en los aspectos y sus diferentes relaciones se han determinado las siguientes variables.

- Situación socio económica
- Producción
- Comercialización
- Talento humano
- Aspectos financieros

1.4. INDICADORES QUE DEFINEN LAS VARIABLES

Los componentes que permitirán conocer, analizar y determinar cada una de las variables, están dados por una serie de indicadores:

1.4.1. Situación socio económica

- Servicios básicos
- Vías de comunicación
- Calidad de vida
- Tipo de actividad

1.4.2. Producción

- Formas de producción
- Tipos de productos
- Tecnología
- Control de calidad
- Condiciones agronómicas
- Dificultades de la actividad
- Alternativa de producción
- Conocimiento de nuevos productos
- Expectativas de la actividad

1.4.3. Comercialización

- Formas de venta
- Puntos de venta
- Destino de la producción
- Canales de comercialización
- Precio

1.4.4. Talento humano

- Experiencia
- Capacitación
- Jornada laboral
- Nivel educativo

1.4.5. Aspectos financieros

- Control contable
- Fuentes de financiamiento
- Rentabilidad
- Costos

1.5. MATRIZ RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO No.1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TCNICA	INFORMANTE
Determinar los aspectos socioeconómicos del lugar donde se implantara el proyecto.	Situación socio económica	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicios básicos ▪ Vías de comunicación ▪ Calidad de vida ▪ Tipo de actividad 	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevista Observación directa	Agricultores de la parroquia Los Andes Presidente de la asociación de agricultores
Analizar la situación actual de la producción agrícola de la parroquia Los Andes	Producción	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Formas de producción ▪ Tipos de productos ▪ Tecnología ▪ Control de calidad ▪ Condiciones agronómicas ▪ Dificultades de la actividad ▪ Alternativa de producción ▪ Conocimiento de nuevos productos ▪ Expectativas de la actividad 	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevista Observación directa	Agricultores de la parroquia Los Andes Presidente de la asociación de agricultores
Identificar las formas de comercialización que utilizan los productores de la zona de investigación	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Formas de venta ▪ Puntos de venta ▪ Destino de la producción ▪ Canales de comercialización ▪ Precio 	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevista Observación directa	Agricultores de la parroquia Los Andes Presidente de la asociación de agricultores
Conocer los niveles de preparación del talento humano que labora en las actividades del campo.	Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Experiencia ▪ Capacitación ▪ Jornada laboral ▪ Nivel educativo 	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevista	Agricultores de la parroquia Los Andes Presidente de la asociación de agricultores
Indagar los aspectos financieros de las actividades de los agricultores de parroquia Los Andes.	Aspectos financieros	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Control contable ▪ Fuentes de financiamiento ▪ Rentabilidad ▪ Costos 	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevista	Agricultores de la parroquia Los Andes Presidente de la asociación de agricultores

Elaborado por: La autora

1.6. MECÁNICA OPERATIVA DEL DIAGNÓSTICO

Para realizar el diagnóstico se utilizó el siguiente procedimiento.

1.6.1. Identificación de la población

Para el estudio del presente diagnóstico se ha considerado como universo a investigar a los agricultores de la Parroquia Los Andes, siendo un total de 347, dato proporcionado por la junta parroquial de Los Andes.

1.6.2. Cálculo de la muestra

Se empleó la siguiente fórmula para calcular el tamaño de la muestra de los agricultores de la Parroquia Los Andes.

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

Donde la simbología representa:

n = Tamaño de la muestra

N = Población

e = Error máximo admisible

Z = Nivel de confianza

δ = Varianza

Datos:

N = 347

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(347)}{(0,05)^2 (347 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

e = 5%

n = 182.56

El resultado del cálculo proporcionó un tamaño de la muestra equivalente a 182.56 personas que deben ser encuestadas, como no existen posibilidad de fraccionamiento de las personas se redondea a 182 informantes de la población de agricultores.

1.6.3. DISEÑOS DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

El presente diagnóstico se lo realizó en base a las diferentes técnicas de investigación de campo, siendo las utilizadas las siguientes:

- **Información primaria**

Para la siguiente información primaria, se realizó en base a lo siguiente:

Encuesta: Las encuestas se las realizó a los agricultores de la Parroquia Los Andes aplicando preguntas con respecto a los aspectos socio económicos del sector, la producción, comercialización de sus productos la manera como financian su producción, de lo cual se obtuvo importante información que permite determinar de manera clara aspectos de mucho interés para la presente investigación.

Entrevista: La entrevista se aplicó al Sr. Carlos Aragón, presidente de la asociación de agricultores “PRODESARROLLO” de Los Andes con el fin de obtener información sobre la situación actual de la actividad agrícola de la zona.

La observación directa: consistió en visitar directamente los lugares en estudio.

- **Información secundaria**

Para la recopilación de la información secundaria de aspectos relacionados con el presente trabajo de investigación, se utilizó las siguientes fuentes: textos especializados como los folletos que publica el ministerio de agricultura y ganadería, libros referentes al tema de investigación, internet, documentos de la junta parroquial, e INEC.

1.7. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

La evaluación de la información permite recopilar y analizar la Información primaria.

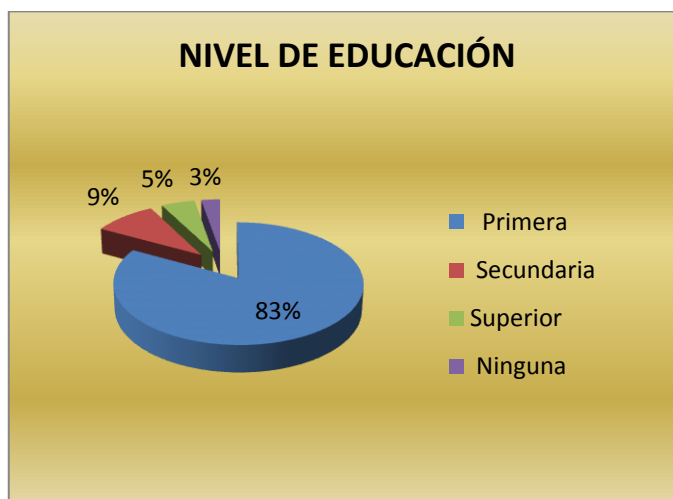
1.7.1. Encuesta dirigidas a los agricultores de la parroquia Los Andes

1. ¿Qué nivel de educación tiene?

**CUADRO No.2
NIVEL DE EDUCACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Primera	151	83
Secundaria	17	9
Superior	9	5
Ninguna	5	3
TOTAL	182	100

GRÁFICO No.1



Fuente: Agricultores de la Parroquia Los Andes
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

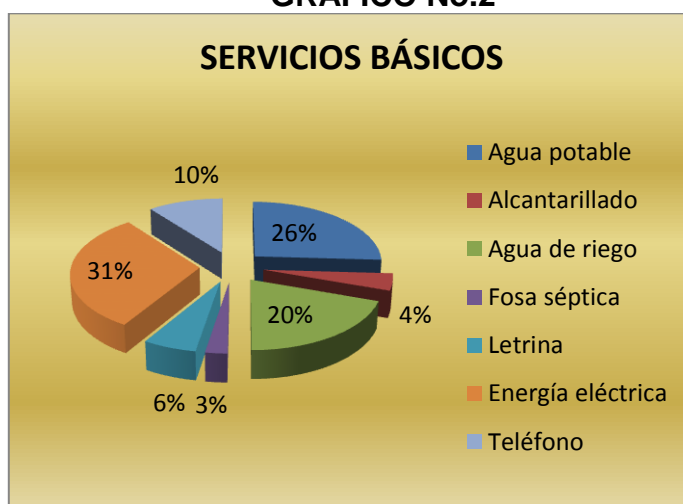
De acuerdo a los resultados obtenidos de la información recopilada de los agricultores de la parroquia Los Andes se conoce que la mayor parte de ellos tienen un nivel de educación primario, debido a que desde su temprana edad se dedican a trabajos agrícolas, son pocos los agricultores que se han preparado en niveles superiores de educación.

2. ¿Cuáles son los servicios básicos que la parroquia los Andes dispone?

**CUADRO No.3
SERVICIOS BÁSICOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Agua potable	94	26
Alcantarillado	16	4
Agua de riego	72	20
Fosa séptica	9	2
Letrina	22	6
Energía eléctrica	112	31
Teléfono	38	10
TOTAL	363	100

GRÁFICO No.2



Fuente: Agricultores de la Parroquia Los Andes
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

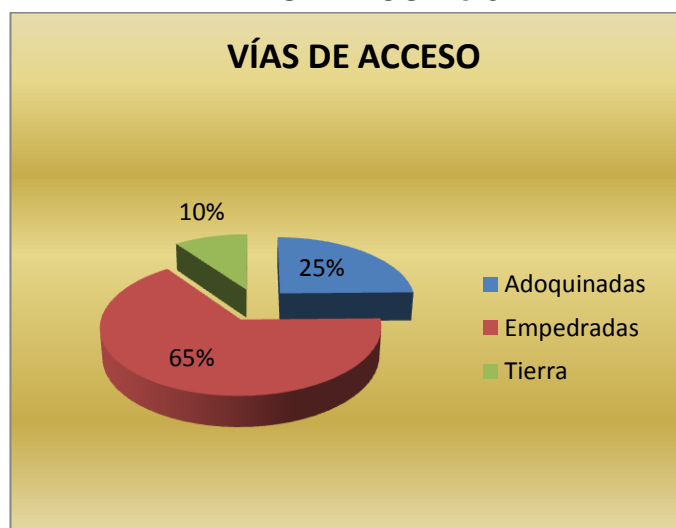
Los agricultores del sector manifiestan que la parroquia Los Andes dispone principalmente de servicios de energía eléctrica agua de riego y agua potable estos son los que mas cobertura poseen debido a que ha existido gestión por parte de las autoridades locales, existe una mínima parte que tiene también otros servicios complementarios a los básicos.

3. ¿Las vías de acceso que tiene la parroquia para comercializar sus productos son:

**CUADRO No.4
VÍAS DE ACCESO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Adoquinadas	45	25
Empedradas	119	65
Tierra	18	10
TOTAL	182	100

GRÁFICO No.3



Fuente: Agricultores de la Parroquia Los Andes
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

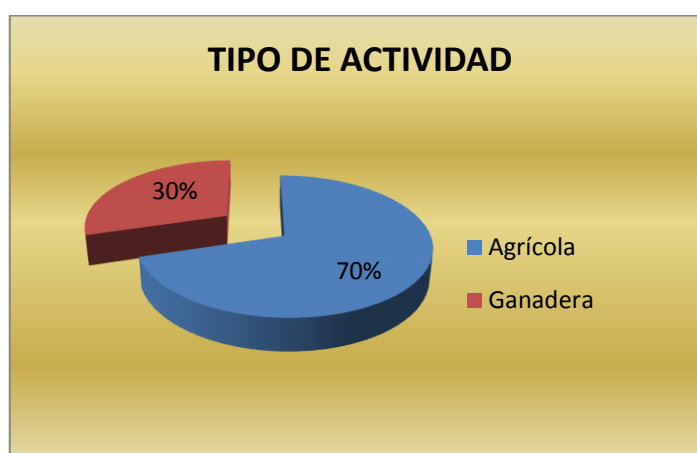
Las vías de acceso con los que la parroquia cuenta para la comercialización de sus productos son empedradas, que no dificultan de ninguna manera para la traspotación del producto, siempre se encuentran en constantes mantenimientos realizan mingas para evitar daños en la vía.

4. ¿A que tipo de actividad económica se dedica?

**CUADRO No.5
TIPO DE ACTIVIDAD**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Agrícola	128	70
Ganadera	54	30
TOTAL	182	100

GRÁFICO No.4



Fuente: Agricultores de La Parroquia Los Andes
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

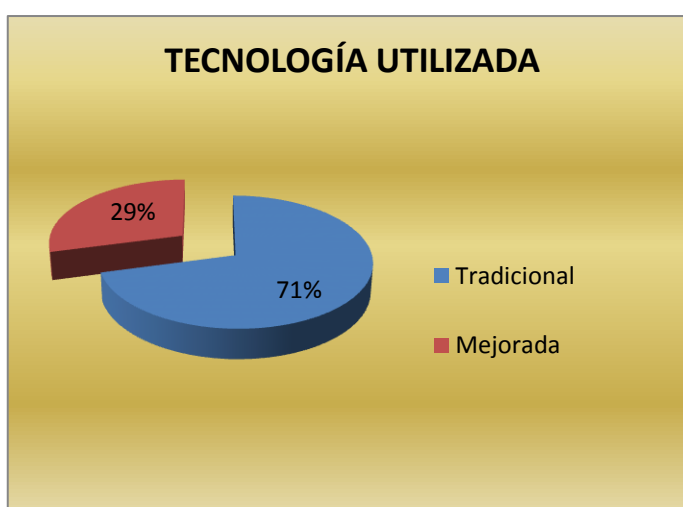
La gran parte de los agricultores se dedican a la actividad agrícola, ya que la parroquia Los Andes es conocida como una zona agrícola que cuenta con factores que favorecen y permite cultivar cualquier tipo de productos, además existe menos posibilidades de aparición de plagas y enfermedades que dañen a los productos.

5. ¿La tecnología que usted utiliza en su producción es?

**CUADRO No.6
TECNOLOGÍA UTILIZADA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Tradicional	129	71
Mejorada	53	29
TOTAL	182	100

GRÁFICO No.5



Fuente: Agricultores de La Parroquia Los Andes
Elaborado Por: La autora

ANÁLISIS:

Para la actividad de los productos los agricultores no utilizan ningún tipo de tecnología mejorada solamente se basan a la que tradicionalmente han venido aplicando, consideran que aplicar otro tipo de tecnología requiere de muchos costos que no cubre la venta de los productos, son pocos los agricultores que últimamente han venido utilizando la tecnología mejorada.

6. ¿A que mercado se dirige sus productos?

**CUADRO No.7
DESTINO DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Local	136	75
Nacional	46	25
TOTAL	182	100

GRÁFICO No.6



Fuente: Agricultores de la Parroquia Los Andes
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

Los productos son comercializados en la misma localidad es decir mercados mayorista de toda la provincia del Carchi, otros productos son comercializados a nivel nacional, debido a que existe intermediarios que acuden al sector para comprar el producto y llevarlos a diferentes lugares del país.

7. ¿Su producto lo vende a?

CUADRO No.8
VENTA DEL PRODUCTO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Intermediarios	149	82
Consumidores finales	33	18
TOTAL	182	100

GRÁFICO No.7



Fuente: Agricultores de la Parroquia Los Andes
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

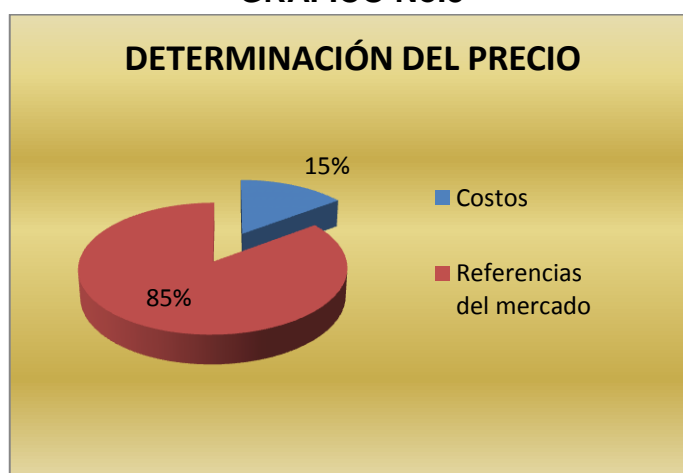
Gran parte de los productos del sector son vendidos a los intermediarios, los agricultores lo prefieren porque muchas veces se ahorran el transporte del producto, debido a que los agricultores consideran que es un problema el no contar con un precio estable en los productos, esto afecta y desequilibra al agricultor. También existen agricultores que tienen conocido su mercado y realizan su venta de manera directa con el consumidor final.

8. ¿Cómo determina el precio del producto?

**CUADRO No.9
DETERMINACIÓN DEL PRECIO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Costos	27	15
Referencias del mercado	155	85
TOTAL	182	100

GRÁFICO No.8



Fuente: Agricultores de la Parroquia Los Andes
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

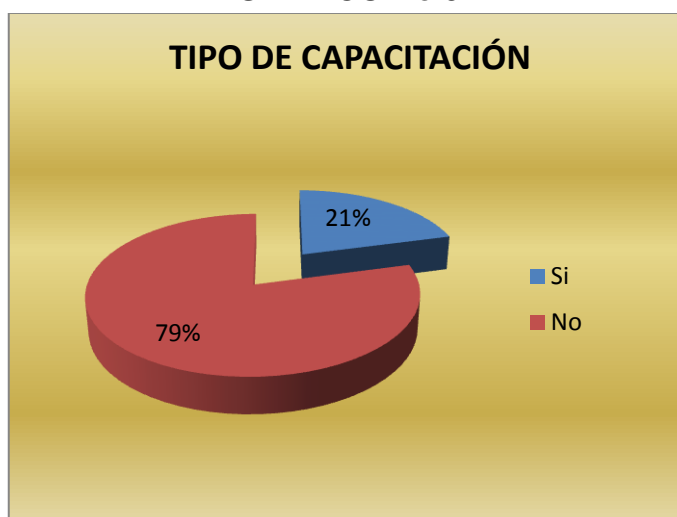
La determinación de precio la realizan dependiendo a las referencias del mercado, es imposible para ellos llegar y vender a un precio que ellos impongan, porque en el mercado el precio depende de la oferta y la demanda que ese momento mantenga el mercado, son pocos los agricultores que pueden establecer el precios de sus productos dependiendo el costo de su producción, ellos lo hacen porque tiene mercado abierto en centros comerciales en donde definen un precio fijo.

9. ¿Los trabajadores reciben algún tipo de capacitación para cultivar el producto?

**CUADRO No.10
TIPO DE CAPACITACIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	38	21
No	144	79
TOTAL	182	100

GRÁFICO No.9



Fuente: Agricultores de la Parroquia Los Andes
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

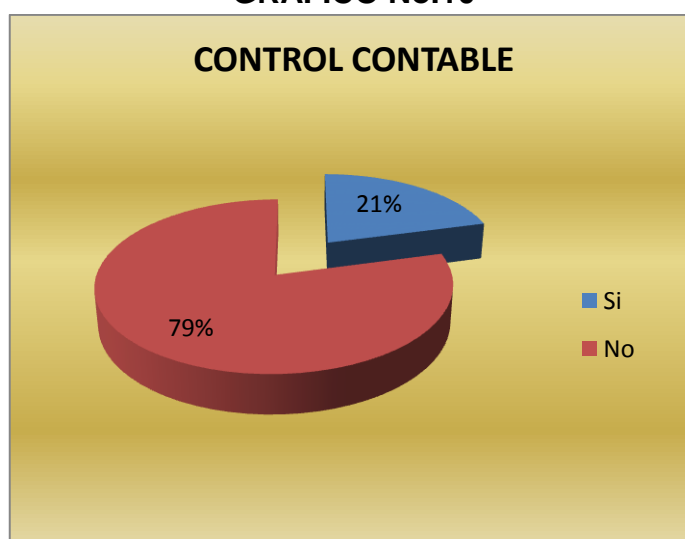
Los agricultores de la zona no reciben ningún tipo de capacitación ellos solamente aplican los conocimientos que han venido adquiriendo durante el tiempo que trabajado en la actividad agrícola, que consideran que la experiencia es la más efectivas, algunos reciben capacitación por cuenta propia y por algunas organizaciones que se hacen presentes en la parroquia.

10. ¿Usted como productor utiliza alguna forma de control contable?

**CUADRO No.11
CONTROL CONTABLE**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	38	21
No	144	79
TOTAL	182	100

GRÁFICO No.10



Fuente: Agricultores de la Parroquia Los Andes
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

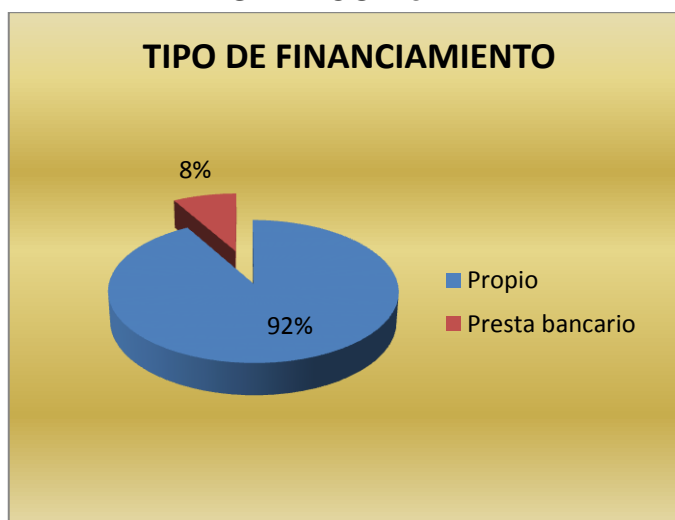
Para el control de los gastos e ingresos que ellos realizan por el cuidado de sus cultivos no aplican ningún sistema de control contable solamente lo realizan manualmente realmente no creen la necesidad de llevar una contabilidad, pero sin embargo hay pocos agricultores que si ven la ventaja de llevar la contabilidad en su actividad.

11. ¿Qué tipo de financiamiento utiliza para cultivar sus productos?

CUADRO No.12
TIPO DE FINANCIAMIENTO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Propio	167	92
Presta bancario	15	8
TOTAL	182	100

GRÁFICO No.11



Fuente: Agricultores de la Parroquia Los Andes
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

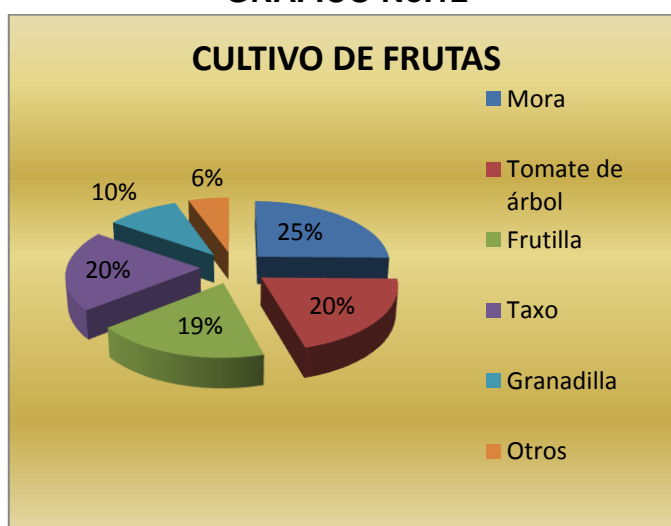
Para cubrir los gastos de la producción de sus cultivos ellos trabajan con un capital propio, siempre que realizan sus ventas anteriores separan un dinero que esta destinado para la siguiente producción no siente la necesidad de estar sacando un crédito bancario, otros tienen la necesidad de solicitar un crédito bancario porque no logran cubrir los gastos con el dinero destinado.

12. ¿Considera usted que el clima de la Parroquia los Andes favorece el cultivo de frutas como?

**CUADRO No.13
CULTIVO DE FRUTAS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Mora	46	25
Tomate de árbol	37	20
Frutilla	34	19
Taxo	37	20
Granadilla	18	10
Otros	10	5
TOTAL	182	100

GRÁFICO No.12



Fuente: Agricultores de la Parroquia Los Andes
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

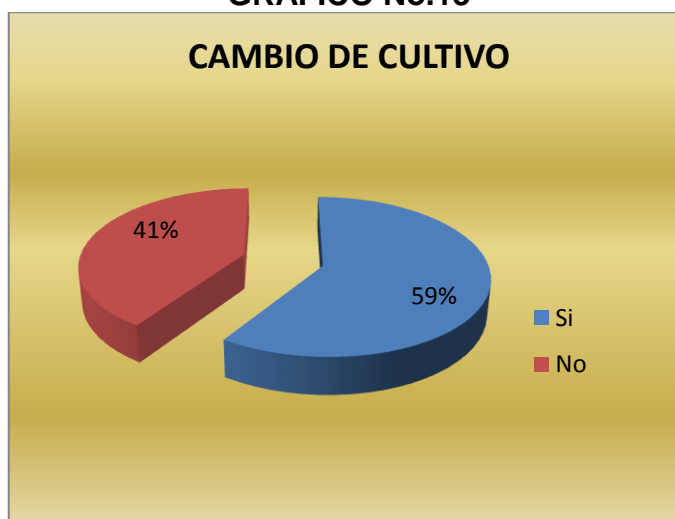
En el análisis se observa que en su mayoría consideran que el clima es muy adecuado para el cultivo de mora, tomate de árbol, taxo, mientras que los demás manifestaron que la Parroquia Los Andes tiene un clima que ayuda a cualquier tipo de fruta que se dese producir ya que tiene un clima templado que ayuda que la producciones sea muy rentable.

13. ¿Ha considerado la posibilidad de cambiar el cultivo de productos tradicionales por los alternativos?

**CUADRO No.14
CAMBIO DE CULTIVO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	108	59
No	74	41
TOTAL	182	100

GRÁFICO No.13



Fuente: Agricultores de la Parroquia Los Andes
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

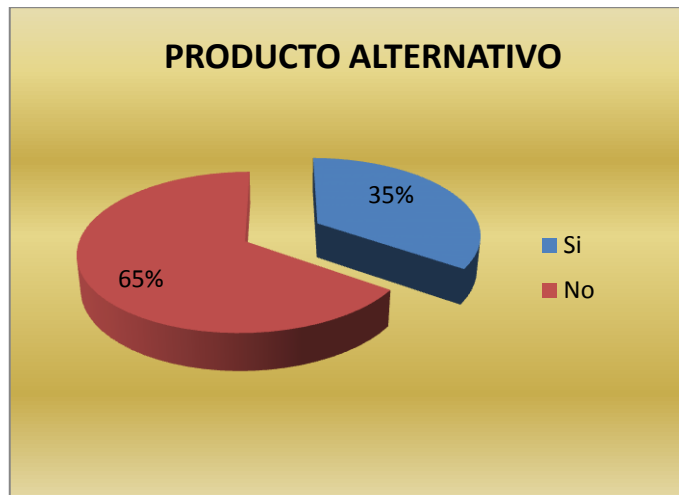
Los agricultores comentan que les gustaría cambiar los productos tradicionales por los alternativos, porque en los últimos tiempos se ha visto que la tierra esta ya cansada de los mismos productos necesita tener cambios, otros no están de acuerdo porque consideran que seria un gastos hasta conocer la forma de producción y buscar el mercado para el producto.

14. ¿Usted tiene conocimiento que en la actualidad el taxo es una fruta considerada como un producto alternativo el cual tiene acogida en el mercado nacional e internacional?

**CUADRO No.15
PRODUCTO ALTERNATIVO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	63	35
No	119	65
TOTAL	182	100

GRÁFICO No.14



Fuente: Agricultores de la Parroquia Los Andes
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

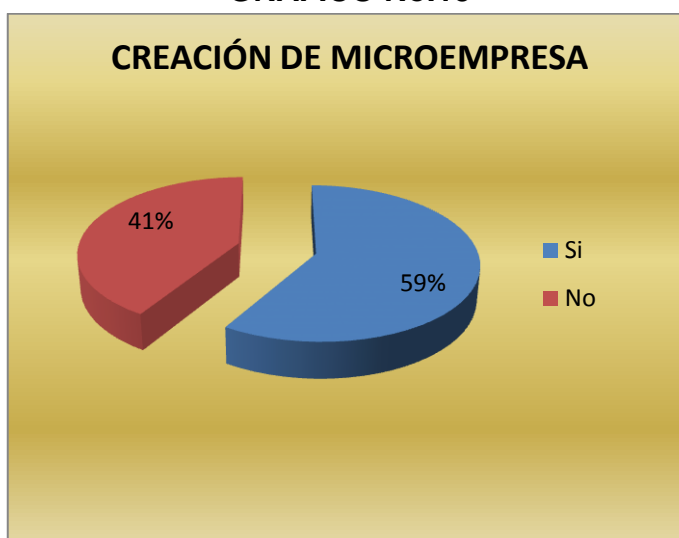
La mayor parte de los agricultores del sector desconocen sobre la importancia de la producción del taxo, no tienen la debida información sobre el mercado en donde es solicitado el producto, otros en cambio si conocen que el taxo es una fruta que tienen mercado nacional e internacional por su gran beneficio nutricional y por las variedades de derivados que se pueden realizar.

15. ¿Estaría usted de acuerdo que en la parroquia los Andes se forme una microempresa de producción y comercialización de taxo “ variedad castilla”

**CUADRO No.16
CREACIÓN DE MICROEMPRESA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	107	59
No	75	41
TOTAL	182	100

GRÁFICO No.15



Fuente: Agricultores de la Parroquia Los Andes
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

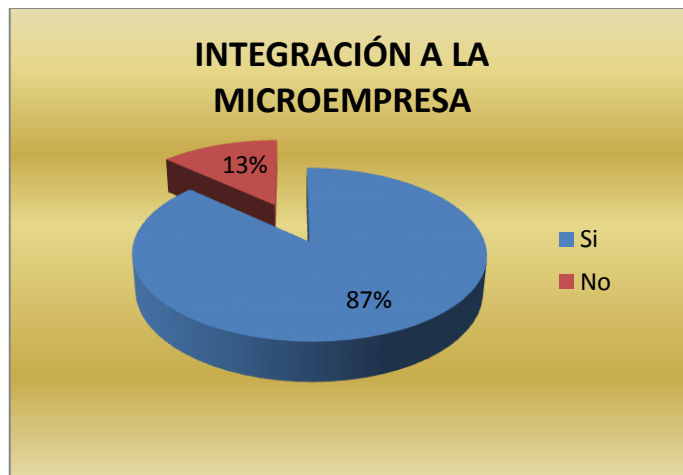
Con respecto a la creación de la microempresa de producción y comercialización de taxo “variedad castilla” en los agricultores existe casi una igualdad en estar de acuerdo o no de su creación, una parte consideran que es un beneficio para el sector comercial del lugar otros consideran que nada mas se beneficiarían los socios de la microempresa.

16. ¿Le gustaría formar parte de una microempresa para fortalecer la producción y comercialización de taxo “variedad castilla” en la parroquia los Andes.

CUADRO No.17
INTEGRACIÓN A LA MICROEMPRESA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	158	87
No	24	13
TOTAL	182	100

GRÁFICO No.16



Fuente: Agricultores de la Parroquia Los Andes
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

Los agricultores comentan que les gustaría formar parte de la microempresa, porque les serviría de gran ayuda para tener iniciativa de formar una propia que les permita obtener mejores ingresos y generar fuentes de trabajo para las personas del sector, también existe agricultores que no están dispuestos a formar parte de la microempresa porque consideran que ya tienen su trabajo definido y no lo pueden cambiar a otros.

1.7.2. Entrevista dirigida al presidente de la asociación de agricultores de la parroquia Los Andes Sr. Carlos Aragón

1. ¿Cómo considera la rentabilidad de la actividad agrícola?

De acuerdo a la información del Sr. Carlos Aragón representante de los agricultores y actual presidente manifiesta que la rentabilidad que obtienen de la actividad agrícola esta entre un nivel medio y bajo porque actualmente los distribuidores de insumos agrícolas han incrementado los precios de los químicos que se utilizan en la producción, como también se ven afectados por los precios inestables que el mercado mantiene de los productos.

2. ¿Cuales son los problemas que tiene la actividad agrícola en la zona?

Los agricultores presentan varios problemas para realizar sus actividades agrícolas como son la falta de financiamiento para cubrir el costo de producción, como también la falta de capacitación que no permite aplicar nuevas técnicas de mejoramiento en los cultivos, además la aplicación de estrategias poco efectivas en la comercialización de los productos que siguen realizando sus ventas a través de intermediarios y no han podido establecer un mercado fijo para el producto.

3. ¿Qué tipo de cultivos caracteriza a la zona?

La parroquia Los Andes es caracterizada por cultivar gramíneas, tubérculos, hortalizas, que son los productos que mas demanda tienen en los mercados mayoristas del sector, también en los últimos tiempos están aplicando nuevas alternativas de cultivos como son las frutas.

4. ¿Los precios de los productos que se comercializa en la zona son?

Los productos que los agricultores cultivan en la zona tienen un nivel de precios entre medios y bajos, no son precios estables, esto depende de la oferta y la demanda del producto en el mercado

5. Como realizan la comercialización de los producto

La mayor parte de los agricultores llevan sus producto al mercado mayorista de Bolívar y lo comercializan a través de intermediarios que son los encargados de llevar el producto a los mercados de las grandes ciudades

6. ¿Los agricultores reciben capacitación?

El presidente de la asociación de agricultores manifiesta que es muy poca la capacitación que reciben, no existe el apoyo por parte de las autoridades que inviertan en capacitar y mejorar los conocimientos de los agricultores para mejorar sus actividad de trabajo.

7. ¿Que tipo de apoyo han recibido los agricultores por parte del gobierno?

El aporte que actualmente han recibido es el mejoramiento del canal de riego el mismo permite obtener mejores resultados en la actividad agrícola, como también han brindado apoyo en aplicar nuevos cultivos que tienen mejores oportunidades en el mercado.

8. ¿Considera que la parroquia Los Andes reúne las condiciones agronómicas para la fruticultura?

Si, por que existen planes pilotos que se han aplicado de fruticultura y que se han obtenido buenos resultados dando productos de calidad

9. ¿Se ha emprendido nuevos cultivos en la zona?

Son muy pocos los nuevos cultivos que se han visto, casi la población se dedica a cultivos tradicionales no aprovecha las buenas condiciones agronómicas del sector, casi no existe en los agricultores el emprendimiento por buscar nuevas alternativas de producción

10. ¿Qué expectativas tienen los asociados de la actividad agrícola?

Las expectativas son claras se necesita un sistema de comercialización que permite llevar el producto directamente al consumidor, como también incrementar la fruticultura en el sector para obtener mejores ingresos.

1.8. Determinación de aliados, oponentes, oportunidades, riesgos

1.8.1. Aliados

- Convenio con instituciones locales y regionales
- Agricultores predispuestos a colaborar con el proyecto
- Agricultores con experiencia en cultivos agrícolas
- Condiciones climáticas adecuadas para el cultivo de diferentes productos
- Programas de desarrollo de nuevos cultivos auspiciados por el MAGAP
- Existe fuentes de agua para la actividad agrícola

1.8.2. Oponentes

- Labores agrícolas tradicionales no permiten mejorar la productividad
- Ausencia de créditos para nuevos cultivos no tradicionales

- Consumo tradicional de productos de la zona
- Débil organización para efectuar la comercialización de los productos.
- Falta de capacitación del talento humano para emprender nuevas cultivos agrícolas

1.8.3. Oportunidades

- Utilización de nuevas tecnologías agrícolas para mejorar la productividad.
- Trabajo estratégico con los agricultores de la zona para la producción del taxo.
- Demanda local y regional del producto
- Producción de lácteos utilizando el taxo
- Alianzas estratégicas con cadenas de supermercados
- Existencia de medios alternativos para comercializar productos

1.8.4. Riegos

- Inestabilidad política provoca inseguridad en las inversiones.
- Incremento de los precios de los insumos agrícolas
- Presencia de plagas y enfermedades
- Variación climática, crea incertidumbre en la producción.
- Degeneración de las variedades actuales del taxo
- Altas tasas de interés del sistema financiero, trunca la generación de nuevos emprendimientos,

1.9. CRUSE

1.9.1. Aliados-oponentes

- ❖ Para una mejor productividad de la fruticultura en el sector es importante considerar como respaldo a las Instituciones que

brinden capacitación para mejorar el nivel productivo y no seguir en el método tradicional de cultivo

- ❖ La colaboración de los agricultores permitirá socializar de mejor manera las cualidades y bondades del taxo
- ❖ Las condiciones climáticas son favorables para el cultivo de taxo, esto constituye un atractivo para los potenciales fruticultores, que le ven como un cultivo de bajo costo y alto rendimiento.

1.9.2. Aliados-riesgos

- ❖ El apoyo de los departamentos del Ministerio de agricultura permitirá disminuir el riesgo de enfermedades en los cultivos del taxo.
- ❖ Las condiciones climáticas que el sector presenta son los mas adecuados para este tipo de fruta, ya que para tener una excelente producción se requiere de un solo clima que nos sea variabilidad

1.9.3. Aliados y oportunidades

- ❖ Con el apoyo de las autoridades se gestionara nuevos mecanismos para comercializar los productos realizando entregas directas a los mercados mayoristas.
- ❖ La participación de los agricultores con la producción de nuevos productos alternativos se mejorara el abastecimiento a los mercados que demandan del producto.

1.9.4. Oponentes-oportunidades

- ❖ La ausencia de apoyo financiero restringe la actividad futura de los fruticultores, perdiéndose de esta manera oportunidades de mejorar sus ingresos.
- ❖ El no utilizar la tecnología en el proceso productivo hace que los agricultores tengan baja productividad y no cuenten con la capacidad de abastecimiento para el mercado.

1.9.5. Oponentes-riesgos

- ❖ El mantener las labores agrícolas tradicionales afecta y propaga la presencia de plagas y enfermedades en el cultivo, ya que no toman las medidas adecuadas que eviten el problema, además de una degradación temprana del suelo.
- ❖ La ausencia de créditos destinados a la fruticultura inciden en la falta de producciones alternativas que mejoren los ingresos del sector analizado.

11. OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN.

Con análisis realizado al sector se plantea la CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TAXO "Variedad Castilla", EN LA PARROQUIA LOS ANDES CANTÓN BOLIVAR, PROVINCIA DEL CARCHI", siendo promotores de nuevos emprendimientos y ejemplo de superación para la comunidad en actividades alternativas, que aprovechen la ventaja comparativa y competitiva del sector.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. EL TAXO

ILISTRACIÓN No.1
EL TAXO



Fuente: Internet
Elaborado por: La autora

<http://www.significadode.org/taxo>. Afirma: El taxo es conocido como curuba es una fruta tropical, la variabilidad genética en la especie es muy alta se encuentra una gran heterogeneidad de plantas y frutas que se diferencian en cuanto a tamaño y forma, color, resistencia sanitaria, rendimiento.

El taxo es una planta enredadera de tallo cilíndrico pubescente, de hojas obovadas, trilobuladas y aserradas en las márgenes, generalmente pubescentes en ambas caras; la flor es péndula y presenta una bráctea cilíndrica de color verde pubescente por fuera y con tres lóbulos.

El fruto es una baya oblonga u ovoide con pericarpio coriáceo o blando de color amarillo al madurar. El cultivo de la curuba se desarrolla sobre espladeras (sistemas de soporte para la planta), dado que la misma es un

arbusto trepador. Su construcción tiene principios similares a las de una cerca de púas.

2.1.1. Información nutricional

El taxo contiene un alto porcentaje proteínico el mismo favorece en la alimentación diaria de las personas brindando una vitalidad en su salud, brindando mejores rendimientos en las actividades diarias al consumir el producto o en sus derivado.

2.1.2. Manejo agronómico del taxo

A través de la pagina de internet www.produc/agri/frut/.com: El taxo gusta de ambientes húmedos es muy susceptible a la presencia de heladas y su ocurrencia puede producir defoliaciones fuertes y, en ocasiones, la muerte de las plantas afectadas, para su cultivo requiere de suelos francos-arcillosos con buenos niveles de fertilidad ricos en materia orgánica y ligeramente ácidos, con un pH que puede oscilar entre 5,5 y 6,5.

Se debe considerar ciertos aspectos para iniciar el cultivo del taxo entre ellos tenemos:

- ❖ Los suelos a utilizarse para este tipo de planta deben ser profundos, con un buen drenaje tanto interno como externo, pero con la suficiente capacidad de retener agua ya que el sistema radicular es susceptible tanto a encharcamientos como a la sequia.

- ❖ En los cultivos se utiliza un soporte para la planta, dado que la misma es un arbusto trepador.

- ❖ La distancia que más se recomienda para el cultivo del taxo es de 5*3 metros aproximadamente, se calcula que para una hectárea se utiliza 668 plantas.

De igual manera se debe considerar ciertas formas de cultivar el taxo como son a continuación se mencionara la más principales:

a. Evitar el exceso de riego

- El taxo produce su fruto durante varios años, por lo que es necesario mantener mediante podas adecuadas que favorecen la producción por lo menos de 8 a 10 años, según cuanto sea rentable.
- Cuando la planta a entrado en plena producción habrán ramas mal distribuidas o sobrantes que deben eliminaren para evitar que exista contagio de enfermedades.

b. Abonado

- Antes de la siembra se realiza la aplicación de materia orgánica que sea necesaria dependiendo del tipo de suelo, y si hay que corregir el pH se debe encalar un mes antes de la siembra de las plantas
- Durante el primer año se recomienda realizar la aplicación de 50g de urea por cada planta cada tres meses.
- El fósforo y el potasio se aplican de acuerdo con la disponibilidad del suelo
- Cuando la planta inicia su producción se debe fertilizar antes de la floración y después de la fructificación (dos aplicaciones por

año), además, deben aplicarse micronutrientes en forma foliar dos veces por año para prevenir posibles deficiencias.

2.1.3. Enfermedades del taxo

- La más importante es la marchites o pudrición seca de la raíz, ocasionada por el hongo (*Fusarium*spp.)
- También presenta la antracnosis es otra enfermedad que afecta este cultivo, es causada por el hongo *Colletotrichum*spp., ataca las hojas, ramas y frutos, produciendo defoliación y caída de los frutos.
- Otra, es la roña o costra, causada por el hongo *Cladosporium*. Ataca a los frutos.
- Se hacen aplicaciones a base de fungicidas cúpricos, rotando los productos cada 15 a 20 días.
- Deben recolectarse los frutos y partes enfermas de las plantas para su destrucción.

2.1.4. Elaborados del taxo

<http://www.olx.com.ec/q/taxo/c-210>. La fruta es consumida de varias formas ya que por su exquisito sabor hace que sea muy aceptada en el medio: jaleas, mermeladas, jugos entre otros.

Adicionalmente, se considera que una serie de productos amerita ser evaluados a partir de la fruta producida, los cuales incluyen: mezcla con jugos de otras frutas, sorbetes y utilización como ingrediente en la fabricación de crema glase y artículos de pastelería y confitería.

También es utilizado como un remedio medicinal, el taxo tiene propiedades comprobadas científicamente, los extractos del género *Pasiflora* tienen efectos depresores sobre el sistema nervioso central y actúan como sedantes, tranquilizantes, calmantes y contra el insomnio.

De igual manera es utiliza como antiespasmódico, diaforético, hipotensor, diurético, febrífugo. La cocción de las hojas se emplea para el dolor de cabeza y tratar afecciones de hígado y riñones.

2.2. LA FRUTICULTURA

ILUSTRACIÓN No.2 VARIEDAD DE FRUTAS



Fuente: Internet
Elaborado por: La autora

Según <http://lafruticultura> :*"Fruticultura es el cultivo de todas aquellas plantas que producen frutos. También se define como el arte que enseña los métodos de ese cultivo. En sentido amplio, el término incluye la preparación de los frutos y su posterior comercialización"*.

La Fruticultura es la ciencia que estudia el cultivo de especies leñosas y semileñosas productoras de frutas, aplicando tecnologías basadas en principios biológicos y fisiológicos, para obtener un rédito económico de la actividad. La Fruticultura es, por lo tanto, una actividad planificada y sistemática realizada por el ser humano que abarca todas las acciones

que realiza con relación al cultivo para el beneficio de todas aquellas plantas que producen frutos.

2.2.1. Importancia de la fruticultura

<http://biologia.-del-naturalista/importancia-de-la-fruticultura>. Las actividades frutícolas requieren elevadas inversiones de capital, que se incrementan con el aumento del uso de estructuras de conducción de las plantas.

- Las actividades frutícolas demandan una elevada inversión de capital por unidad de superficie. El capital requerido para el desarrollo de actividades frutícolas es alto en comparación con el demandado por los cultivos extensivos (cereales, especies industriales), o por la ganadería extensiva.
- La producción frutícola utiliza mano de obra en forma intensiva. Debido a que muchas tareas inherentes a las actividades frutícolas están poco mecanizadas (por ejemplo, la poda, el raleo de frutos, la cosecha, la selección de frutos y otros trabajos de empaque), se hace necesaria la ocupación de numerosos obreros. Además, buena parte del personal debe ser calificado o especializado, para realizar tareas como injertos, poda, selección en galpones de empaque, etc.
- La fruticultura es proveedora de insumos para numerosas industrias. Además de la fruta fresca, las actividades frutícolas proporcionan por descarte o a través de cultivos especializados, materias primas para las industrias de jugos, de enlatados, de desecado, y de otros productos derivados de los frutos, como el vino y el aceite de oliva.

- Los montes frutales son productivos durante un número variable de años. Después de una inversión inicial elevada que abarca la plantación, el cuidado y el mantenimiento durante los años improductivos, un monte frutal puede generar una producción sostenida durante 10, 15 ó más de 100 años, según la especie. Así, los montes frutales constituyen mejoras fundiarias que otorgan valor a los establecimientos que los poseen.
- La fruta fresca, al ser un producto de oferta estacional, ve favorecida su comercialización en el Hemisferio opuesto en contra estación. Además, sus productos industriales como jugos, aceites, etc., tienen un mercado internacional fluido.
- Debido a los factores ya citados, a su participación en el producto bruto interno, y a la calidad de vida alcanzada por algunos fruticultores, las actividades frutícolas son consideradas una verdadera industria en ciertas partes del mundo.

2.2.2. Principales actividades de la fruticultura

<http://es.wikipedia.org/fruticultura>. Manifiesta las principales actividades de la fruticultura

- **Estudio de las frutas:** Para estudiar un tipo de fruta, es necesario obtener una cantidad considerable de frutas maduras. Se examina su sabor, su color, su aspecto y su calidad. De igual manera se observa el árbol: sus ojos, sus ramas, el porte, el vigor, la fertilidad, sus resistencias y sus debilidades.
- **Identificación de las variedades:** Los fruticultores completan las informaciones conocidas, las verifican y se apoyan sobre los trabajos de siglos anteriores y el saber popular de la tradición.

También hacen llamado de los conocimientos de los arboricultores actuales

- **Inventarios:** Los apasionados de la fruticultura, intentan hacer un censo de las variedades antiguas, clásicas y aquellas que son identificadas como nuevas. Esto presenta un interés irrefutable:
- **La preservación de las especies, y el mantenimiento de la biodiversidad:** De hecho, hoy en día, una de las tareas más nobles de la fruticultura es la conservación de determinadas especies de fruta que constituyen el patrimonio de una determinada región.

2.3. LA MICROEMPRESA

Según USAID (2005). Afirma : *Una microempresa es un negocio personal o familiar que emplean hasta 10 personas, el cual es poseído y operado por una persona individual, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados, precios, además constituye una importante fuente de ingresos para el hogar*". Pág. 73

VÁSQUEZ Lola 2006. Afirma: *"La microempresa es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción"*. Pág. 125

La microempresa está dirigida y representada a diferentes sectores de la producción donde se utiliza pocos recursos, pero genera trabajo y dinamiza el sector económico local, debido a que la mayor parte de la población se dedica al sector comercial.

2.2.1. Como crear una microempresa

Según MONTEROS Edgar en su libro de microempresa menciona que en la actualidad se ha convertido una dura competencia en pensar crear una microempresa ya que es necesario conocer muy bien el manejo de los negocios y saber exactamente que se desea crear para ofertar al mercado.

Además cada proyecto requiere de orientación específica y particulares, ya que no hay ningún método capaz de responder a las necesidades y demandas de todos los emprendedores.

- **El nombre o razón social:** El nombre de la empresa debe ser escogido con mucho criterio y debe construir una imagen positiva para conservar un prestigio empresarial.
- **La microempresa entrega la constancia de haber recibido el aporte económico:** El movimiento de los aportes será de responsabilidad del administrador de la microempresa
- **Los permisos de funcionamiento:** Los obtendrán una vez de que inicie su actividad, y entre ellos tenemos:
 - El permiso fiscal (RUC)
 - El permiso municipal (patente municipal)
 - Permiso sanitario

2.2.2. Importancia de la microempresa

La organización ha penetrado en muchas de las formas de la actividad humana, porque la mutua dependencia de los individuos y la protección contra amenazas, han fomentado una intensa actividad

organizativa en la humanidad a través del tiempo. Los gobiernos, los ejércitos y las instituciones han estudiado la organización, con el fin de mejorarla ó de utilizarla mejor. La organización ha sido estudiada y son muchas sus aportaciones en el área administrativa.

Sin embargo, es de gran importancia que el acto de organizar de cómo resultado una estructura de la organización, que pueda considerar como el marco de trabajo que retiene unidas las diversas funciones de acuerdo con un esquema, que sugiere orden y relaciones armoniosas, en otras palabras, una parte de importancia de la tarea de organizar es armonizar a un grupo de personalidades distintas.

2.2.3. Clasificación de la microempresa

Según MONTEROS Edgar (2005). Expresa: Existen varias microempresa en el medio comercial tales como: Alimentación-Agroindustrial, restaurantes, cafeterías, elaboración de platos típicos en general, artesanales, orientado hacia la producción de artesanías manuales y folklórico, etc.

- ❖ **La microempresa de producción:** Es la que se transforma los materiales e insumos en bienes de consumos finales, termina con la venta del producto.
- ❖ **La microempresa de comercio:** Es el acercamiento de bienes al intermediario y al consumidor compra mercaderías y vende a un precio mayor para obtener ganancias
- ❖ **Microempresa de servicios:** Atiende al cliente sus necesidades biológicas, sentimentales, afectivas

2.3. Empresas agrícolas

http://rafaela.inta.gov.ar/cambiorural/empresa_agropecuaria.htm. Manifiesta: “*Son aquellas que producen bienes agrícolas y pecuarios en grandes cantidades. Son las empresas que proporcionan materia prima a otras industrias, por ejemplo, pesca, agricultura, fruticultura, caza, explotación de bosques*”.

Una empresa agrícola es una sociedad que representa la unidad económica de base en que se desenvuelve el proceso productivo. La empresa agropecuaria es una unidad de producción a la que se le asigna el objetivo de optimizar su beneficio, el cual en general es económico, pero también puede ser social. La función de la empresa agropecuaria es producir, ya sea bienes o servicios, y dicha función se ejecuta a partir de la interacción de los factores de producción: capital, trabajo y tierra, coordinados por el hombre que es el encargado de definir el objetivo.

2.3.1. Importancia de las empresas agrícolas

- Las empresas agropecuarias, son unidades de decisiones que combina recursos naturales, humanos, capital, tecnología e información para producir bienes de origen animales o servicios para un mercado determinado y dentro de una operación rentable y sostenible.
- También se puede definir como aquellas que explotan en grandes cantidades los productos agrícolas y ganaderos. Por ejemplo: granjas agrícolas, porcina, invernaderos, hacienda de producción agrícola
- Las empresas agropecuarias dedican su producción a la agricultura, la ganadería, forestal, pesca, caza, etc. el sector que estas empresas abarcan esta constituido por dos actividades principales que son: la agricultura y la ganadería o pecuaria, las

cuales a su vez están constituidas por una actividad primaria productora, y una actividad secundaria de elaboración o transformación, en este sector tiene espacio la producción de hortalizas, cereales, frutas y ganadería.

2.3.2. Características

Según <http://es.thefreedictionary.com/agricultura>. Menciona: Es importante destacar que la producción agropecuaria tiene características particulares que la diferencian de las que se podrían denominar no agropecuarias por ejm: industrias - servicios - etc. Y estas diferencias radican en tres características:

- El proceso productivo es biológico. (se trabaja con plantas y animales a los cuales hay que respetar sus ciclos).
- La producción requiere de tierra no solo como sostén o espacio físico sino como insumo activo.
- La producción depende de las condiciones ecológicas del medio.

Por todas estas razones se puede concluir que la empresa agropecuaria es un sistema complejo donde interactúan muchos factores para lograr el objetivo planteado. Debido a esto es necesario que el productor tenga los conocimientos para poder interpretar este complejo sistema, se capacite permanentemente y disponga del tiempo necesario para juntar información, ordenarla y analizarla.

2.4. ADMINISTRACIÓN

Según, JONES Gareth R. y George Jennifer M, 2010. Manifiesta: *“La administración es la planeación, organización, dirección y control de los recursos humanos y de otra clase, para alcanzar las metas de la organización con eficiencia y eficacia”*. Pág.5

La administración consiste en trabajar para alcanzar las metas de la organización como también cuidar los recursos de la misma, como al talento humano capacitando y mejorando sus capacidades y habilidades, aplicar técnicas que le permita escoger las estrategias correctas para lograr sus propósitos.

- **Desempeño organizacional.**-Es una medida de la eficiencia y la eficacia con que los gerentes aprovechan los recursos para satisfacer a los clientes y alcanzar las metas de la organización
- **Eficiencia.**-Es una medida de que tan bien o que tan productivamente se aprovechan los recursos para alcanzar una meta
- **Eficacia.**-Es una medida de pertinencia de las metas que los gerentes decidieron que persiguieran la organización y del grado en que esa organización alcanza tales metas.

2.4.1. Proceso administrativo

Para RODRIGUEZ Joaquín, 2006. Manifiesta: *“El proceso administrativo es dirigir, definir estrategias, movilizar gente y equipos, implementar y hacer seguimientos de los diferentes procesos y aspectos de una organización, de una manera sistemática y deliberada con el fin de lograr los objetivos deseados”*. Pág. 75

El proceso administrativo es una actividad que constituye en el proceso único. Este proceso administrativo está formado por cuatro funciones fundamentales, planeación, organización, ejecución y control.

- **Planeación.-** Planear incluye seleccionar misiones y objetivos, así como las acciones para lograrlos, requiere la toma de decisiones, es decir, elegir proyectos de acción futuros. Hay varios tipos de planes yendo de propósitos especiales de acero inoxidable para un instrumento o contratar o capacitar trabajadores para una línea de ensamble.
- **Organización.-** Las personas que trabajan juntas en grupos para alcanzar una meta deben tener roles que desempeñar, como los papeles que los actores desempeñan en una obra, ya sean que ellos mismos los desarrollen, sean accidentales o fortuito o definidos y estructurados por alguien que quiere asegurarse de que contribuyen de manera específica al esfuerzo del grupo
- **Integración.-** Requiere mantener cubiertas las posiciones en la estructura de la organización. Esto se logra al identificar los requisitos de fuerza de trabajo volver a inventariar a las personas disponibles, y reclutar, seleccionar, colocar, promover,, evaluar y planear las carreras, compensar y capacitar o de otra forma desarrollar candidatos u ocupantes actuales de puesto para que las tareas se puedan cumplir con efectividad y eficiencia
- **Dirección.-** Es coordinar a las personas para que contribuyan las metas organizacionales y de grupo, también tiene que ver predominantemente con el aspecto interpersonal de administrar. Todos los gerentes estarán de acuerdo en que sus problemas más importantes surgen de las personas, sus deseos y actitudes, así

como su comportamiento individual y de grupo, que los gerentes efectivos también necesitan ser líderes efectivos.

- **Control.-** Es el proceso de vigilar las actividades con el fin de asegurarnos que se realicen conforme a los planes y se corrijan las desviaciones importantes. Los gerentes no pueden saber bien a bien, si sus unidades están funcionando correctamente mientras no hayan evaluado que actividades han sido realizadas y no hayan comparado el desempeño real contra el estándar deseado.

2.4.2. Estructura orgánica

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

La estructura orgánica es la forma en que están ordenadas las unidades que componen una organización conforme a criterios de jerarquía de la organización.

a. Organigrama

Para MOLINA Antonio, 2003. Afirma: *“Un organigrama es la representación gráfica de las posiciones jerárquicas de una organización, en donde el flujo de autoridad que va desde arriba hacia abajo, se muestra claramente, indica el flujo de autoridad de los accionistas a los ejecutivos de la empresa y a los niveles operativos”*. Pág. 75

Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una organización, en donde, se muestra los niveles jerárquicos, sus relaciones y las principales funciones que se desarrollan dentro de la empresa.

b. Tipos de organigramas

Según (www.monografias.com) los organigramas son:

- **Organigrama vertical.**-En los organigramas verticales, cada puesto subordinado a otro se representa por cuadros en un nivel inferior, ligados a aquel por líneas que representan la comunicación de responsabilidad y autoridad.
- **Organigramas horizontales.**-Representa los mismos elementos del organigrama anterior y en la misma forma, solo que comenzando el nivel máximo jerárquico a la izquierda y haciéndose los demás niveles sucesivamente hacia la derecha.
- **Organigramas circulares.**-Formados por un cuadro central, que corresponde a la autoridad máxima en la empresa, a cuyo derredor se trazan círculos concéntricos, cada uno de los cuales constituye un nivel de organización.
- **Organigrama mixto.**-En este tipo de organigramas usted puede mezclar los tres tipos de organigramas anteriores en uno solo, cada empresa, cada organización utiliza este tipo de organigramas debido a su alto volumen y complejidad de puesto que tiene bajo su administración y con ello buscan la optimización del espacio en el que se encuentra trabajando.

c. Manual

Para GÓMEZ, 2004. Manifiesta: *“El manual es un documento que contiene en forma breve, clara, descriptiva, explícita la información y/o instrumento instrucciones referentes a la historia, fundamento legal y administrativo, objetivos generales y/o específicos de operaciones, estructura orgánica y organigrama, así como la descripción narrativa”*. Pág.184

Los manuales presentan la recopilación de información a través de procedimientos, políticas, instrucciones, que se aplican para realizar una determinada actividad, de una manera sencilla, para mejor facilidad del desarrollo de las tareas que están orientadas al alcance de los objetivos.

- **Planificación estratégica**

Para HINDLE Tim (2008), manifiesta: *“La planificación estratégica es la articulación de objetivos a largo plazo y la adjudicación de los recursos necesarios para lograr tales objetivos”*. Pág. 207

Según AMARU, Antonio C. (2009), afirma: *“Es el proceso de estructurar y esclarecer los caminos que debe tomar la organización y los objetivos a alcanzar”*. Pág. 183

De la contratación de los autores se establece la planificación estratégica como una herramienta indispensable del administrador que permite en cierta forma eliminar la improvisación a través del establecimiento de objetivos a largo plazo con la utilización de políticas, planes, estrategias y ventajas competitivas para la toma de decisiones oportunas y en tiempo real con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos.

- **Misión**

Según WHEELER, Thomas L. HUNTER, David J. (2007). Dice: *“La misión de una organización es el propósito o razón de ella, declara lo que la empresa proporciona a la sociedad, el propósito exclusivo y fundamental que distingue a una empresa de otras de su tipo e identifica el alcance de sus operaciones con respecto a los productos que ofrece y los mercados que sirve”*. Pág. 12

Según, CHARLES W. Hill y Gareth R Jons (2008). Afirma *“Misión es una descripción o afirmación del porque una empresa está en operación”*. Pág. 11

La misión tiene la finalidad de dar a conocer al consumidor su producto presentado sus características principales, los beneficios con el propósito de llegar directamente al consumidor potencial, la meta principal es atraer completamente a los compradores ofrecerles un producto de calidad con las cualidades que ellos necesitan.

- **Visión**

Para D' ALESSIO, Ipinza Fernando (2008). Afirma: *“La visión de una organización es la definición deseada de su futuro responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?, implica un enfoque de largo plazo”*. Pág. 61.

Según 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”*. Pág. 4

La visión esta representada por el propósito e intenciones a futuro, es decir lo que la microempresa desea alcanzar después de haber logrado posesionar al producto en el mercado, como también conquistar el mayor número de clientes fijos que están dispuestos a comprar el producto o servicio.

2.5. ESTUDIO DE MERCADO

Según KOTLER, Philip. (2008). Manifiesta: *“Es la información que se usa para identificar y definir oportunidades y problemas de mercado, para generar, afinar y evaluar actos de mercadotecnia, para vigilar la actuación de esta función y para perfeccionar la comprensión del proceso mercadotécnico”*. Pág. 127

El estudio de mercado es la aplicación directa que se realiza al sector tanto interno como externo, para conocer el comportamiento del producto

o servicio que se va a lanzar al mercado, el mismo permite conocer la oferta y la demanda que actualmente se esta presentando en le mercado.

2.5.1. Mercado meta

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007). Expresa: *“Es el conjunto de personas hacia quienes van dirigidos todos los esfuerzos de mercadotecnia, es decir, el que cumple con todas las características del segmento de mercado”*. Pág. 30.

El mercado meta es específicamente al cual va dirigido directamente el producto en donde el comprador y el vendedor realizan sus negociaciones si ninguna dificultad, ya que el producto o servicio esta cumpliendo con todos los requerimientos que los consumidores necesitan, este mercado meta siempre esta a la espera de un producto ya identificado.

2.5.2. Demanda

Según BACA, Gabriel. (2006). Manifiesta: *Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado*. Pág.17

La demanda es definida como la cantidad de bienes y servicio que el mercado necesita para satisfacer las necesidades de los consumidores, el análisis de la demanda es importante realizar antes de lanzar un producto la misma permite definir las condiciones en las que el mercado se encuentra actualmente.

2.5.3. Oferta

CORDABA PADILLA Marcial, (2006). Expresa: *“La oferta es el comportamiento de los competidores actuales y potenciales proporcionan una indicación directa e indirecta de sus intenciones, motivos, objetivos, estrategias actuales y sus capacidades para satisfacer con eficiencia”*.Pág.123

La oferta es la competencia que existe en el mercado, esto se da cuando los comerciantes están disponibles con el producto y pueden abastecer las necesidades del consumidor, lo cual implica realizar la aplicación de mecanismos para conseguir atraer a los consumidores y prefieran consumir el producto nuevo que se a lanzan do en el mercado.

2.5.4. Demanda potencial a satisfacer

BACA, Gabriel. (2006). Dice: *“Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”*. Pág. 51

La demanda potencial a satisfacer se refiere a u grupo definido al cual va dirigido el producto o servicio, esto consiste en que la empresa realiza un breve análisis sobre las necesidades que el mercado presenta por el producto, de igual manera define exactamente cual será su mercado meta al que llevara su producto.

2.5.5. Estrategias comerciales

A Continuación las estrategias comerciales aplicadas:

- **Producto**

Según STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J. (2007). Afirma *“Es un conjunto de atributos fundamentales unidos en una forma identificable”*. Pág. 220.

KOMIYA S. Raúl (2004). Manifiesta: *“Bien manufacturado que posee características físicas y subjetivas, mismas que son manipuladas para aumentar el atractivo del producto ante el cliente, quien lo adquiere para satisfacer una necesidad”*. Pág. 127.

El producto es el bien o servicio que esta disponible en el mercado, el mismo es diseñado dependiendo los gustos y preferencias de los consumidores, el producto siempre esta sometido a cambios que son exigidos, porque en varias ocasiones la competencia se hace presente con productos mejor calidad y a mejores precios.

- **Precio**

FISCHER, Laura y ESPEJO, Jorge (2004). Afirma: *“El precio es la cantidad de dinero que se necesita para adquirir en intercambio la combinación de un producto y los servicios que lo acompañan”*.Pág.36

Este termino es conocido por el valor de un producto o servicio siempre cuando se obtiene un producto se debe dar a cambio un valor que lo dispone el mercado, en varias ocasiones el precio suele variar esto depende de como se esta dando en el mercado la oferta y la demanda, también depende la capacidad de producción que tiene los proveedores.

- **Publicidad**

Para MONTAÑO, S. Francisco (2005). Enuncia que: *“Es el plan que contiene todos los elementos para enviar el mensaje al consumidor; es decir, trasmite a éste la imagen de la empresa, del producto, o la de ambos.”* Pág. 119.

A este medio se lo utiliza como otra estrategia mas par dar a conocer al producto en el mercado en donde a través de los medios de comunicación se trasmite la información sobre los aspectos mas importantes del producto o servicio, conociendo exactamente cuales son las preferencias de comunicación que les gusta adquirir los consumidores.

- **Plaza**

KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. (2008). Cita: *“Las actividades que hace la empresa para que el producto esté disponible para sus clientes objetivo”*. Pág. 61.

La plaza son unidades de la organización, que pueden ser internos, como la fuerza de ventas propia; y externos como mayoristas, minoristas, detallistas, distribuidores, para acercar el producto al mercado.

2.6. ESTUDIO TÉCNICO

En su obra SAPAG N; SAPAG R (2006). Comenta: *“El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a ésta área.”* Pág. 82, 83

La aplicación del estudio técnico es fundamental para el desarrollo del proyecto el mismo permitirá conocer exactamente el costo de la inversión que se debe tener para dar inicio con las actividades del proyecto, otro punto importante analiza la ubicación donde conviene ubicar su desarrollo. Para ello se analiza los siguientes puntos:

- Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto
- Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto
- Ingeniería del proyecto.

2.6.1. Localización óptima del proyecto

BACA, Gabriel. (2006). Menciona: *“La localización Óptima del Proyecto consiste en identificar y analizar las características del entorno que favorezcan en forma positiva a la implantación del proyecto, para lograr la máxima utilidad al mínimo costo”*. Pág. 107

Entonces este estudio sólo será una evaluación de factores tecnológicos su objetivo es elegir aquella que permita las mayores ganancias entre las alternativas que se consideran factibles.

El análisis de la ubicación del proyecto puede realizarse con distintos grados de profundidad, que dependen del carácter de factibilidad, pre factibilidad o perfil del estudio.

2.6.2. Microlocalización

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

Es importante para el análisis de la microlocalizacion tomar en cuenta una serie de factores los mismos permitirán conocer las características que el sector presenta y que pueden ser favorables para el desarrollo del proyecto, para ellos se aplica si es necesario el método por puntos que depende según el puntaje de cada sector y el que mayor tengan es la mejor opción.

2.6.3. Macrolocalización

Según JACOME, Walter. (2005). Manifiesta: *“La Macrolocalización se refiere a determinar el lugar geográfico más adecuado para la implantación del proyecto. Determina en forma clara la región, provincia, cantón; es importante establecer las coordenadas geográficas con el fin de mejorar la precisión del proyecto con lo cual se tiene una localización muy confiable”*. Pág. 133

La macrolocalización se encarga de buscar el lugar más apropiado donde se desarrolle el proyecto, es la parte en donde se detalla específicamente la zona es decir establece las coordenadas geográficas con la finalidad de ubicar el sector que está en las condiciones para su elección.

2.7. CONTABILIDAD

Para BRAVO VALDIVIESO Mercedes, 2009. Afirma: *“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 periodo contable”*. Pág.3

Para CHANABA VEGA Joaquín, 2009. Menciona: *“La contabilidad es una ciencia, porque se basa en principios de contabilidad generalmente aceptados “PCGA” y normas ecuatorianas de contabilidad (NEC), que nos permite ordenar, clasificar, resumir, registrar todos los movimientos financieros que tenga una empresa con la finalidad de interpretar los resultados obtenidos al final de un periodo fiscal, y tomar decisiones en beneficio de la empresa”*. Pág. 69

La contabilidad es el sistema que mide las actividades del negocio, procesa esta información convirtiéndola en informes y comunica los hallazgos a los encargados de tomar las decisiones. También se podría decir que la contabilidad es el arte de recoger, resumir, analizar e interpretar datos financieros, para así obtener las informaciones necesarias relacionadas con las operaciones de una empresa.

2.7.1. Importancia de la contabilidad

La contabilidad es importante porque radica en la necesidad de registrar, clasificar y analizar las transacciones comerciales y controlar las finanzas de un ente contable, aplicando la partida doble:

- Toda empresa tiene la necesidad de llevar un control de sus negociaciones mercantiles y financieras para corregir errores o desviaciones del capital.
- Además de planificar, controla e informa sobre la situación económica de una empresa y sirve de apoyo a los ejecutivos en la toma de decisiones.
- A través del resultado del proceso contable con la interpretación de los estados financieros dará a los inversionistas una información sobre la situación de la empresa, si existen perdidas o ganancias
- Brindar información financiera en cualquier momento para uso interno y externo
- Establecer el momento de los activos, pasivos y patrimonios
- Llevar el control de los ingresos y egresos de la organización

2.7.2. Proceso contable

Para BRAVO Valdivieso Mercedes (2008). Manifiesta: *“El proceso contable es el registro sistemático de los hechos económicos de la empresa por medio de procedimientos manuales, mecánicos o electrónicos, con el fin de suministrar información sobre el negocio”*. Pág.56

Toda empresa utiliza un proceso contable donde detalla el registro económico que realiza diariamente, lleva sistematizado un manual de instrucciones el cual debe ser aplicado para los movimientos económico financieros, administrativos de la microempresa, su objetivo principal es mantener la información ordenada.

2.7.3. Estado de situación inicial

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

El estado de situación inicial es un estado financiero que esta representado por las cuentas de activo, pasivo, capital, patrimonio, son cuentas con valores reales con las que da inicio sus actividades, es decir mantiene un valor con el que puede contar para empezar a realizar todos los trabajos que sea de realizarse en la microempresa.

2.7.4. Estado de resultados

ORTIZ, Alberto G. (2005). Afirma: *“Representa un componente del sistema de información financiera que refleja el dinamismo de la actividad empresarial durante un periodo, al contener la expresión monetaria de las realizaciones asociadas con el ejercicio comercial”*. Págs. 29 y 30.

Este estado permite conocer en que situación se encuentra la microempresa, es decir si esta obteniendo pérdidas o ganancias, además consiste en tomar medidas preventivas para mejorar las estrategias de venta en la microempresa que ayudara a mejorar los resultados para el próximo mes.

2.7.5. Estafo de flujo de efectivo

Según ZAPATA, S. Pedro. (2008). Manifiesta: *“Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura”*. Pág. 423

La construcción del flujo de caja puede basarse en una estructura general que se aplica a cualquier finalidad del estudio del proyecto, es decir para un proyecto que busca medir la rentabilidad de la inversión el ordenamiento del propuesto en los ingresos y gastos.

2.8. EVALUCIÓN FINANCIERA

2.8.1. Valor actual neto

BLOCK, Stanley B. y HIRT, Geoffrey A. (2005). Manifiesta: *“Vuelve a descontar los flujos de entrada a lo largo de la vida de la inversión para determinar si son iguales o si exceden a la inversión requerida”*. Pág. 345.

BRIGHAN, Eugene. HOUSTON Joel. (2005). Afirma. *“Método de clasificar las propuestas de inversión usando el valor presente neto, el cual equivale al valor presente de los futuros flujos netos de efectivo, descontado al costo del capital”*.Pág. 398.

En términos monetarios representa la rentabilidad con poder adquisitivo y da a conocer si es factible o no invertir en el proyecto, ya que se espera de la inversión obtener buenas utilidades y seguir progresando en el proyecto.

Es de fácil aplicación pudiendo traer los valores futuros a valor presente. Se debe calcular a una tasa mayor a la tasa de oportunidad para tener mayor oportunidad en seguridad que permite cubrir ciertos riesgos.

2.8.2. Tasa interna de retorno

DÍAZ, M. Ángel. (2008). Afirma: *“Es la tasa de descuento que iguala el valor de los desembolsos previstos (inversiones) con el valor de los flujos de tesorería esperados, ambos actualizados”*. Pág. 174.

El TIR es un evaluador económico financiero que toma decisiones, y permite conocer que tiempo tarda en devolver las utilidades y la inversión realizada en el proyecto.

Esta representado por la siguiente formula:

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

Donde:

T_i = tasa inferior

T_s = tasa superior

2.8.3. Periodo de recuperación

Según, FLORES U. Juan A. (2007). Expresa: *“Que la recuperación se da cuando dentro de un año el resultado obtenido del Flujo de Fondos totalmente netos se recupera la inversión.”* Pág. 119

Los autores SAPAG, CH. Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo. (2008). Manifiestan que: *“Ayuda a determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa”.* Pág. 329.

Es un indicador que realiza el cálculo tanto de la liquidez del proyecto como también del riesgo relativo, tiene la finalidad de anticipar los eventos que pueden desarrollarse a corto plazo. Es un indispensable su aplicación porque permite medir el plazo y el tiempo que los flujos de efectivo necesitan para que una inversión pueda recuperar su costo o inversión final.

2.8.4. Beneficio costo

FLORES U. Juan A. (2007). Expresa: *“Este criterio de análisis permite traer a valor presente la inversión inicial del plan de negocios, comparándola con los costos en que su ejecución se esperan incurrir, para determinar si los beneficios están por encima de los costos o viceversa”.* Pág. 119

La finalidad del beneficio costos es dar a conocer el rendimiento del proyecto y el tiempo que se tarda en recuperar su inversión, esto se realiza a través de la comprobación de los ingresos deflactados dividido para los egresos deflactados.

Para ello se utiliza la siguiente Formula:

$$\text{BENEFICIO} - \text{COSTO} = \frac{\text{FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS}}{\text{INVERSIÓN INICIAL}}$$

2.8.5. Punto de equilibrio

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manifiesta: *“El punto de equilibrio es una herramienta usada en el estudio económico para determinar el punto a partir del cual la empresa comienza a tener ganancias, considerando sus funciones de costo total y de ingreso total”*. Pág. 85.

GITMAN, Laurence J. (2007). Manifiesta: *“Es el nivel de ventas que se requiere para cubrir todos los costos operativos”*. Pág. 439.

Se establece el punto de equilibrio donde se encuentra una línea que se unen los ingresos y los gastos lo que quiere decir que la situación financiera de la empresa se mantiene en un equilibrio que no presenta riesgos solamente encuentra una estabilidad donde se igual tanto los ingresos como los egresos.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PRESENTACIÓN

Este capítulo tiene como finalidad obtener información sobre las necesidades que existe en el mercado por adquirir el producto taxo, los mismos que permitirán conocer los gustos y preferencia que el consumidor tiene, como también permitirá establecer la oferta y la demanda que actualmente existe en el mercado.

3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1. Objetivo general

Realizar un estudio de mercado para establecer la demanda potencial a satisfacer del taxo, en el área de influencia del proyecto.

3.2.2. Objetivos específicos

- Identificar la demanda potencial del taxo en la provincia del Carchi
- Conocer la oferta del producto en el área de investigación
- Establecer los precios del taxo en el sector de estudio
- Diseñar las estrategias comerciales que permitan fortalecer el consumo de la fruta

3.3. VARIABLES

- Demanda
- Oferta

- Precio
- Estrategias comerciales

3.4. INDICADORES

➤ **Demanda**

- Lugar de compra
- Calidad de producto
- Frecuencia de consumo
- Cantidad de compra
- Abastecimiento
- Proveedor
- Tipo de producto
- Derivados del producto

➤ **Oferta**

- Experiencia en la actividad
- Capacidad de producción
- Frecuencia de producción
- Costos de producción
- Rentabilidad
- Tipo de mercado

➤ **Precio**

- Nivel de precios
- Determinación del precio
- Materia prima
- Insumos

➤ **Estrategias Comerciales**

- Producto
- Precio
- Plaza
- Publicidad

3.5. MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO

CUADRO No.18 MATRIZ DE RELACIÓN DEL ESTUDIO MERCADO

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnica	Informante
Identificar la demanda potencial del taxo en la provincia del Carchi	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Lugar de compra • Calidad de producto • Frecuencia de consumo • Cantidad de compra • Abastecimiento • Proveedor • Tipo de producto • Derivados del producto 	Primaria	Encuesta Entrevista Observación directa	Dueños de restaurantes Jefes de producción de Industrias lácteas
Conocer la oferta del producto en el área de investigación	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en la actividad • Capacidad de producción • Frecuencia de producción • Costos de producción • Rentabilidad • Tipo de mercado 	Primaria Secundaria	Entrevista Observación directa Bibliográfica	Productores de taxo Documentos del MAGAP
Establecer los precios del taxo en el sector de estudio	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de precios • Determinación del precio • Materia prima • Insumos 	Primaria	Encuesta Entrevista Observación directa	Dueños de restaurantes Jefes de producción de Industrias lácteas Productores de taxo
Diseñar las estrategias comerciales que permitan fortalecer el consumo de la fruta	Estrategias comerciales	<ul style="list-style-type: none"> • Producto • Precio • Plaza • Publicidad 	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevista Observación directa Bibliográfica	Dueños de restaurantes Jefes de producción de Industrias lácteas Productores de taxo Documentos

Elaborado por: La autora de la investigación

3.5. MECÁNICA OPERATIVA DEL ESTUDIO DE MERCADO

Para desarrollar técnicamente el estudio de mercado se seguirá el siguiente proceso.

3.5.1. Identificación de la población

La primera población objeto de estudio son los dueños de restaurantes ubicados en la provincia del Carchi, siendo 319 establecimientos dato extraído de los registros de la dirección de salud del Carchi año 2012, como también 11 industrias lácteas, como demandantes potenciales del producto, datos extraídos de la misma fuente.

La segunda población a estudiar son 3 productores de taxo identificados en el área de influencia del proyecto dato proporcionado por el Ministerio de agricultura, ganadería, acuicultura y pesca “MAGAP” del Carchi.

3.5.2. Muestra

Considerando que la población del número de restaurantes es significativa se decidió obtener una muestra representativa, utilizando la siguiente fórmula:

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

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

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

σ = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

N = 319

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

$$n = \frac{(1,96)^2(0,25)(319)}{(0,05)^2(319-1) + (1,96)^2(0,25)}$$

e = 5%

n= 175

Aplicando la fórmula, da como muestra a 175 restaurantes a los que se debe levantar la información.

Para las demás poblaciones objeto de estudio, por su tamaño se decidió aplicar un censo.

3.5.3. Distribución de la muestra

El método técnico utilizado en este estudio para distribuir la muestra es el estratificable que se utiliza más en los estudios de mercado.

$$f = \frac{n}{N} = \frac{175}{319} = 0,5486$$

f → esta fracción muestral se convierte en una constante de 0,5486. Este valor se encuentra redondeado; por ello, es importante trabajar con todos los dígitos para obtener los datos establecidos.

**CUADRO No.19
DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA**

CANTONES A INVESTIGAR	No. DE RESTAURANTES	CONSTANTE (f)	DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA
TULCÁN	168	0,5486	92
SAN PEDRO DE HUACA	28	0,5486	15
MONTÚFAR	67	0,5486	37
ESPEJO	23	0,5486	13
BOLÍVAR	19	0,5486	10
MIRA	14	0,5486	8
TOTAL	319	0,5486	175

Elaborado por: La autora

3.5.4. Técnicas de investigación

Las técnicas a utilizar son:

Información primaria:

- **Encuesta:** se la realizó a los dueños o administradores de restaurantes de la provincia del Carchi.
- **Entrevista:** Se la aplicó a los jefes de producción de las industrias lácteas y a los productores de taxo.
- **Observación directa:** consiste en visitar personalmente los lugares en estudio.

Información secundaria: se la obtendrá de libros, revistas especializadas, documentos del MAGAP del Carchi, folletos, trabajos relacionados al tema e internet.

3.6. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Antes de aplicar la encuesta se efectuó una encuesta piloto, para reestructurar el formulario de preguntas.

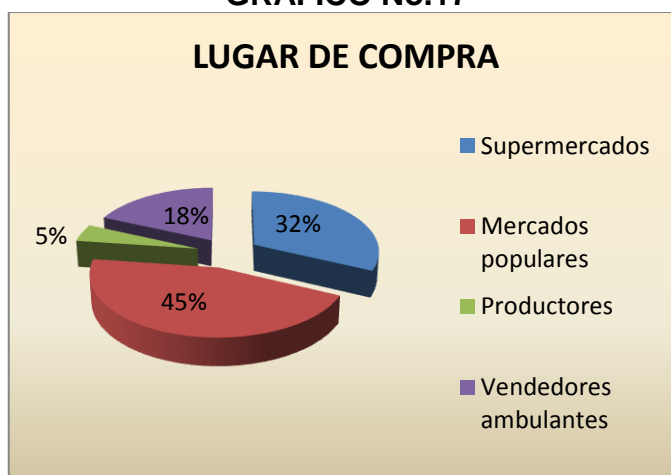
3.6.1. Encuesta realizada a los dueños o administradores de restaurantes de la provincia del Carchi

1. ¿Dónde compra usted el taxo de castilla?

**CUADRO No.20
LUGAR DE COMPRA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Supermercados	56	32
Mercados populares	79	45
Productores	8	5
Vendedores ambulantes	32	18
TOTAL	175	100

GRÁFICO No.17



Fuente: Restaurantes de la provincia del Carchi
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

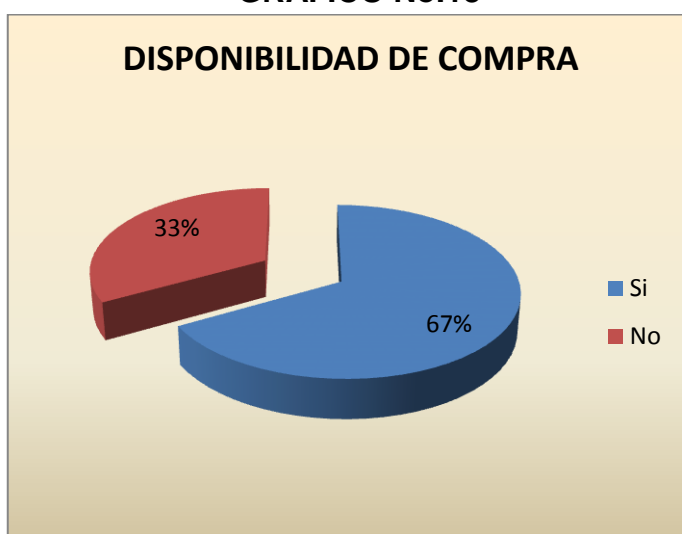
El lugar en donde adquieren el taxo es en los mercados populares porque es el sitio que más oferta del producto existe, debido a que los pocos productores acuden a este lugar para la venta de sus productos, como también en poca cantidad el producto es adquirido por los dueños de los restaurantes a través de los vendedores ambulantes que son las personas que buscan directamente al consumidor.

2. ¿Estaría dispuesto a adquirir el taxo en presentación por cajas de 10 kilo?

**CUADRO No.21
DISPONIBILIDAD DE COMPRA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	117	67
No	58	33
TOTAL	175	100

GRÁFICO No.18



Fuente: Restaurantes de la provincia del Carchi
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

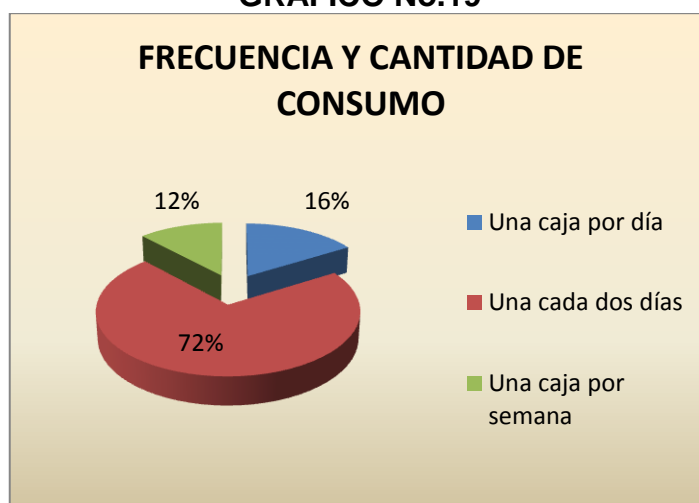
Existe la predisposición suficiente de compra por parte de los consumidores que requieren del producto, consideran que es una mejor manera de presentación por seguridad, como también para mantener el producto en perfectas condiciones, también opinan que no están de acuerdo porque el precio del producto subiría.

3. ¿Con que frecuencia adquiriría una caja de taxo de 10 kilos?

**CUADRO No.22
FRECUENCIA Y CANTIDAD DE CONSUMO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Una caja por día	19	16
Una cada dos días	84	72
Una caja por semana	14	12
TOTAL	117	100

GRÁFICO No.19



Fuente: Restaurantes de la provincia del Carchi
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

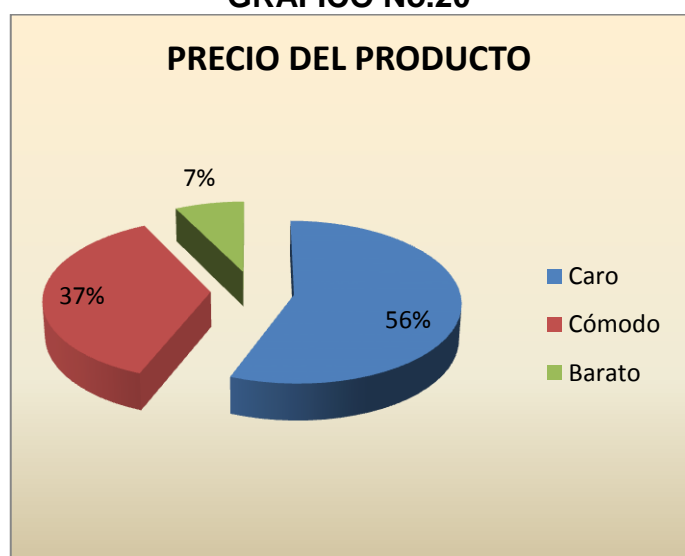
Consideran que la adquisición de la caja de taxo de 10 kilos lo compraría cada dos días, como también dependerá como se vaya despachando los productos realizados del taxo, en menor porcentaje esta dispuestos a comprar una caja por día, son pocos los que consumen el producto cada semana.

4. ¿El precio de compra del taxo lo considera?

**CUADRO No.23
PRECIO DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Caro	98	56
Cómodo	64	37
Barato	13	7
TOTAL	175	100

GRÁFICO No.20



Fuente: Restaurantes de la provincia del Carchi
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

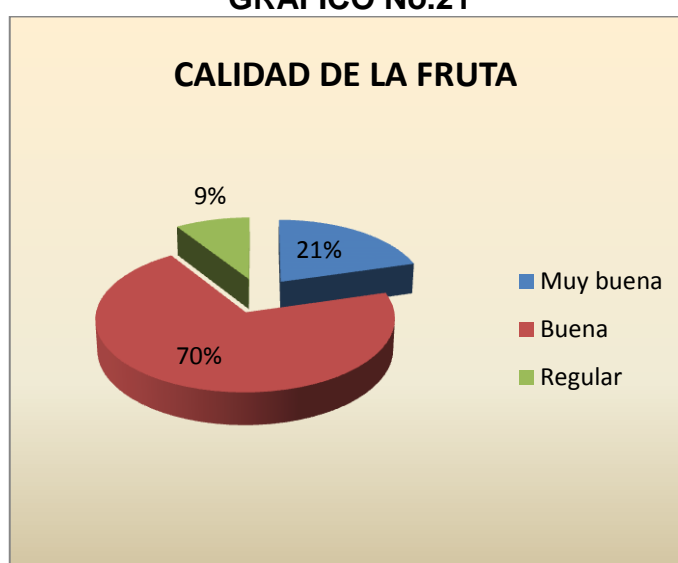
Ellos consideran que el precio que actualmente presenta el taxo es caro, esto se da debido a que existe poca oferta del producto en el mercado, para abastecerse del producto traen del vecino país y de otros lugares lo que radica a que el costo sea muy elevado, además en la provincia no se cuenta con una productora y comercializadora de taxo que garantice la permanencia del producto.

5. ¿De que calidad adquiere la fruta?

**CUADRO No.24
CALIDAD DE LA FRUTA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Muy buena	36	21
Buena	123	70
Regular	16	9
TOTAL	175	100

GRÁFICO No.21



Fuente: Restaurantes de la provincia del Carchi
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

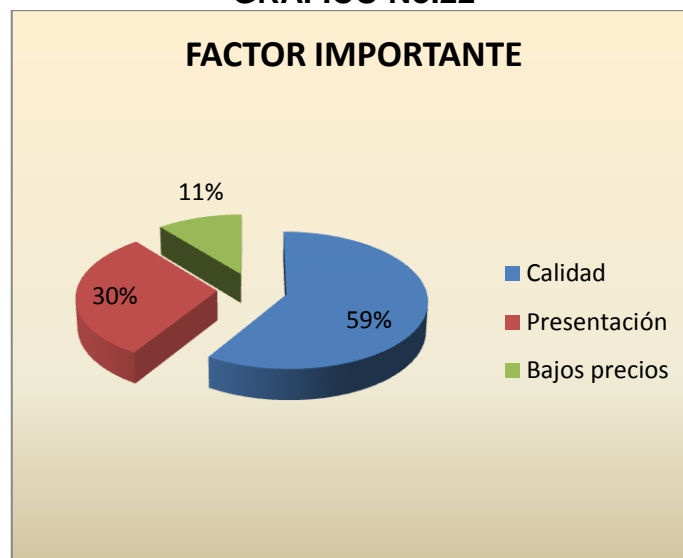
La fruta que ellos adquiere la prefiere de calidad pero debido su escasez la consideran que el producto que obtienen es bueno, porque el producto viene de otros lugares y se estropea mucho hasta llegar a su destino final, además el simple hecho de que no exista mucha oferta no se puede escoger el producto.

6. ¿Cuál es el factor mas importante al adquirir la fruta?

**CUADRO No.25
FACTOR IMPORTANTE**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Calidad	103	59
Presentación	53	30
Bajos precios	19	11
TOTAL	175	100

GRÁFICO No.22



Fuente: Restaurantes de la provincia del Carchi
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

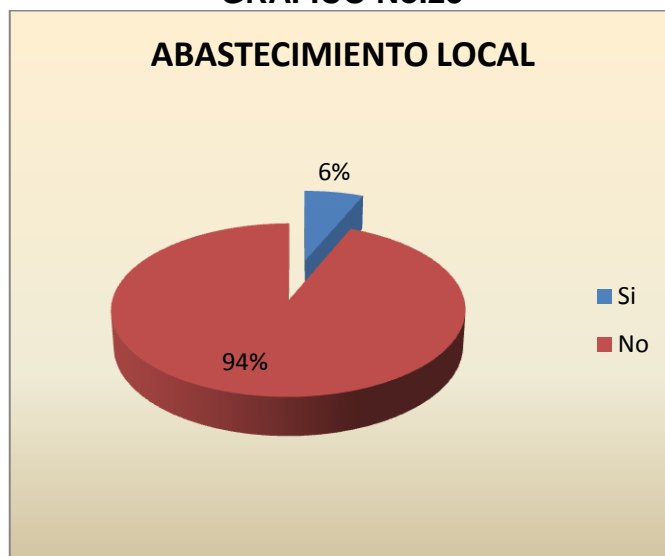
El factor mas importante que toman en cuenta al momento de realizar la compra del producto es la calidad, porque se debe encontrar en buen estado para poder realizar los derivados que serán consumidos por los clientes, también lo que más les interesa es comprar el producto a bajos precios.

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

**CUADRO No.26
ABASTECIMIENTO LOCAL**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	11	6
No	164	94
TOTAL	175	100

GRÁFICO No.23



Fuente: Restaurantes de la provincia del Carchi
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

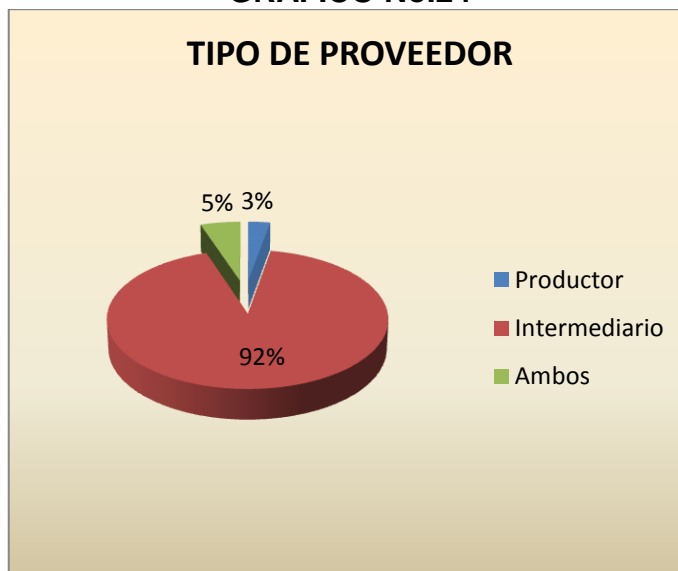
La producción de taxo que actualmente presenta la provincia del Carchi no abastece las necesidades del mercado consumidor, debido a que es poca la presencia del producto, no se encuentra fácilmente la oferta constante de la fruta, también opinan que si abastecen las necesidades pero ellos no consumen en cantidades mayores solo compran un determinado número de kilos para consumo.

8. ¿Su proveedor de taxo de castilla es?

**CUADRO No.27
TIPO DE PROVEEDOR**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Productor	5	3
Intermediario	161	92
Ambos	9	5
TOTAL	175	100

GRÁFICO No.24



Fuente: Restaurantes de la provincia del Carchi
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

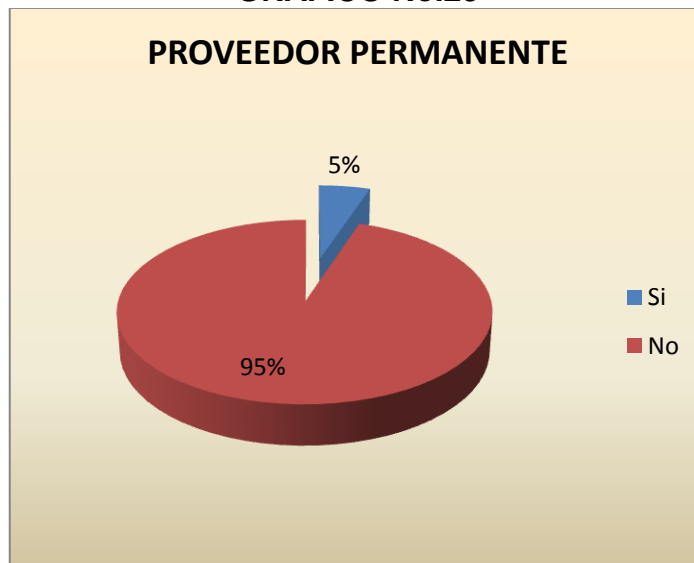
Los proveedores de taxo que actualmente tiene son los intermediarios que son los encargados de conseguir la fruta de cualquier lugar para abastecer al mercado, son pocas las personas que adquiere la fruta directamente del consumidor consideran que es un poco dificultoso dirigirse al lugar donde producen para realizar la compra directa pero también tiene su ventaja porque consiguen a un bajo costo.

9. ¿Cuenta usted con un proveedor de taxo de castilla permanente?

**CUADRO No.28
PROVEEDOR PERMANENTE**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	9	5
No	166	95
TOTAL	175	100

GRÁFICO No.25



Fuente: Restaurantes de la provincia del Carchi
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

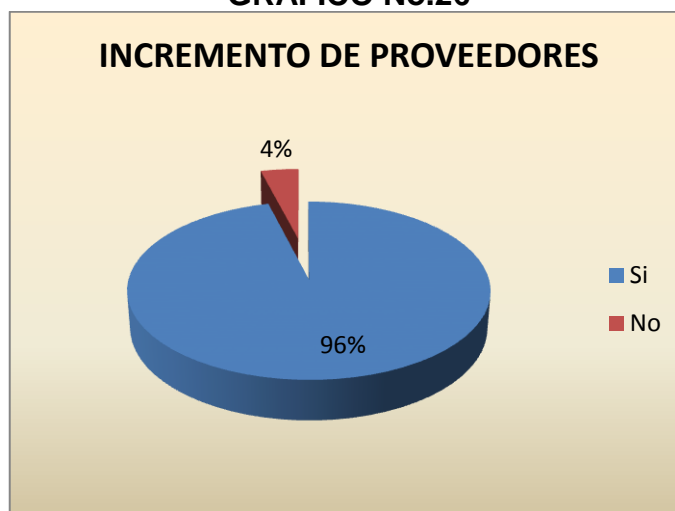
La mayoría de los propietarios de los restaurantes comentan que no cuentan con un proveedor permanente que les abastezca de la fruta siempre tienen que acudir a los centros de expendio para conseguir el producto sin importar el precio, son pocos los que cuentan con un proveedor que les entrega directamente el producto en sus locales a un precio considerado.

10. ¿Le gustaría incrementar sus proveedores permanentes?

**CUADRO No.29
INCREMENTO DE PROVEEDORES**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	168	96
No	7	4
TOTAL	175	100

GRÁFICO No.26



Fuente: Restaurantes de la provincia del Carchi
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

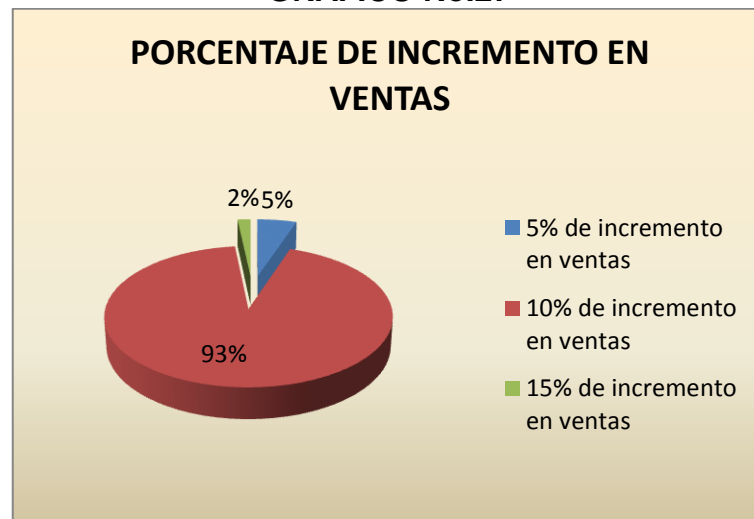
Consideran que la idea de aumentar los proveedores es una ventaja que les permitiría brindar un mejor servicio en sus productos a los consumidores, como también ayudaría a economizar costos que benefician al negocio, son pocos los que opinan que no les gustaría tener mas proveedores porque de igual manera les toca acudir a los centros de expendio a conseguir el producto.

11. ¿En que porcentaje se ha incrementado las ventas anualmente en su establecimiento?

**CUADRO No.30
PORCENTAJE DE INCREMENTO EN VENTAS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
5% de incremento en ventas	9	5
10% de incremento en ventas	163	93
15% de incremento en ventas	3	2
TOTAL	175	100

GRÁFICO No.27



Fuente: Restaurantes de la provincia del Carchi
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

Las ventas en cada uno de los establecimientos han incrementado anualmente el 10%, siendo un porcentaje favorable para los ingresos de sus propietarios, lo que permite tener una estabilidad en sus negocios, otros han observado el 5% de incremento debido a que no han utilizado las estrategias claves para atraer a los clientes.

3.6.2. Entrevista dirigida a los: Jefes de Producción de las industrias procesadoras de lácteos.

1. ¿Es verdad que en la actualidad el taxo “variedad castilla” tiene una preferencia en las empresas procesadoras de lácteos se dice que es utilizado para ser procesado y obtener nuevos productos?

El taxo como fruta en los últimos tiempos tiene mayor preferencia porque se a demostrado que los productos que se obtiene de la fruta tiene grandes oportunidades en el mercado los consumidores lo prefieren por el alto contenido nutricional y por ser una fruta muy agradable.

2. ¿Cuales son los derivados del taxo que realiza su industria láctea

Los derivados que actualmente se realizan utilizando esta fruta son:

- Frescos
- Jugo
- Yogurt
- Néctar
- Mermeladas
- Concentrados
- Licor
- Helados

3. ¿Considera usted que los derivados del taxo tiene grandes oportunidades en el mercado?

Según los resultados que últimamente se han obtenido sobre las ventas de los derivados de taxo se ha visto que han tenido un alto nivel en ventas de los productos generando grandes utilidades para la empresa.

4. ¿Para abastecerse del producto a que lugares acude?

Para obtener el producto acuden a los diferentes centros de expendios que existen en el sector, muchas veces se ha visto dificultoso su obtención debido a que existe poca oferta del producto lo que ha generado pérdidas por no poder cumplir a tiempo con los pedidos de los productos derivados del taxo.

5. ¿Cada que tiempo adquiere una caja de 10 kilos de la fruta?

De acuerdo con la entrevista realizada se obtuvo los siguientes resultados 8 fábricas que representa el 71% adquieren una caja de 10 kilos todos los días, seguido por 2 fábricas con el 20% compran una caja cada dos días, como también existe una fábrica que adquiera una caja por semana, esto representa el 9% del total de la población investigada.

6. ¿Que variedad de taxo utilizan para procesar y obtener el producto?

La variedad mas utilizada para procesar los productos es la de castilla porque es una variedad que es mas flexible al momento para la realización de los derivados porque contienen mejores componentes nutricionales a comparación de las otras variedades existentes.

7. ¿Los proveedores del producto (taxo) logran satisfacer las necesidades de la industria?

Los proveedores existentes en la provincia no logran cubrir la necesidad de las industrias porque la cantidad que producen es muy reducida a la cantidad que se necesita, esto genera a que muchas veces se compren en otros lugares o en el vecino país a un costo más elevado.

8. ¿Si se crearía un microempresa de producción de taxo estarían dispuestos a negociar para comprar el producto directamente?

Consideran que es una propuesta muy ventajosa para la industria porque contarían con la materia prima a tiempo y podrían cumplir con los pedidos, ya no tendrían la necesidad de andar buscando la fruta en otros lugares.

3.6.3. Entrevista dirigida a productores de taxo

1. ¿Que tiempo lleva en la producción del taxo?

El tiempo que llevan en la producción del taxo es de 6 años, consideran que es un producto que no tiene competencia en el mercado además es utilizado en la actualidad para realizar varios productos.

2. ¿Cual es la razón que tiene usted en preferir el cultivo del taxo?

La razón más importante es porque se vio la necesidad de aplicar nuevos productos para el mercado, es decir algo diferente para poder lograr obtener mejores utilidades, porque este producto no es tan delicado como los otros existentes.

3. ¿Que área de terreno ocupa para la producción de taxo?

El área promedio que se ocupa para el cultivo por cada productor es 4 hectáreas la misma que esta distribuida, para que el producto salga en distintos tiempos para lograr satisfacer las necesidades del consumidor.

4. ¿Los costos de producción del taxo son muy altos?

Consideran que los costos de producción que necesitan para el cultivo del taxo se encuentran en un nivel medio porque es una plata que

presenta resistencia ante la presencia de plagas y de los malos tiempos climáticos.

5. ¿La producción del taxo es rentable?

De acuerdo a las ventas que han realizado a los distintos mercados consideran que la producción del taxo es rentable porque no presencia mayor competencia que afecte el precio del producto.

6. ¿Su producto a que mercado esta destinado?

El producto esta destinado a los distintos mercados de la provincia del Carchi, de allí son los intermediarios quienes se encargan en el destino final del producto

7. ¿Cada que tiempo dispone el producto al mercado?

El producto se saca a la venta cada 2 meses esto se da después de la primera cosecha que se haya realizado, con la venta del producto permite que se siga cultivando esta fruta.

8. ¿El precio del taxo de que factores depende?

El único factor que interviene para la aplicación del precio del taxo es de acuerdo al mercado, porque es imposible establecer un propio precio de acuerdo a los costos de producción, si se aplica genera problemas para la venta del producto.

9. ¿Considera que su producción logra abastecer al mercado consumidor?

Con la producción que se realiza es imposible abastecer al mercado siempre existe una alta demanda, es por eso que se ha visto la presencia

del producto de otros lugares de la provincia y del vecino país, que muchas veces son ellos quienes aplican precios mas elevados por el producto.

3.7. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

ILUSTRACIÓN No.3 TAXO VARIEDAD CASTILLA



Fuente: Internet
Elaborado por: La autora

El taxo, perteneciente a la familia de las frutas de la pasión, es originaria de los Andes. Su forma es similar a la del banano, e inclusive en muchos mercados se la identifica como “banano de la pasión”. Su cáscara es suave y comestible, a diferencia de la mayoría de las frutas de la pasión, de color amarillo – naranja cuando madura. Su interior está lleno de semillas redondeadas cubiertas de un mucílago anaranjado de pulpa jugosa, aromática y desabor dulce – ácido.

El taxo es todavía una fruta relativamente desconocida en el mercado mundial, considerada una especialidad exótica, orientada al segmento de mercado gourmet.

La producción de taxo en el país ha sido artesanal, casi doméstica y solamente para cubrir una incipiente demanda del mercado interno.

Colombia abrió mercados internacionales para esta fruta denominada curuba, pero no ha tenido una gran demanda, siendo todavía un producto de difícil acceso como fruta fresca, al tener igualmente que ser procesada para su consumo. En los países tropicales del sudeste de Asia y América es ampliamente conocida, por lo que se considera a los mercados étnicos en el resto del mundo como importantes mercados objetivos.

3.7.1. Características generales del taxo variedad castilla

- La cosecha se la realiza cuando alcanza un color verde pintón, con visos morados, amarillos y anaranjados.
- Al ser una fruta climatérica, es muy importante cosecharla en el punto correcto, señalado por que se aclara el color verde y se ablanda la cáscara (maduración al 50%). En este punto la pulpa es de color anaranjado.
- Debe cortarse con tijeras de podar por el pedúnculo encima del primer nudillo y no se debe torcer, pues se estropea fácilmente, disminuyendo su valor comercial. Las frutas se colocan en canastos de poca profundidad forrados de papel.
- El diámetro mínimo es de 35 mm y la longitud puede llegar hasta 6 cm. El taxo puede pesar entre 50 y 120 g, siendo un rango óptimo para la venta de 80 a 100 g.
- Para su venta es recomendable colocar un máximo de 25 a 30 frutas por caja, las cajas son de 3 kilos.
- Se utiliza papel picado como base y cobertura entre y sobre las frutas, que se colocan dentro de cajas de cartón con hoyos de respiración y enceradas en su interior.

3.7.2. Composición nutricional del taxo

**CUADRO No.31
COMPOSICIÓN NUTRICIONAL**

COMPONENTES	Contenido de 100g de parte comestible	Valores diarios recomendados (basados en una dieta de 2000 calorías)
Agua	92%	
Calorías	25g	
Carbohidratos	6.30	300g
Fibra	0.30	25g
Grasa total	0.10	66g
Proteínas	0.60	
Acido ascórbico	70mg	60mg
Calcio	4mg	162mg
Fosfato	20mg	125mg
Hierro	0.40	18mg
Niacina	2.50mg	20mg
Riboflavina	0.03	1.7mg
Vitamina A	1700IU	5000IU

Fuente: bibliográfica
Elaborado por: La autora

3.7.3. Usos del taxo

Con la fruta (taxo) se puede realizar varios derivados que son consumidos por las personas en su alimentación diaria entre ellos tenemos los siguientes:

**CUADRO No.32
DERIVADOS DEL TAXO**

- Pulpa
- Yogurt
- Jugos
- Concentrados
- Extracto y conservas diversas
- Batidos
- Helados
- Variedad de postres
- Mermeladas

Fuente: Internet

Elaborado por: La autora

Tanto en jugo como en fresco, es un ingrediente exótico para ensaladas de vegetales y frutas, además de una diversidad de platos gourmet. Adicionalmente se la utiliza en decoración de platos y adornos de mesa que son adquiridos por las personas para realizar varios tipos de derivados.

3.8. MERCADO META

El mercado meta para el producto son las industrias lácteas y restaurantes de la provincia del Carchi, considerados como consumidores potenciales, como también la población en general, cuando la microempresa adquiera prestigio se considera a futuro ampliar la cobertura fuera de la provincia.

3.10. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas se puede observar que existe en el mercado una demanda por satisfacer ya que no se encuentra en gran cantidad la oferta del producto, lo que

incide que las personas que necesitan de este producto salgan a otros lugares para adquirirlo a precios mas altos.

3.10.1. Identificación de la demanda actual

Para determinar la demanda actual se tomó como referencia la investigación de campo, donde se pudo determinar a través de la pregunta No. 2 la disponibilidad de compra en un 67 % de los restaurantes investigados, así como también, atreves de la pregunta No 3, se indagó la cantidad y frecuencia de consuno. A continuación los resultados

**CUADRO No.33
DEMANDA DE LOS RESTAURANTES**

DISPUESTOS A ADQUIRIR 67%	Frecuencia	%	N° de Restaurantes	N° Frecuencia	Consumo Cajas de 10 kg	Consumo Anual de taxo en Kg
214	Una caja por día	16%	34	364	10	123760
	Una cada dos días	72%	154	182		280280
	Una caja por semana	12%	26	52		13520
TOTAL		100%	214			417560

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

El consumo de los restaurantes es significativo asciende a 417.560 kilos de taxo al año.

Para establecer el consumo potencial del taxo de las industrias lácteas se tomó como referencia los datos proporcionados atreves de entrevistas, pregunta No. 5.

**CUADRO No.34
DEMANDA DE LAS INDUSTRIAS LÁCTEAS**

INDUSTRIAS LÁCTEAS	Frecuencia	%	N° de Industrias	N° Frecuencia	Consumo Cajas de 10 kg	Consumo Anual en Kg
11	Una caja por día	71%	8	364	10	29120
	Una cada dos días	20%	2	182		3640
	Una caja por semana	9%	1	52		520
TOTAL		100%	11	598		33280

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: La autora

3.10.2. Proyección de la demanda

La proyección de la demanda de taxo en los restaurantes se efectuó tomando en consideración el índice de crecimiento de las ventas en dichos lugares, que es del 10% dato extraído de la investigación de campo. Utilizando la fórmula del monto.

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

Donde:

D_n= Demanda Futura

D_o= Demanda actual

i= Tasa de Crecimiento

n= Año Proyectado

**CUADRO No.35
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE TAXO EN RESTAURANTES**

AÑO	Consumo futuro en Kg
2013	459316
2014	505248
2015	555772
2016	611350
2017	672485

(1,10) factor de crecimiento

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

Para la proyección de la demanda en las industrias lácteas se utilizó el 5% anual, según el crecimiento de las industrias lácteas en la provincia del Carchi, dato extraído de las estadísticas del MAGAP.

**CUADRO No. 36
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE TAXO
EN LA INDUSTRIA LÁCTEAS**

AÑO	Consumo futuro en Kg
2013	34944
2014	36691
2015	38526
2016	40452
2017	42475

(1,05) factor de crecimiento

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

Como se puede observar la demanda del taxo en los restaurantes y las industrias lácteas es muy significativa.

**CUADRO No.37
PROYECCIÓN DEL DEMANDA TOTAL**

AÑO	Consumo futuro en Kg Restaurantes	Consumo futuro en kg. Industria láctea	Consumo futuro total de taxo en kg.
2013	459316	34944	494260
2014	505248	36691	541939
2015	555772	38526	594298
2016	611350	40452	651802
2017	672485	42475	714959

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

3.11. ANÁLISIS DE LA OFERTA

En nuestro medio encontramos que la producción del taxo es muy reducida a pesar de las grandes expectativas del mercado local e internacional, porque a través de estudios realizados se a determinado las oportunidades que presentan los productos alternativos sin embargo en la parroquia Los Andes no existe una microempresa de producción,

solamente existe la presencia de pequeñas cuadras que contiene pocas plantas y sus productos son consumidos por sus propietarios más no utilizan para la comercialización en el mercado.

3.11.1. Oferta actual

Para el análisis de la oferta de taxo se identificó en el área de influencia del proyecto a 3 productores de taxo, dato proporcionado por el MAGAP del Carchi. Mediante la aplicación de una entrevista se pudo cualificar esta variable, específicamente la pregunta No. 3, donde se identifico lo siguiente:

**CUADRO No.38
OFERTA ACTUAL**

N° PRODUCTORES	HECTÁREAS PROMEDIO DEL CULTIVO	TOTAL DE HECTÁREA DE CULTIVO DE TAXO	PRODUCCIÓN POR HECTÁREA PROMEDIO EN TONELADA	PRODUCCIÓN TOTAL POR HECTÁREA EN TONELADA	PRODUCCIÓN TOTAL POR HECTÁREA EN KILOS
3	4	12	20	240	240000
TOTAL					240000

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

3.11.2. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta de taxo se utilizó la tasa promedio de crecimiento de la demanda 7,5%, debido a la no existencia de datos históricos de la producción de taxo para determinar la tendencia de crecimiento.

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

Donde:

O_n= Oferta Futura

O_o= Oferta actual

i= Tasa de Crecimiento

n= Año Proyectado

**CUADRO No.39
PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

AÑO	Oferta futura de taxo en kg.
2013	258000
2014	277350
2014	298151
2015	320513
2016	344551

(1,075) factor de crecimiento

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

3.12. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

La demanda potencial a satisfacer corresponde a la contrastación de la demanda y oferta para determinar si existe o no mercado para el producto propuesto

**CUADRO No.40
DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER**

AÑO	DEMANDA DE TAXO EN KILOS	OFERTA DE TAXO EN KILOS	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE TAXO EN KILOS
2013	494260	258000	236260
2014	541939	277350	264589
2015	594298	298151	296147
2016	651802	320513	331289
2017	714959	344551	370408

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

Como se puede apreciar en el cuadro anterior existe suficiente mercado para el taxo, lo que hace atractiva la propuesta.

3.13. DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO

El pronóstico de ventas del proyecto esta en función de la producción apta que se obtendrá de la gestión del proyecto, el cual esta

en condiciones de captar o satisfacer en el primer año el 10% los siguientes años el 30% en promedio, según el plan de producción especificado en el estudio técnico.

**CUADRO No.41
DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO**

AÑO	PRONÓSTICO DE VENTAS	% QUE CUBRIRÁ EL PROYECTO EN RELACIÓN A LA DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER EL KILOS
2013	23280	0,1
2014	77600	0,3
2014	85360	0,3
2015	93120	0,3
2016	93120	0,3

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: La autora

Como se puede apreciar el nivel que satisface el proyecto es muy bueno debido a que no existe competencia significativa dentro del área de influencia del proyecto y considerando la capacidad del proyecto y la existencia del suficiente mercado.

3.14. ANÁLISIS DE PRECIOS

Mediante observación directa se pudo identificar que en el mercado aproximadamente el kilo de taxo se encuentra entre 1,20 a 1,50 dólares, de ahí se puede decir que el taxo se encuentra en promedio de 1,35 dólares el kilo.

3.14.1. Proyección de precios

Para la proyección del precio del kilo de taxo se aplicó la inflación del 5,4% del 2011.

**CUADRO No.42
PROYECCIÓN DE PRECIOS**

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Kilo de taxo	1,42	1,50	1,50	1,58	1,67

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

3.15. ESTRATEGIAS COMERCIALES

Las estrategias que a continuación se expone están basadas en la investigación de campo y la opinión de expertos, tomando como referencia las cuatro Ps.

- Producto
- Precio
- Publicidad
- Plaza

3.15.1. Estrategias de producto

Las estrategias que se aplicaran para la venta del taxo están diseñadas de acuerdo a las necesidades del mercado al cual va dirigido.

Entre las principales tenemos:

- Se diseñara un empaque (caja) con capacidad para 10 kilos, este llevara impregnado el nombre la microempresa, el logo, registros sanitarios, tiempo de consumo, la dirección y números telefónicos para pedidos.
- Se incluirá nuevos servicios al cliente, que les brinden un mayor disfrute del producto, por ejemplo, incluir la entrega a domicilio, nuevas garantías, nuevas facilidades de pago, una mayor asesoría en la compra.

3.15.2. Estrategias de precio

El precio estará establecido de acuerdo al mercado, antes de definir se aplicara un estudio de mercado en donde existe la oferta del producto para conocer el valor del producto

Para mejor argumentación sobre el precio del producto es importante mencionar estrategias:

- Lanzar al mercado al producto con un precio bajo de ese modo que permita la penetración rápida al mercado objetivo
- Ofrecer descuentos por la cantidad adquirida del producto
- Reducir el precio de un producto, para que, de ese modo se pueda atraer una mayor demandantes
- Se realizar un análisis de costos y gastos con su respectiva utilidad para fijar precios competitivos.

3.15.3. Estrategias de publicidad

La promoción y publicidad del taxo consiste en comunicar, informar, dar a conocer el producto que esta a disposición de los consumidores como empresas lácteas, heladerías, restaurantes, etc. Las mismas realizaran el trabajo de persuadir, motivar o inducir su compra o adquisición.

Las estrategias que se aplicaran para obtener mejores resultados en la publicidad del producto que la microempresa lanzara al mercado son las siguientes:

- Poner anuncios en diarios, revistas o Internet, acerca de la nueva empresa productora y comercializadora de taxo

- Crear boletines tradicionales o electrónicos en donde se presentará el anuncio
- Participar en ferias para promocionar el producto e informar sobre los derivados que se pueden realizar
- Colocar anuncios publicitarios en vehículos de la empresa, o en vehículos de transporte público en donde el consumidor logre identificar el producto.
- Crea afiches, carteles, volantes, paneles, folletos o calendarios publicitarios.

Toda empresa aplica la estrategia de publicidad en este caso la microempresa de taxo tomara como aliado a los medios de comunicación ya que son los mas garantizados para poder dar a conocer la oferta de este producto, especialmente la radio, internet, trípticos, prensa.

A continuación se presenta los diseños en publicidad:

- **Radio**

**ILUSTRACIÓN No.4
CUÑA DE RADIO**

TAXONUTRIT “LOS ANDES”

**Provee de TAXO, como fruta alternativa para el
consumo, de alto valor nutritivo**

Pedidos al por mayor y menor al teléfono

062611895 - 0980281645 o visítenos en la

plantación ubicada en la parroquia Los Andes

CARCHI – ECUADOR

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La autora

- **Página Web**

**ILUSTRACIÓN No.5
PÁGINA WEB**

TAXONUTRIT "LOS ANDES"

▶ **Página principal** ▶ **Acerca de nosotros** ▶ **Info. de contacto** ▶ **Comentarios**
 ▶ **Lista de productos** ▶ **Calendario** ▶ **Video Informativo** ▶ **Otros**

Promover el desarrollo y el crecimiento de la producción de frutas alternativas como es el taxo, para satisfacer los gustos y preferencias de los consumidores, generando nuevas expectativas en el consumo.

Contacto	Teléfono	Correo & Web	Dirección	Ciudad
Ing. Andrea Tarambis	062611895 0980281645	taxonutrit@hotmail.com www.taxonutrit.com	Los Andes- San Rafael	Bolívar - Carchi

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La autora

- Prensa

Portada para publicar en la prensa

ILUSTRACIÓN No. 6
PORTADA PARA LA PRENSA

TAXONUTRIT “LOS ANDES”



*CONSUMA FRUTAS DE ALTO PODER NUTRITIVO
LE PROVEEMOS TAXO DE LA MEJOR CALIDAD*

Contacto: Ing. Andrea Tarambís B.
Teléfono: 080281645
Correo: taxonutrit@hotmail.com
Web: www.taxonutrit.com
Dirección: Los Andes
Bolívar - Carchi

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La autora

- Tríptico

ILUSTRACIÓN No.7 TRÍPTICO



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La autora

3.15.4. Estrategias de plaza

Esta estrategia permite identificar los puntos claves en donde se comercializara el producto y los mecanismos que se deben aplicar para realizarlo correctamente. A continuación se presentan estrategias relacionadas a la plaza y distribución del producto.

- Ofrecer el producto vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos, vistas a domicilio.
- Hacer uso de intermediarios a futuro y, de ese modo, lograr una mayor cobertura del producto
- Ubicar nuestros productos en todos los puntos de ventas habidos y por haber (estrategia de distribución intensiva).



Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: La autora

3.16. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Después de haber analizado las variables más importantes del estudio de mercado, los hallazgos más significativos son:

- La demanda de la fruta es muy significativa ya que para el 2013 el consumo tanto de restaurantes como de las industrias lácteas asciende a 494.260 kilos, lo que fortalece las expectativas de la propuesta de producción y comercialización del taxo.

- La oferta de frutas en el área de influencia de la fruta esta representa por 3 productores los cuales no abastecen la demanda local, es por tal motivo que existe fruta de otras latitudes geográficas especialmente de Colombia.
- El precio de la fruta esta determinado por la calidad, la presentación, lugar de procedencia entre otros, esta variables es muy volátil, actualmente el precio se sitúa entre 1.20 y 1.50 dólares el kilo.
- La demanda a captar por el proyecto esta basada en la capacidad de producción del proyecto, es por tal razón que en el primer año de ventas se llegara a satisfacer el 10%, para el segundo el 30% conservando el mismo escenario para los siguientes años.
- Las estrategias propuestas por el proyecto se encuentra encaminadas a incentivar el consumo de la fruta y así captar nuevos mercados.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. PRESENTACIÓN

Este capítulo tiene como finalidad fundamental conocer los componentes técnicos necesarios e identificar los procesos y métodos más apropiados que se debe aplicar en el desarrollo del proyecto.

El estudio técnico presenta los recursos y los procesos que el proyecto necesita para su ejecución, donde además se analiza la localización óptima del proyecto, su tamaño y la distribución física de la plantación, como también el equipo y materiales de trabajo, mano de obra con la que contara la microempresa para realizar sus actividades.

4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

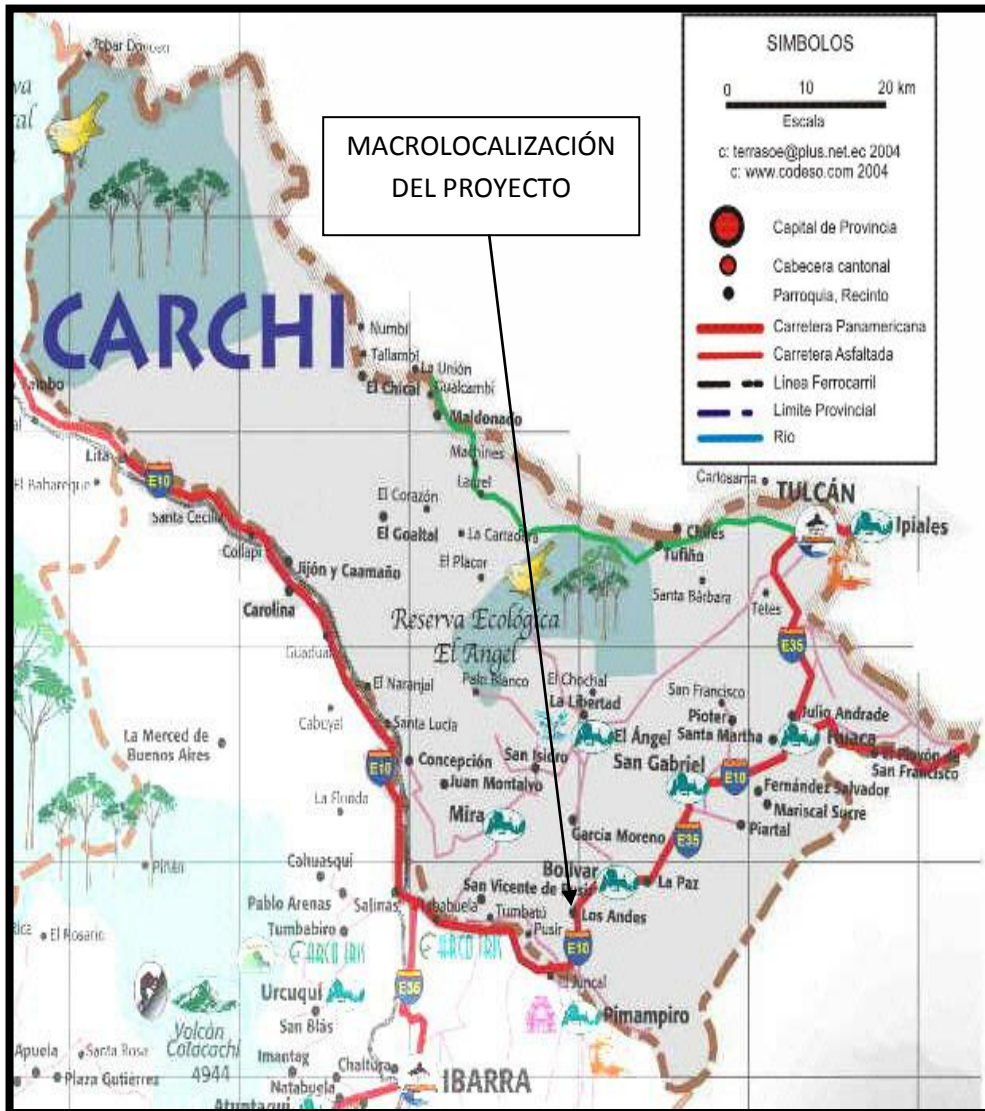
4.2.1. Macrolocalización

La microempresa de producción y comercialización de taxo estará ubicada en la Parroquia Los Andes Cantón Bolívar Provincia del Carchi.

La macrolocalización se define de la siguiente manera:

- **País:** Ecuador
- **Provincia:** Carchi
- **Cantón:** Bolívar
- **Parroquia:** Los Andes

ILUSTRACIÓN No.9 MAPA PROVINCIA DEL CARCHI



Fuente: Internet

Elaborado por: La autora

Lugar considerado ideal por reunir las siguientes características como:

- Clima desde fría hasta subtropical
- Pluviosidad 1000 a 1800 mm
- Suelo aprobados para la fruticultura según el MAGAP, arenosos ricos en materia orgánica.

La Microempresa estará ubicada en el Cantón Bolívar que se encuentra localizado al norte del Ecuador y al sur –oeste de la provincia del Carchi, a 70 Km. del cantón Tulcán en dirección a la ciudad de Ibarra, compuesta por las siguientes parroquias:

- García Moreno
- Los Andes
- Monte Olivo
- San Rafael
- San Vicente de Pusir

Bolívar es un Cantón netamente agrícola por lo que cuenta con áreas de cultivos muy variados de gramíneas, cereales, frutas, hortalizas distribuidos en toda su geografía, posee suelos fértiles y un clima envidiable que favorece a esta actividad.

Este cantón por su clima y suelo es propicio para el cultivo del taxo, es muy habitual ver como en sus parroquias, el cultivo de frutas cada vez toma fuerza. Además el Cantón y la parroquia cuentan con todos los servicios básicos necesarios para las instalaciones de una microempresa frutícola.

4.2.2. Microlocalización

Para definir la microlocalización del proyecto se analizaron previamente a los siguientes sectores ubicados en la parroquia Los Andes:

Aplicando la metodología sugerida para la microlocalización se tiene

- Matriz de factores
- Matriz de ponderación

La escala utilizada es de 0 a 100

**CUADRO No.43
MATRIZ DE FACTORES**

FACTORES		LUGARES		
FACTORES DE CONDICIONES GEOGRÁFICAS		COMUNIDAD DE CUNQUER	BARRIO SAN RAFAEL	COMUNIDAD DE SAN PABLO
1	Disponibilidad de terrenos	60	80	70
2	Calidad del suelo	70	80	60
3	Tipo de suelo	80	80	70
4	Clima	80	80	80
5	Agua	70	80	60
SUBTOTAL		360	400	340
FACTORES COMUNITARIOS				
1	Costo terrenos	80	70	80
2	Tipo de mercado	70	80	70
3	Actitud personas del sector	70	70	70
4	Infraestructura básica	80	80	70
SUBTOTAL		300	300	290
FACTORES LEGALES				
1	Ordenanzas municipales	90	90	90
2	Seguridad y riesgo	80	80	70
3	Leyes de control	80	80	80
SUBTOTAL		250	250	240
FACTORES ESTRATÉGICOS				
1	Ubicación comercial	80	70	70
2	Transporte	80	80	70
3	Vías de acceso	80	80	70
4	Competencia	80	80	80
5	Plusvalía predial	90	90	80
6	Cercanía a carreteras	90	90	80
7	Cercanía a mercados	80	90	70
SUBTOTAL		580	580	520
Total Final		1490	1530	1390

Elaborado por: La autora

**CUADRO No.44
MATRIZ PONDERADA**

FACTORES		LUGARES			
FACTORES DE CONDICIONES GEOGRÁFICAS 40%		POND	COMUNIDAD DE CUNQUER	BARRIO SAN RAFAEL	COMUNIDAD DE SAN PABLO
1	Disponibilidad de terrenos	0,19	11,4	15,2	13,3
2	Calidad del suelo	0,12	8,4	9,6	7,2
3	Tipo de suelo	0,04	3,2	3,2	2,8
4	Clima	0,03	2,4	2,4	2,4
5	Agua	0,02	1,4	1,6	1,2
SUBTOTAL		0,4	26,8	32	26,9
FACTORES COMUNITARIOS 10%					
1	Costo terrenos	0,05	4,5	3,5	4
2	Tipo de mercado	0,03	2,4	2,4	2,1
3	Actitud personas del sector	0,01	0,8	0,7	0,7
4	Infraestructura básica	0,01	2,5	0,8	0,7
SUBTOTAL		0,1	10,2	7,4	7,5
FACTORES LEGALES 10%					
1	Ordenanzas municipales	0,05	4,5	4,5	4,5
2	Seguridad y riesgo	0,02	1,6	1,6	1,4
3	Leyes de control	0,03	2,4	2,4	2,4
SUBTOTAL		0,1	8,5	8,5	8,3
FACTORES ESTRATÉGICOS 40%					
1	Ubicación comercial	0,1	8	7	7
2	Transporte	0,08	6,4	6,4	5,6
3	Vías de acceso	0,07	5,6	5,6	4,9
4	Competencia	0,06	4,8	4,8	4,8
5	Plusvalía predial	0,05	4,5	4,5	4
6	Cercanía a carreteras	0,03	2,7	2,7	2,4
7	Cercanía a los mercados	0,01	0,8	0,9	0,7
SUBTOTAL		0,4	32,8	31,9	29,4
TOTAL FINAL		1	78,3	79,8	72,1

Elaborado por: La autora

Después del análisis de los posibles sectores se determina que el barrio San Rafael es el mas idóneo para llevar a cabo el proyecto.

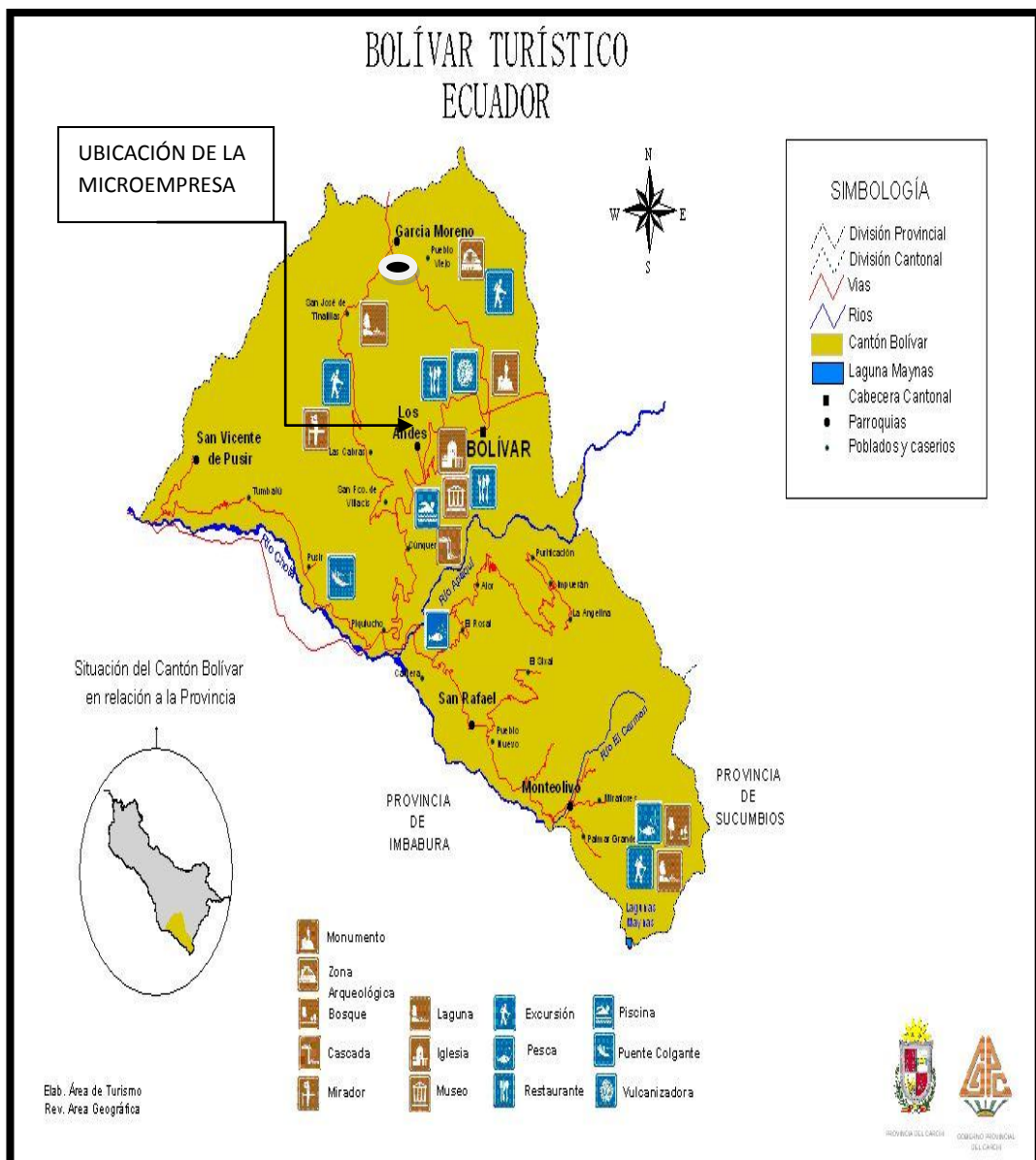
De ahí que la microlocalización del proyecto es:

Cantón: Bolívar

Parroquia: Los Andes

Barrio: San Rafael

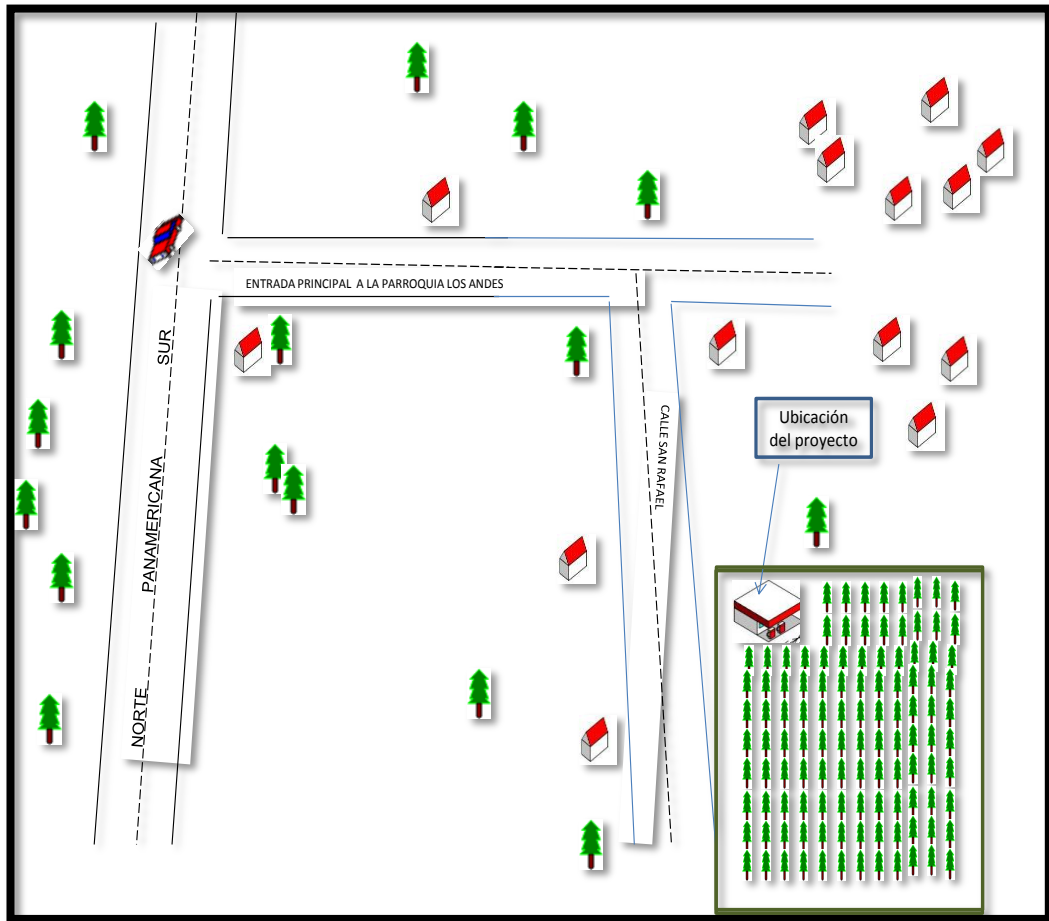
ILUSTRACIÓN No.10 MAPA MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



Fuente: Internet

Elaborado por: La autora

ILUSTRACIÓN No.11 CRÓQUIS DE LA UBICACIÓN DEL PROYECTO



Elaborado por: La autora

4.3. Tamaño del proyecto

4.3.1. Factores condicionantes del tamaño del proyecto

- **Demanda**

Es importante analizar este factor de la demanda ya que consiste en conocer las oportunidades que el producto tiene en el mercado, de igual manera facilita conocer las necesidades y expectativas que los consumidores esperan del producto.

**CUADRO No.45
MERCADO PARA EL PROYECTO**

AÑO	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE TAXO EN KILOS
2013	236260
2014	264589
2015	296147
2016	331289
2017	370408

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La autora

- **Financiamiento**

El sector se encuentra cerca de instituciones de crediticias que pueden otorgar préstamos para poder invertir en la producción del taxo, además existen financieras que otorgan créditos a bajo costos para el sector agrícola, visitan los asesores de créditos donde indican el proceso para la adquisición del préstamo lo que beneficia al agricultor, con más detalles se analiza en el capítulo financiero.

- **Tecnología**

La tecnología que se aplicara para el cultivo será la recomendada por el INIAP, cuyos métodos mejorar la productividad del cultivo y permitirán minimizar los costos de producción. Para la producción se utilizara en su mayor parte el capital humano de la zona.

- **Materia Prima e insumos**

Cuenta con la disponibilidad de la materia prima e insumos agrícolas que requiere para la producción, no necesita de ir a otros lugares para obtenerlos, porque solamente a 10 minutos quedan los centros que despachas insumos agrícolas.

Entre la materia prima e insumos a utilizar son:

- Plántulas de calidad
 - Insumos crecimiento
 - Pesticidas
 - Fungicidas
 - Fertilizantes
-
- **Disponibilidad de mano de obra**

En cuanto a la mano de obra no es problema, debido a que en la zona existe suficiente mano de obra que se puede contratar por la modalidad de jornal para realizar las labores culturales agrícolas, son personas con experiencia en este tipo de cultivo, saben como trabajar, porque llevan varios años en las actividades agrícolas

4.4. Capacidad del proyecto

La capacidad del proyecto depende del presupuesto con el que la microempresa cuenta para solventar los costos de producción del cultivo, además se considera la demanda que existe en el mercado por la fruta.

El área para el cultivo del taxo son 4 hectáreas.

El número de plantas es de 667 por hectárea

Horizonte del proyecto 5 años

CUADRO No.46
ANÁLISIS DE LA PRODUCTIVIDAD DEL TAXO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TAXO EN TONELADAS	18	20	22	24	24
TAXO EN KILOS	72000	80000	88000	96000	96000

Fuente: Ing. Agrónomo
Elaborado por: La autora

Para establecer la producción apta para la venta fue necesario el aporte técnico de un Ing. Agrónomo. Hay que tomar en cuenta que del total de la producción el 97% será producto apto para ser comercializado, con un 3% de producto de rechazo. De ahí que el programa de producción del taxo queda de la siguiente manera: en el primer año se obtendrá la tercera parte de la producción, debido a que la planta necesita de 8 a 9 meses para dar los primeros frutos, para los siguientes años la producción promedio crece en función al desarrollo de la planta.

- **PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DEL TAXO EN KILOS**

**CUADRO No.47
PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DEL TAXO EN KILOS**

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producción Total en kilos	100%	24000	80000	88000	96000	96000
Apto para la venta en kilos	97%	23280	77600	85360	93120	93120
No apto kilos	3%	720	2400	2640	2880	2880

Elaborado por: La autora

- **PRODUCCIÓN EN CAJAS DE 10 KILOS**

**CUADRO No.48
PRODUCCIÓN EN CAJAS DE 10 KILOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producción apta para la venta en kilos	23.280,00	77.600,00	85.360,00	93.120,00	93.120,00
Producción apta para la venta en cajas de 10 kilos	2.328,00	7.760,00	8.536,00	9.312,00	9.312,00

Elaborado por: La autora

Cultivo asociado

Por recomendación del experto agrónomo se decidió realizar un cultivo asociado al taxo. Este ayudara amortiguar los egresos por la producción del cultivo principal en su primera etapa y aprovechar los espacios dejados por la siembra intercalada de la fruta.

El cultivo será: Arveja Quantum.

**CUADRO No.49
PRODUCCIÓN DEL CULTIVO ASOCIADO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
HECTÁREAS	4
PRODUCCIÓN POR HECTÁREA	50
PRODUCCIÓN TOTAL	200

Fuente: Ing. Agrónomo
Elaborado por: La autora

4.5. Distribución de la planta

Para la construcción de las áreas de la microempresa, se utilizara 189 m² distribuidas de la siguiente manera;

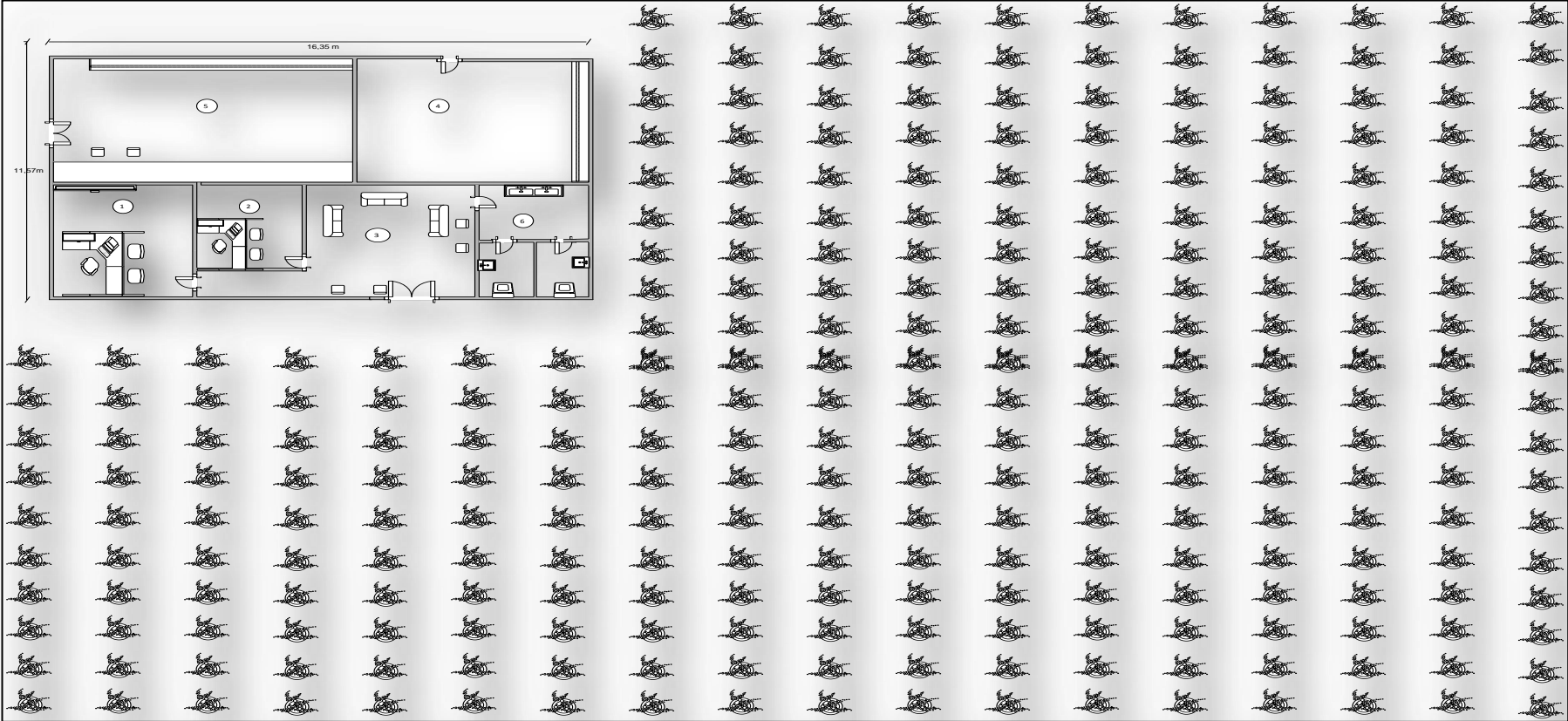
**CUADRO No.50
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

No.	ÁREAS	m ²
1	Gerencia	25
2	Contabilidad	16
3	Recepción	32
4	Cuarto de herramientas	40
5	Bodega	64
6	Baños	12
TOTAL		189

Elaborado por: La autora

4.5.1. DISEÑO DE LA PLANTA

ILUSTRACIÓN No.12
DISEÑO DE LA PLANTA



140

Elaborado por: La autora

4.6. PROCESO DE PRODUCCIÓN.

a) Sistema de propagación

- **Semilla:** Es proveniente de frutos maduros de plantas sanas vigorosas, de las cuales se disponen en pilones.
- **Acodos:** En algunas ocasiones utilizable, pero limitada a nivel comercial, por la cantidad de plantas que se deben disponer.

b) Preparación de la tierra

El terreno donde se realiza la siembra debe estar arado, rastrado, nivelado y también debe estar trazado los hoyos en donde se ubicara la planta, el terreno debe contener la suficiente humedad para que la planta crezca sin ningún problema

c) Siembra

Para realizar la siembra del taxo se debe escoger las plantas que se encuentren en estado sano y libre de enfermedades, es decir plantas vigorosas, sanas, procedentes de pilonera, se utilizará plántulas de taxo variedad Castilla.

- Distancia de siembra: 4 x 3; **5 x 3**; 5 x 4 m entre hileras y plantas
- Densidad de plantas: 667 por hectárea
- Época de plantación: De acuerdo a la aparición de la lluvia.

d) Etapas del cultivo

La etapa del cultivo se da a partir de los 8 – 9 meses el mismo inicia su cosecha a partir del 9 mes, la vida económica es de 10 a 12 años

e) Técnicas del cultivo

- **Selección del terreno:** En caso de que sea necesario se deben mejorar las características del suelo.
- **Preparación del terreno:** Incorporar materia orgánica, hasta alcanzar niveles del 4% y 5% que son las ideales.
- **Trazado de la plantación:** Con curvas de nivel si el terreno es sumamente regular en pendiente.
- **Evitar encharcamiento:** Porque con el agua, hace que inciden sobre el apareamiento de enfermedades radiculares.
- **Hoyado:** 40 x 40 – 40 cm.
- **Trasplante:** De plantas seleccionadas, se esta probando excelentemente plantas criadas en pilones.
- **Fertilización de fondo:** 100-80-50 (fertilización fraccionada de N/2).La fertilización de materia orgánica de fondo se lo hace con 20 Kilos de estiércol por sitio.
- **Formación de las espalderas:** Sobre las cuales se guía a los brazos de la planta.
- **Podas de formación:** Para lograr una buena arquitectura de la planta.
- **Podas de fitosanidad:** Eliminar periódicamente las ramas o ramillas dañadas, afectadas mecánicamente.Como una alternativa de control químico de plagas y enfermedades, se debe aplicar el manejo biológico, ecológico y orgánico de la fitosanidad en este cultivo de taxo.

f) Cosecha

Época: A la madurez fisiológica se identifica cuando el fruto empieza a ablandarse de color amarillo pintón por lo menos en un 70%. Se debe considerar como algo importante la rapidez que tienen para su total maduración varietal.

g) Manejo de post cosecha

La cosecha de campo se la realiza en cestas de plástico de 52 x 35 x 18 cm, en cuyo fondo de coloca láminas de esponja, además de hojas de papel en blanco no de periódico, en las cuales podría desprenderse no solamente tinta sino además plomo.

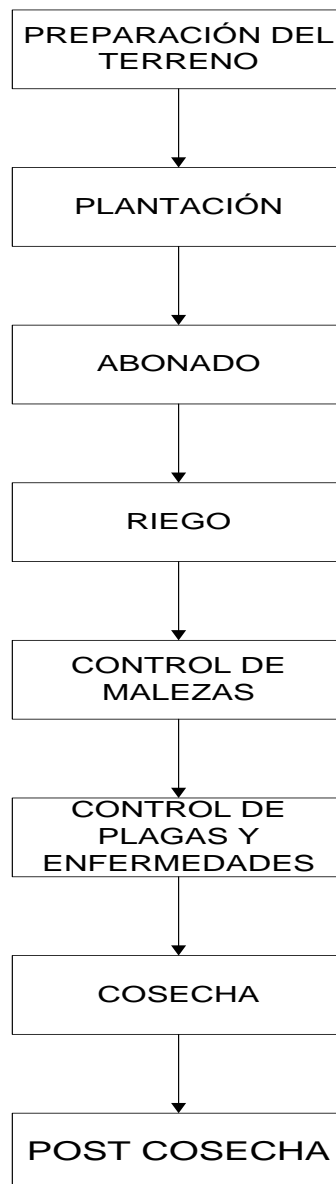
Las jabas se apilan unas sobre otras, estas están diseñadas para apilarlas sin mucho riesgo. Luego de la cosecha la fruta entra en una cadena de frío. Recepción en planta: Las jabas se deben localizar inmediatamente en un sitio seco y fresco, preferible aclimatado. Se recomiendan temperaturas de 4° C – 8° C, con una humedad relativa del 80% - 90%.
13.3 Selección: Cada uno de los frutos cosechados se clasifica por forma, color, uniformidad.

- **Limpieza:** Se debe eliminar especialmente los residuos de cosecha, pedúnculos del fruto, hojas, impurezas, porque pueden causar ciertos problemas en el desarrollo del producto.
- **Empaque:** Se la realiza en paquetes de polystyrene envueltos con celofán I o celofán II (de poros mas grandes que el anterior), con pesos de 300 - 500 gramos incluso de 2 Kilos. Para la comercialización se debe decidir su presentación según el mercado objetivo. Para el caso en estudio se lo hará a través de cajas de 10 kilos cada una.

h) Almacenamiento: Para almacenar este producto se lo debe realizar a una temperatura de 4°C – 8° C, con una humedad relativa del 80% - 90% para seguridad del producto y evitar que se descomponga.

4.6.5. Diagrama de bloque de la producción del taxo

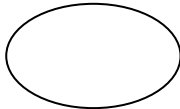
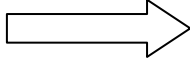

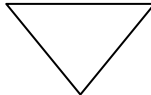

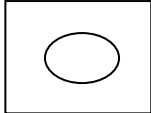
En el diagrama de bloque se determina los procesos de producción que se deben aplicar para conseguir una producción de calidad y poder brindar al consumidor un producto competitivo.



4.6.6. Flujograma del proceso de producción del taxi

Determina el enlace de cómo se realiza la producción del taxi, considerando los parámetros más importantes que se emplean para un manejo adecuado de los recursos que se utilizan. Simbología utilizada.

**CUADRO No.51
FLUJOGRAMA DE PROCESO**

SIGNIFICADO	SIMBOLO
OPERACIÓN	
TRANSPORTE	
DEMORA	
ALMACENAMIENTO	
VERIFICACIÓN	
OPERACIÓN COMBINADA	

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

Elaborado por: La autora

4.7. RESUPUESTO DE INVERSIONES

4.7.5. Inversión fija

La inversión fija consiste en la compra de activos fijos que la microempresa necesita para dar inicio con el desarrollo de sus actividades

- **Terreno**

Para la creación de la microempresa productora y comercializadora de taxo se realizara la compra de un terreno el mismo será distribuido para la construcción de la infraestructura como también para la plantación del producto.

**CUADRO No.52
TERRENO**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	m2	40.250,00	0,75	30.187,50
TOTAL				30.187,50

Elaborado por: La autora

- **Infraestructura**

La infraestructura estará diseñada dependiendo al plano a realizarse para la construcción, se considerando todas las áreas que la microempresa necesita.

**CUADRO No.53
INFRAESTRUCTURA**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Infraestructura	m2	175	65,00	11.375,00
TOTAL				11.375,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

- **Maquinaria y equipo**

La microempresa debe adquirir la maquinaria y equipo necesario para realizar sus actividades.

**CUADRO No.54
MAQUINARIA Y EQUIPO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de Fumigación a motor	1	850,00	850,00
Carro Transportador	1	350,00	350,00
TOTAL			1.200,00

Elaborado por: La autora

- **Vehículo**

Para la comercialización del producto se debe comprar una camioneta la misma que se utilizara tanto para transportar los productos como para otros requerimientos.

**CUADRO No.55
VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vehículo	1	18.500,00	18.500,00
TOTAL			18.500,00

Elaborado por: La autora

- **Herramientas de producción**

Es indispensable adquirir las herramientas necesarias para el cultivo del producto. A continuación se detalla cada uno de ellos:

**CUADRO No.56
HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Carretilla	2	120,00	240,00
Azadones	15	12,00	180,00
Palas	3	5,00	15,00
Tanque de gas	1	40,00	40,00
Botas	8	14,00	112,00
Rastrillos	10	8,00	80,00
Trinches	10	6,00	60,00
Guantes	15	2,00	30,00
Cubetas	80	4,50	360,00
TOTAL			1.117,00

Elaborado por: La autora

- **Muebles y enseres**

Para el arreglo de oficinas se adquiere los muebles y enseres que sean necesarios para cada área de trabajo.

**CUADRO No.57
MUEBLES Y ENSERES**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio Modular	3	180,00	540,00
Archivador vertical	3	140,00	420,00
Sillas giratorias	3	50,00	150,00
Sillas	9	20,00	180,00
Mesa de madera grande	1	150,00	150,00
TOTAL			1.440,00

Elaborado por: La autora

- **Equipo de computación**

Tanto el equipo de cómputo como el de oficina son indispensables, para llevar los inventarios correspondientes de las entradas y salidas de la producción.

**CUADRO No.58
EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador PC	3	750,00	2.250,00
TOTAL			2.250,00

Elaborado por: La autora

- **Equipo de oficina**

El equipo de oficina se lo obtendrá dependiendo el número de oficinas en las que se vayan a instalar los servicios.

**CUADRO No.59
EQUIPO DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Impresora Multifunción	1	250,00	250,00
Teléfono	2	80,00	160,00
TOTAL			410,00

Elaborado por: La autora

- **Resumen de activos fijos**

A continuación se presenta el resumen de los activos fijos que la microempresa dispone:

**CUADRO No.60
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Terreno	30.187,50
Infraestructura	11.375,00
Maquinaria y equipo	1.200,00
Vehículo	18.500,00
Muebles y enseres	1.440,00
Equipo de computación	2.250,00
Equipo de oficina	410,00
Imprevistos 2%	1.307,25
TOTAL	66.669,75

Elaborado por: La autora

4.7.6. Inversión diferida

La inversión diferida representa los gastos que se realizan por la legalización de la microempresa, donde se tiene que presentar una serie de requisitos para su funcionamiento.

**CUADRO No.61
INVERSIÓN DIFERIDA**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Estudio de factibilidad	1.200,00
Diseño y adecuación para la construcción	600,00
Trámites de constitución	180,00
TOTAL	1980,00

Elaborado por: La autora

4.7.7. Inversión variable o capital de trabajo

Se encuentra presupuestado para 9 meses, recursos que se necesita para cubrir el desfase del proyecto hasta que adquiere independencia operativa, es decir genere ingresos de la propia actividad para cubrir sus erogaciones en la producción del taxo.

**CUADRO No.62
INVERSIÓN VARIABLE O CAPITAL DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN		
Preparación del suelo	120,00	
Mano de obra	5.838,23	
Insumos	1.024,20	
Herramientas para la producción	837,75	
Pago de agua	120,00	
Subtotal (CP)		7.940,18
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos y salarios	8.245,32	
Suministros de oficina	140,42	
Servicios básicos	405,00	
Mantenimiento Computación	90	
Subtotal total (GA)		8.880,74
GASTOS DE VENTAS		

Sueldo en ventas	3.472,05	
Publicidad	645,00	
Combustible	720,00	
Mantenimiento Vehículo	270,00	
Subtotal total (GV)		5.107,05
Total		21.927,97
Imprevistos 2%		438,56
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		22.366,53

Elaborado por: La autora

4.8. REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO

El talento humano es considerado como el recurso principal para lograr alcanzar las metas de la microempresa, es por ello que se considera la importancia de contratar dependiendo las necesidades de las áreas que se distribuirán en el microempresa.

**CUADRO No.63
REQUERIMIENTO DEL TALENTO HUMANO**

N° EMPLEADOS	CARGO
1	Gerente
1	Contador
1	Técnico Agrónomo
1	Vendedor

Elaborado por: La autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero tiene como finalidad establecer las inversiones, pronosticar ingresos, analizar los egresos, para poder estructurar los respectivos estados financieros y aplicar la evaluación financiera que determinara la factibilidad o no del proyecto en términos monetarios.

5.1. Estructura de la Inversión.

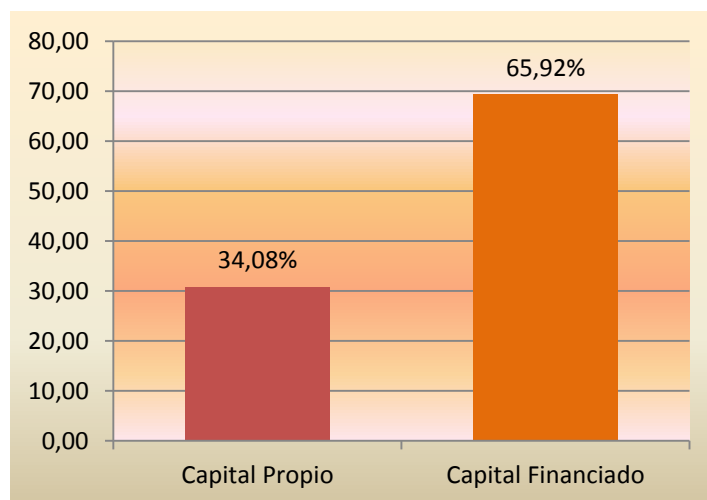
La inversión requerida para la creación de la microempresa de producción y comercialización de taxo variedad "castilla" asciende a un monto de 91.016,28 dólares, el mismo será cubierto por el 34,08% por capital propio y el 65,92% restantes será necesario solicitar un crédito a una financiera, la misma será analizada antes de solicitar legalmente el crédito, ya que existe muchas financieras que otorgan préstamos a diferentes tasas de interés.

**CUADRO No.64
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	31.016,28	34,08
Capital Financiado	60.000,00	65,92
TOTAL	91.016,28	100,00

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No.28
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**



Elaborado por: La autora

5.2. Costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio

El costo de oportunidad determina la tasa de rentabilidad que tendrá el proyecto frente a la tasa activa y del mercado financiero, demostrando matemáticamente si es viable realizar la inversión en el presente proyecto.

**CUADRO No.65
COSTE DE OPORTUNIDAD**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	31.016,28	34,08	7,00	238,54
Capital Financiado	60.000,00	65,92	11,00	725,15
TOTAL	91.016,28	100,00	18,00	963,69

Elaborado por: La autora

Ck = 9,63%

5.2.1. Tasa de Rendimiento Medio

DATOS:

Ck(costo de oportunidad) = 9,6%

if(inflación) = 5,4%

$$TRM = ((1+ck) (1+if))^{-1}$$

$$TRM = 0,1556$$

$$TRM = 15,56\%$$

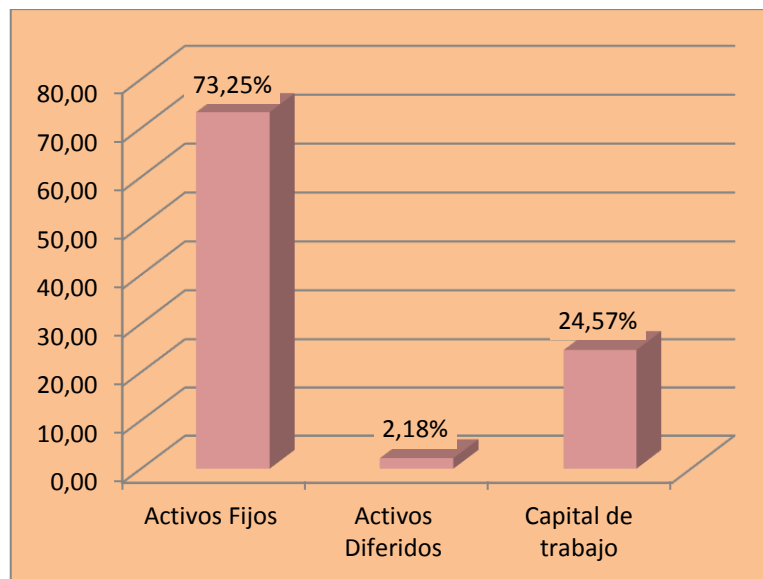
5.3. Destino de la inversión

**CUADRO No.66
DESTINO DE LA INVERSIÓN**

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Activos Fijos	66.669,75
Activos Diferidos	1.980,00
Capital de trabajo	22.366,53
TOTAL	91.016,28

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No.29
DESTINO DE LA INVERSIÓN**



Elaborado por: La autora

5.4. Ingresos.

Los ingresos de la microempresa están representados por la venta del taxo y del cultivo asociado.

Para plantear el pronóstico de venta se analizó la capacidad de producción de la plantación, como se explicó en el capítulo técnico

5.4.1. Proyección de Ingresos

La proyección de ingresos se la estableció dependiendo del nivel de ventas que se pronostique realizar durante el año, esto se llevara a acabo según la demanda del producto que se encuentre en el mercado y la capacidad de producción de la microempresa. Las ventas esta representadas por la cantidad de cajas de taxo de 10 Kilos c/u, el precio de la fruta se fijó en base al análisis de costos y gastos de producción (ver anexo G), estos crecen según la tendencia de inflación del 5,4% registrada en el año 2011.

**CUADRO No.67
INGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cajas de 10 kg	2.328,00	7.760,00	8.536,00	9.312	9.312,00
Precio	10,00	10,54	11,11	11,71	12,34
Total de ingresos proyectado	23.280,00	81.790,40	94.834,96	109.043,52	114.910,08

Elaborado por: La autora

➤ Ingresos por el cultivo asociado

**CUADRO No.68
INGRESO POR CULTIVO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1
Quintales	200,00
Precio unitario	150,00
TOTAL	30.000,00

Elaborado por: La autora

5.5. Egresos.

Los egresos son los desembolsos que se realizaran para cubrir los costos de producción, gastos administrativos y ventas, los mismos que serán utilizados para realizar el trabajo en la microempresa. Se encuentran proyectados al 5,4 según la inflación del 2011, a excepción

del talento humano que se lo proyectó al 9,9% según la tendencia del crecimiento del sueldo básico de los últimos 5 años (ver anexo H).

5.5.1. Costos de Producción.

Los costos de producción serán determinados como el valor que se destina a la preparación del suelo, la compra de insumos, mano de obra directa y los costos indirectos. La cantidad se encuentra proyectada en función a las necesidades para la producción, el costo crece en base a la inflación del 5,4% del año 2011. Con mayor detalle se encuentra en el anexo J.

➤ RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL TAXO

**CUADRO No.69
RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL TAXO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DIRECTOS					
Preparación del suelo	160,00				
Mano de obra	7.784,30	9.707,08	10.668,08	11.724,23	12.884,92
Insumos	1.365,60	927,52	977,61	1.030,40	1.086,04
COSTOS INDIRECTOS					
Imprevistos (subtotal CD)	465,50	531,73	560,44	590,71	622,61
Herramientas para la producción	1.117,00	1.177,32	1.240,89	1.307,90	1.378,53
Pago de agua de riego	160,00	168,64	177,75	187,34	197,46
TOTAL	11.052,40	12.512,29	13.624,77	14.840,58	16.169,56

Elaborado por: La autora

➤ RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN DE ARVEJA

**CUADRO No.70
RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN DE ARVEJA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1
COSTOS DIRECTOS	
Mano de obra	1.440,00
Insumos	725,35
COSTOS INDIRECTOS	
Imprevistos (subtotal CD)	108,27
TOTAL	2.273,62

Elaborado por: La autora

5.5.2. Gastos Administrativos.

Dentro de los gastos administrativos se encuentran las erogaciones de oficina. Para su proyección se ha utilizado la tasa de inflación del 5,4%. Excepto los sueldos administrativos.

➤ Sueldos Administrativos.

Son los pagos que se realizan a los trabajadores de cada departamento, existe un rango en donde dependiendo al cargo y a las funciones que desempeña se establece un mensual. El rol de pagos se encuentra en el anexo I.

**CUADRO No.71
SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos administrativos	10.993,76	12.873,42	14.147,89	15.548,53	17.087,84
TOTAL	10.993,76	12.873,42	14.147,89	15.548,53	17.087,84

Elaborado por: La autora

➤ Suministros de Oficina

Es indispensable la adquisición de los suministros de oficina porque son parte importante y complementaria para la realización de las actividades de las distintas áreas de la microempresa.

**CUADRO No.72
SUMINISTROS DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Calculadora	2	20	40	42	44	47	49
Perforadora	1	1	1	1	1	1	1
Grapadora	1	3	3	3	3	4	4
Papel resma	8	4	28	30	31	33	35
Carpetas	30	0	9	9	10	11	11
Esferográfico	20	0	6	6	7	7	7
Tinta impresora	4	12	48	51	53	56	59
Cuaderno	6	2	9	9	10	11	11
Lápiz	12	2	18	19	20	21	22
Borrador	8	0	2	2	2	2	2
Basureros	3	5	15	16	17	18	19
Libretines (facturas)	2	4	8	8	9	9	10
TOTAL			187	197	208	219	231

Elaborado por: La autora

➤ **Servicios básicos**

Los servicios básicos son indispensables para la realización de las actividades de la microempresa.

**CUADRO No.73
SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz	180,00	189,72	199,96	210,76	222,14
Agua	120,00	126,48	133,31	140,51	148,10
Teléfono	240,00	252,96	266,62	281,02	296,19
TOTAL	540,00	569,16	599,89	632,29	666,43

Elaborado por: La autora

➤ **Mantenimiento Computación**

El mantenimiento de computación se lo debe realizar constantemente, porque es el equipo de trabajo más importante de la microempresa ya que contiene la información completa de todos los movimientos que a realizado desde un inicio de su creación.

**CUADRO No.74
MANTENIMIENTO DEL EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento computación	120,00	126,48	133,31	140,51	148,10

Elaborado por: La autora

**CUADRO No.75
RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	10.993,76	12.873,42	14.147,89	15.548,53	17.087,84
Suministros de oficina	187,23	197,34	208,00	219,23	231,07
Servicios básicos	540,00	569,16	599,89	632,29	666,43
Mantenimiento computación	120,00	126,48	133,31	140,51	148,10
TOTAL	11.840,99	13.766,40	15.089,09	16.540,56	18.133,43

Elaborado por: La autora

5.5.3. Gastos de Ventas.

En los gastos de ventas incluye todas las erogaciones por la publicidad que se realice para la venta del producto, al igual que los sueldos que se cancela al agente vendedor que día a día tiene la responsabilidad de incrementar la venta de los productos, como también el gasto por combustible y mantenimiento del vehículo y empaques. Estos crecen en función de la inflación del 5,4%

➤ **Sueldo en Ventas.**

**CUADRO No.76
SUELDO EN VENTAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vendedor	4.629,40	5.417,41	5.953,73	6.543,15	7.190,93
TOTAL	4.629,40	5.417,41	5.953,73	6.543,15	7.190,93

Elaborado por: La autora

➤ **Publicidad.**

**CUADRO No.77
PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	860	906	955	1007	1061

Elaborado por: La autora

➤ **Combustible Mantenimiento Vehículo**

Son gastos necesarios que la microempresa debe cubrir, porque a cada momento se debe controlar el mantenimiento de los equipos de y trabajo para que no presente ningún problema en el momento de necesitarles, como también debe cubrir el costo de combustible que se a utilizado para el transporte de la materia prima entre otros.

**CUADRO No.78
COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Combustible vehículo	960,00	1011,84	1066,48	1124,07	1184,77
Mantenimiento vehículo	360,00	379,44	399,93	421,53	444,29
TOTAL	1320,00	1391,28	1466,41	1545,60	1629,06

Elaborado por: La autora

➤ **Empaques**

**CUADRO No.79
EMPAQUES**

AÑO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Caja y etiquetas	2.328	0,25	582,00
2	Caja y etiquetas	7.760	0,26	2.044,76
3	Caja y etiquetas	8.536	0,28	2.370,69
4	Caja y etiquetas	9.312	0,29	2.725,87
5	Caja y etiquetas	9.312	0,31	2.873,06

Elaborado por: La autora

➤ **Resumen de gastos de ventas**

**CUADRO No.80
RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo en ventas	4.629,40	5.417,41	5.953,73	6.543,15	7.190,93
Publicidad	860,00	906,44	955,39	1.006,98	1.061,36
Empaques	582,00	2.044,76	2.370,69	2.725,87	2.873,06
Combustible y Mantenimiento	1.320,00	1.391,28	1.466,41	1.545,60	1.629,06
TOTAL	7.391,40	9.759,89	10.746,23	11.821,60	12.754,40

Elaborado por: La autora

5.5.4. Gastos Financieros.

➤ **Financiamiento**

Para llevar a cabo el siguiente proyecto se necesita un préstamo de 60.000 el mismo será financiado por la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés del 11%.

**CUADRO No.81
DATOS DEL FINANCIAMIENTO**

PRESTAMO	60.000
TIEMPO	5
INTERÉS	11%
PERIODOS DE PAGO	TRIMESTRALES

Elaborado por: La autora

**CUADRO No.82
AMORTIZACIÓN**

trimestre	Cuota	Intereses	Amortización	Amortizado	pendiente
0					60.000,00
1	3.940,30	1.650,00	2290,30	2.290,30	57.709,70
2	3.940,30	1.587,02	2353,29	4.643,59	55.356,41
3	3.940,30	1.522,30	2418,00	7.061,59	52.938,41
4	3.940,30	1.455,81	2484,50	9.546,09	50.453,91
5	3.940,30	1.387,48	2552,82	12.098,91	47.901,09
6	3.940,30	1.317,28	2623,02	14.721,94	45.278,06
7	3.940,30	1.245,15	2695,16	17.417,09	42.582,91
8	3.940,30	1.171,03	2769,27	20.186,37	39.813,63
9	3.940,30	1.094,87	2845,43	23.031,80	36.968,20
10	3.940,30	1.016,63	2923,68	25.955,47	34.044,53
11	3.940,30	936,22	3004,08	28.959,55	31.040,45
12	3.940,30	853,61	3086,69	32.046,25	27.953,75
13	3.940,30	768,73	3171,58	35.217,82	24.782,18
14	3.940,30	681,51	3258,79	38.476,62	21.523,38
15	3.940,30	591,89	3348,41	41.825,03	18.174,97
16	3.940,30	499,81	3440,49	45.265,52	14.734,48
17	3.940,30	405,20	3535,11	48.800,62	11.199,38
18	3.940,30	307,98	3632,32	52.432,94	7.567,06
19	3.940,30	208,09	3732,21	56.165,15	3.834,85
20	3.940,30	105,46	3834,85	60.000,00	0,00

Elaborado por: La autora

**CUADRO No.83
GASTO INTERÉS DE LA DEUDA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses	6.215	5.121	3.901	2.542	1.027

Elaborado por: La autora

5.5.5. Depreciación y Amortización

El cálculo de la depreciación se la realizara dependiendo del activo fijo al que corresponda el mismo consiste en calcular la vida útil de cada bien.

**CUADRO No.84
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN**

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	% POR LEY	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR ACUMULADO	VALOR DE RESCATE
Infraestructura	11.375,00	5	568,75	568,75	568,75	568,75	568,75	2843,75	8.531,25
Maquinaria y Equipo	1.200,00	10	120	120	120	120	120	600	600,00
Muebles y Enseres	1440,00	10	144	144	144	144	144	720	720,00
Equipo de Computación	2.250,00	33,00	750	750,00	750,00			2250	0,00
Renovación de equipo de Computación	2.371,50	33,00				779,50	779,50	1559,00	812,50
Equipo de Oficina	410,00	10	41	41	41	41	41	205	205,00
Vehículo	18.500,00	20	3700	3700	3700	3700	3700	18500	0,00
TOTAL	37.547		5323,75	5323,75	5323,75	5353,25	5353,25	26.678	10.869

Elaborado por: La autora

➤ **Amortización diferida**

**CUADRO No.85
AMORTIZACIÓN DIFERIDA**

DESCRIPCIÓN	VALOR INICIAL	AMORTIZACIÓN ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Diferidos	1.980,00	20%	396	396	396	396	396

Elaborado por: La autora

5.5.6. Resumen de egresos

**CUADRO No.86
RESUMEN DE EGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de producción	13.326,01	12.512,29	13.624,77	14.840,58	16.169,56
Gastos de administrativos	11.840,99	13.766,40	15.089,09	16.540,56	18.133,43
Gastos de ventas	7.391,40	9.759,89	10.746,23	11.821,60	12.754,40
Gastos financieros	6.215,12	5.120,94	3.901,34	2.541,94	1.026,73
Gastos por depreciación	5.323,75	5.323,75	5.323,75	5.353,14	5.353,14
Gasto de amortización diferidos	396,00	396,00	396,00	396,00	396,00
TOTAL	44.493,28	46.879,27	49.081,18	51.493,81	53.833,27

Elaborado por: La autora

5.6. Estados Proforma.

Después de haber analizado las inversiones, ingresos y egresos se procedió a estructurar los siguientes balances proforma.

5.6.1. Balance de Arranque

El balance de arranque representa la posición financiera de la microempresa en lo que se refiera a los activos y pasivos con los que da inicio la actividad.

**CUADRO No.87
BALANCE DE ARRANQUE**

ACTIVO			PASIVO		
ACTIVOS CORRIENTE		22.366,53	PASIVOS LARGO PLAZO		60.000,00
Caja - bancos	22.366,53		Préstamo por pagar	60.000,00	
ACTIVOS FIJOS		66.669,75			
Terreno	30.187,50		CAPITAL		31.016,28
Infraestructura	11.375,00		Inversión propia	31.016,28	
Vehículo	18.500,00				
Equipo de computación	2.250,00				
Equipo de oficina	410,00				
Equipos y materiales	1.200,00				
Muebles y enseres	1.440,00				
Otros	1.307,25				
ACTIVO DIFERIDO		1.980,00			
Gastos de constitución	1.980,00				
TOTAL ACTIVOS		91.016,28	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL		91.016,28

Elaborado por: La autora

5.6.2. Estado de Resultados

El estado de resultado refleja los ingresos y gastos que la microempresa va teniendo durante su desarrollo definiendo de esa manera la utilidad o perdida que a logrado el proyecto. Este representa la posición económica de la microempresa

**CUADRO No.88
ESTADO DE RESULTADOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos proyectados taxo	23.280,00	81.790,40	94.834,96	109.043,52	114.910,08
Ingresos proyectados arveja	30.000,00				
(=)Total de Ingresos	53.280,00	81.790,40	94.834,96	109.043,52	114.910,08
(-)Costos de producción taxo	11.052,40	12.512,29	13.624,77	14.840,58	16.169,56
(-)Costos de producción arveja	2.273,62				
(=) Total costos de producción	13.326,01	12.512,29	13.624,77	14.840,58	16.169,56
(=)Utilidad Bruta	39.953,99	69.278,11	81.210,19	94.202,94	98.740,52
(-)Gastos administrativos	11.840,99	13.766,40	15.089,09	16.540,56	18.133,43
(-)Gastos de venta	7.391,40	9.759,89	10.746,23	11.821,60	12.754,40
(-) Gastos por depreciación	5.323,75	5.323,75	5.323,75	5.353,14	5.353,14
(-) Gastos amortización diferidos	396,00	396,00	396,00	396,00	396,00
(=) Total gastos	24.952,14	29.246,04	31.555,07	34.111,29	36.636,98
(=)Utilidad operativa proyectada	15.001,85	40.032,06	49.655,12	60.091,65	62.103,55
(-)Gastos financieros intereses	6.215,12	5.120,94	3.901,34	2.541,94	1.026,73
(=) Utilidad proyectada	8.786,72	34.911,13	45.753,78	57.549,71	61.076,81

Elaborado por: La autora

5.6.3. Flujo de Caja con Protección

Este estado financiero muestra la dinámica del efectivo en relación a sus entradas y salidas.

**CUADRO No.89
FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Inversión Inicial	-91.016,28					
Ingresos						
(=) Utilidad Neta Proyectada		8.786,72	34.911,13	45.753,78	57.549,71	61.076,81
Valor de rescate						48.124,40
Depreciación		5.323,75	5.323,75	5.323,75	5.353,14	5.353,14
(=) Total Ingresos		14.110,47	40.234,88	51.077,53	62.902,85	114.554,35
EGRESOS						
Pago al Principal		9.546,09	10.640,28	11.859,88	13.219,27	14.734,48
Reinversión				2.371,50		
(=) Total Egresos		9.546,09	10.640,28	14.231,38	13.219,27	14.734,48
(=) FLUJO DE CAJA DE NETO PROYECTADO	-91.016,28	4.564,38	29.594,60	36.846,15	49.683,57	99.819,87

Elaborado por: La autora

5.7. Evaluación de la Inversión.

Para evaluar el proyecto se aplicó índices financieros clásicos, que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo, tales como: VAN, TIR, PRI, C/B

5.7.1. Valor Actual Neto.

**CUADRO No.90
VALOR ACTUAL NETO**

AÑO	FL NETOS	FL ACTUAL 15,56%
0	-91.016,28	-91.016,28
1	4.564,38	3.949,79
2	29.594,60	22.161,41
3	36.846,15	23.876,44
4	49.683,57	27.860,10
5	99.819,87	48.437,23
	VAN	35.268,70

Elaborado por: La autora

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

VAN = 35.268,70

De acuerdo a la evaluación realizada en el VAN para el estudio propuesto alcanza 35.268,70, valor que es mayor a cero por tal razón quiere decir que el proyecto es aceptado.

Este indicador representa la rentabilidad del proyecto en términos monetarios a tiempo real.

5.7.2. Tasa Interna de Retorno

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

**CUADRO No.91
TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑO	FL NETOS	FLUJO 15,56%	FLUJO 27%
0	-91016,28	-91016,28	-91016,28
1	4564,38	3949,79	3594,00
2	29594,60	22161,41	18348,69
3	36846,15	23876,44	17987,92
4	49683,57	27860,10	19098,44
5	99819,87	48437,23	30213,32
VAN		35268,70	-1773,91

Elaborado por: La autora

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

TIR = 26,31%

La Tasa Interna de Retorno que se obtuvo, indica la rentabilidad del proyecto en este caso del 26,31%, por tanto el proyecto se lo considera factible ya que es mayor que la tasa de rendimiento medio.

5.7.3. Sensibilidad de la Tasa Interna de Retorno.

- *Disminuyendo las ventas en 12%*

**CUADRO No.92
SENSIBILIDAD DE LA TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑO	FL NETOS	FLUJO 15,56%	FLUJO 16%
0	-91016,28	-91016,28	-91016,28
1	-1829,22	-1582,92	-1576,91
2	19779,75	14811,73	14699,58
3	25465,96	16502,03	16314,96
4	36598,35	20522,55	20212,94
5	86030,66	41746,07	40960,32
VAN		983,19	-405,39

Elaborado por: La autora

$$\text{VAN} = 983,19$$

$$\text{TIR} = 15,87 \%$$

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

- *Disminuyendo las ventas en un 13%*

**CUADRO No.93
DE DESMINUCIÓN DE VENTAS**

AÑO	FL NETOS	FLUJO 15,56%	FLUJO 27%
0	-91016,28	-91016,28	-91016,28
1	-2362,02	-2043,98	-1859,86
2	18961,85	14199,26	11756,37
3	24517,61	15887,50	11969,25
4	35507,92	19911,09	13649,30
5	84881,56	41188,47	25691,81
VAN		-1873,93	-29809,40

Elaborado por: La autora

$$\text{VAN} = -108,70$$

$$\text{TIR} = 14,97\%$$

Al disminuir las ventas en un 13% el proyecto es riesgoso, ya que el TIR se encuentra en condiciones inaceptables o sea menor a al TRM y el VAN es negativo.

5.7.4. Periodo de Recuperación de la Inversión

➤ **PRI con valores corrientes**

**CUADRO No.94
PRI CON VALORES CORRIENTES**

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	91.016	4.564,38	4.564,38	1	AÑO
2		29.594,60	29.594,60	2	AÑO
3		36.846,15	36.846,15	3	AÑO
4		49.683,57	20.011,14	4	MESES
5		99.819,87			

Elaborado por: La autora

La inversión de recupera en 3,4 años

➤ **PRI con valores constantes**

**CUADRO No.95
FLUJOS ACTUALIZADOS**

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR	FLUJO DEFLACTADO
1	4.564,38	0,87	3.949,79
2	29.594,60	0,75	22.161,41
3	36.846,15	0,65	23.876,44
4	49.683,57	0,56	27.860,10
5	99.819,87	0,49	48.437,23

Elaborado por: La autora

**CUADRO No.96
PRI CON VALORES CONSTANTES**

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	91.016,28	3.949,79	3.949,79	1	AÑO
2		22.161,41	22.161,41	2	AÑO
3		23.876,44	23.876,44	3	AÑO
4		27.860,10	27.860,10	4	AÑO
5		48.437,2	13.168,53	3	MESES

Elaborado por: La autora

La inversión se recupera en 4,3 años

5.7.5. Costo beneficio.

**CUADRO No.97
COSTO BENEFICIO**

AÑOS	FNE	FNEA
		0,1556
1	4.564	3.950
2	29.595	22.161
3	36.846	23.876
4	49.684	27.860
5	99.820	48.437
SUMAN...		126.285

Elaborado por: La autora

$$C/B = \frac{\text{Flujos netos actualizados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$C/B = \frac{126.285}{91.016,28}$$

$$C/B = 1,39$$

Este análisis indica que por cada dólar invertido en el proyecto generará 0,39 dólares adicionales.

5.7.6. Punto de Equilibrio del Proyecto

El análisis del punto de equilibrio es una herramienta que sirve para evaluar la relación entre el volumen de ventas y la rentabilidad. Al examinar el punto de equilibrio es indispensable tener presente los costos fijos y los costos variables cuya suma nos da el costo total.

Para el presente proyecto no se ha calculado el punto de equilibrio operativo donde no se pierde ni se gana, por considerarse que no se encuentra en gestión, se ha calculado punto de equilibrio del proyecto o de estudio de factibilidad, donde permite determinar el nivel de ventas que se necesita realizar para empezar a recuperar activos fijos y costos fijos.

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

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

$$\begin{aligned} \text{Inversión Fija} &= 66.669,75 \\ \text{Costos Fijo} &= 31.167,26 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Precio de Venta} &= 10,00 \\ \text{Costo de venta} &= 4,75 \end{aligned}$$

$$PEP = \frac{66.669,75 + 31.167,26}{10 - 4,75}$$

PEP = 18.627 CAJAS DE 10 KILOS

El punto de Equilibrio del proyecto indica que la microempresa necesita vender 18.627 cajas de 10 kilos c/u, para comenzar a recuperar los activos fijos y costos fijos.

5.7.7. Resumen de la evaluación financiera

**CUADRO No.98
RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA**

RATIO EVALUADOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM =		15,56%	
VAN =	$VAN > 0$	35.268,70	Aceptable
TIR % =	$TIR > TRM$	26,31%	Aceptable
Sensibilidad -12% en ventas	TIR	15,87%	Aceptable
Sensibilidad -13% en ventas	TIR	14,97%	No se acepta
PRI con valores corrientes		3,4	Años muy bueno
PRI con valores constantes		4,3	Años bueno
B/C =	$R B/C > 1$	1,39	Aceptable

Elaborado por: La autora

Finalmente, del capítulo financiero se puede concluir que el proyecto es factible en las condiciones estudiadas, para su implementación es necesario realizar ajustes de presupuesto.

CAPÍTULO VI

6. ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

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

6.1. Aspecto estratégico de la Microempresa

6.1.1. Nombre de la Microempresa

TAXONUTRIT“LOS ANDES”

La denominación social que se ha escogido tienen como finalidad ser identificada en la mente de los consumidores de la fruta, debido a que expresa el tipo de producto que se va a cultivar y comercializar, como también los beneficios nutricionales.

6.1.2. Misión

Promover el desarrollo y el crecimiento de la producción de frutas alternativas como es el taxo, para satisfacer los gustos y preferencias de los consumidores, generando nuevas expectativas en el consumo.

6.1.3. Visión

En los próximos 5 años lograr el liderazgo en la producción de taxo en la zona de influencia del proyecto ofertando producto de calidad garantizada y con oportunidad de abastecimiento

6.1.4. Objetivos de la microempresa

- Ofertar al mercado un producto de calidad y bajo contenido de compuestos químicos

- Colaborar con el desarrollo microempresarial del sector.
- Ser un ejemplo de emprendimiento para lograr una rentabilidad adecuada en el cultivo del taxo
- Desarrollar estrategias de comercialización para la venta del producto en condiciones óptimas
- Cumplir en forma permanente con la defensa y protección del medio ambiente

6.1.5. Políticas de la microempresa

Son políticas de la microempresa que todos sus integrantes deben cumplir para su buen funcionamiento:

- Trabajo en equipo
- Toma de decisiones consensuada
- Estimular la capacitación de los integrantes para lograr mejores niveles de productividad
- Generar una buena imagen por la calidez y la atención al cliente

6.1.6. Principios y Valores

- **Liderazgo.-** Ser un líder positivo para lograr el cumplimiento de objetivos.

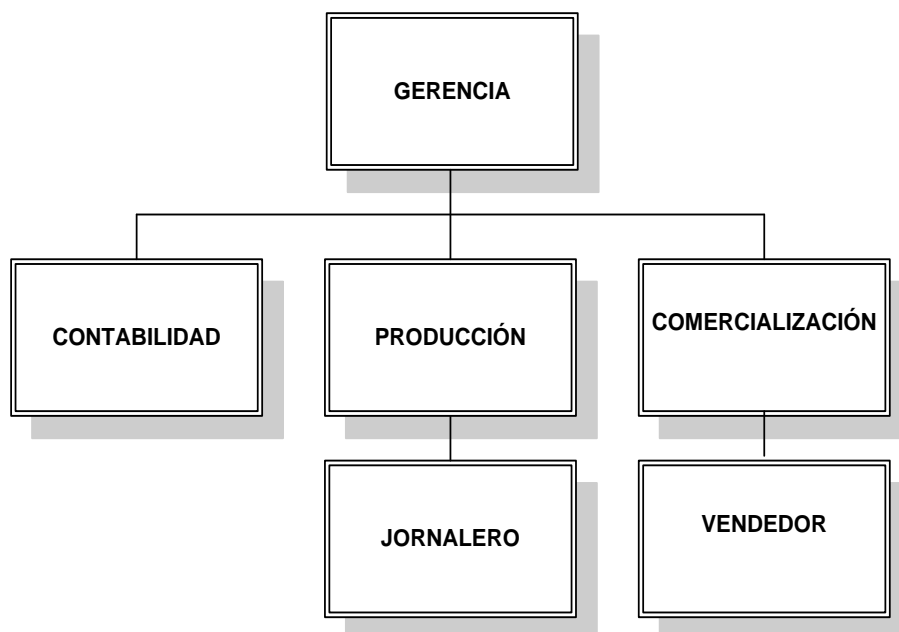
- **Responsabilidad.-** Tomar su cargo con responsabilidad y desarrollar un trabajo de calidad.
- **Compromiso.-** Comprometerse totalmente con la microempresa dando todo por alcanzar la visión que llevara al éxito
- **Excelencia.-** Demostrar en su trabajo la eficiencia y efectividad con la que realiza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

6.2. Aspecto organizativo

6.2.1. Organización Estructural

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

6.2.2. Organigrama Estructural



6.3. MATRIZ DE COMPETENCIAS

**CUADRO No.99
MATRIZ DE COMPETENCIA**

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
GERENTE	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Honestidad • Responsabilidad • Compromiso con la microempresa <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para liderar • Habilidades para negociar. • Capacidad tomar decisiones • Trabajar en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo. • Trabajo bajo presión. • Buen manejo de relaciones humanas • Disponibilidad de tiempo 	<ul style="list-style-type: none"> • Formular los planes y programas que debe cumplir la microempresa. • Dirigir y coordinar las actividades de la microempresa y velar por la correcta realización. • Gestionar préstamos y efectivizarlos • Aportar con nuevas ideas que vayan en beneficio de la microempresa • Coordinación apropiada al personal y colaboradores • Tener un control constante del logro de los objetivos. 	<p>Instrucción Formal: Estudios en Administración de empresas, o afines.</p> <p>Edad: Sin límite de edad.</p> <p>Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.</p>

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
CONTADOR	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Confidencialidad • Organización <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Destreza matemática • Monitoreo y control • Pensamiento analítico y conceptual. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de contabilidad • Conocimiento leyes tributarias. • Buenas relaciones humanas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar los registros contables de la empresa. • Elaborar el cronograma de pagos. • Clasificar, guardar y resumir información numérica y financiera para recopilar asientos contables en los libros. • Llenar y enviar formularios de compensación a trabajadores. • El contador debe tener una estrecha relación con los departamentos. 	<p>Instrucción Formal: Contabilidad Superior y Auditoría.</p> <p>Edad: Si límite de edad.</p> <p>Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.</p>

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
<p>TÉCNICO AGRONOMO</p>	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Organización <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de recursos agrícolas • Excelentes conocimientos. • Buenas relaciones humanas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Preparar el presupuesto que necesita el departamento de producción y los utiliza de manera requerida. • Selecciona al personal que esté capacitado para el trabajo en producción. • Está pendiente en cumplir con sus entregas del producto. • Busca mecanismos para la reducción en costos de producción. • Mantenimiento de la instalación. • Cosecha y empacado del producto. 	<p>Instrucción Formal: Estudios en agronomía</p> <p>Edad: Sin límite de edad.</p> <p>Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.</p>

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
JORNALEROS	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos en la actividad agrícola <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad en el trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas relaciones humanas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar los cuidados necesarios de la plantación. • Estar pendiente del riego cuando la plantación necesite. • Abonar el cultivo en el tiempo previsto. • Controlar la presencia de plagas y enfermedades. • Estar pendiente que no exista encharcamientos de agua porque puede afectar la producción • Solicitar los materiales de trabajo que necesite. • Cumplir con el trabajo siguiendo el proceso establecido 	<p>Instrucción Formal: No necesaria</p> <p>Edad: Si límite de edad</p> <p>Experiencia: Conocimientos agrícolas</p>

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
VENDEDOR	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Confidencialidad • Organización • Autocontrol <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Monitoreo y control • Análisis del Mercado • Trabajo a presión 	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas relaciones humanas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar el ingreso y salida del producto. • Mantener continuo contacto con el cliente mediante visitas periódicas. • Averigua las necesidades más primordiales del mercado consumidor • Tener un inventario de productos para la venta • Cualquier otra función que se le asigne inherente al cargo. • Encargarse de la conducción del vehículo de la microempresa 	<p>Instrucción Formal: Conocimientos en ventas Conductor profesional</p> <p>Edad: Sin límite de edad.</p> <p>Experiencia: Mínimo 1 años en cargos similares.</p>

6.3. Aspecto legal de funcionamiento

Para iniciar con el funcionamiento de la microempresa de producción y comercialización de taxo “variedad castilla” se debe presentar los siguientes documentos y además cumplir con una serie de requisitos que garantizan su funcionamiento legal.

6.3.1. Constitución legal

La microempresa será unipersonal

6.3.2. Permisos de funcionamiento

El registro único de contribuyente (RUC)

Requisitos

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

Patente municipal

Requisitos

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

Otros

Requisitos

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

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

En este capítulo se presenta los impactos que la microempresa genera durante su desarrollo, para evitar problemas a futuro se cuenta con un plan de contingencia que permita contrarrestar efectos negativos que presente el desarrollo del proyecto.

Para medir el nivel de impactos de cada variable se establece una tabla para calificar a cada uno de ellos.

CUADRO No.100
MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS

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

Elaborado por: La autora

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

7.1. IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

**CUADRO No. 101
IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Nivel de ingresos							X	3
Nuevas fuentes de trabajo.						X		2
Estabilidad laboral						X		2
Mejores condiciones de vida						X		2
TOTAL						6	3	9

Elaborado por: La autora

$$NI(\text{SOCIO} - \text{ECONÓMICO}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2,25$$

ANÁLISIS:

Nivel de ingresos

El impacto que ocasiona el indicador de nivel de ingresos es medio positivo, porque la microempresa esta destinada a fortalecer el desarrollo agrícola de productos alternativos como es el taxo, lo que conlleva a que el sector sienta la necesidad de seguir adelante con el proceso de producción.

Nuevos fuentes de trabajo

Con la creación de la microempresa se genera nuevas fuentes de trabajo que es impacto medio positivo para el sector, permite a las personas tener

mejores ingresos, que serán utilizados para cubrir gastos necesarios como alimentación, educación, medicinas.

Estabilidad laboral

El proyecto genera la estabilidad laboral para sus trabajadores lo que significa que es un impacto medio positivo para el sector, porque la microempresa aplicara estrategias de venta para su producto para que le permita conseguir una estabilidad microempresarial y poder seguir cubriendo las fuentes de trabajo necesarias para el sector.

Mejores condiciones de vida

Con la creación de esta nueva empresa se mejora un factor importante en el sector como es dar una condición de vida mejor a los habitantes porque tendrán mejores oportunidades de trabajo y ellos serán los beneficiarios indirectos del nuevo proyecto.

7.2. IMPACTO EMPRESARIAL

**CUADRO No. 102
IMPACTO EMPRESARIAL**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Fortalecimiento del sector microempresarial						X		2
Mejoramiento de los niveles competitivos							X	3
Incremento de niveles productivos							X	3
Crecimiento agrícola						X		2
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: La autora

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

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

$$NI = 2,5 = 3$$

ANÁLISIS:

Fortalecimiento del sector microempresarial

Con la creación de la microempresa nace el fortalecimiento microempresarial del sector el mismo genera un impacto alto positivo, porque esta encaminado a generar nuevos proyectos que van en beneficio tanto del sector como de sus habitantes que les permite aplicar nuevas estrategias de trabajo.

Mejoramiento de los niveles competitivos

El mejoramiento de los niveles competitivos es una estrategia que fortalece al sector agrícola, porque constantemente debe someterse a mejorar la calidad de sus productos para estar preparados para la competencia existente en el mercado.

Incremento de niveles productivos

Es una ventaja por que permitirá al agricultor brindar al mercado variedad de productos y ayuda a mantener un precio razonable, además logra cubrir la demanda del producto, impidiendo que exista la necesidad de traer los productos de otros lugares del país.

Crecimiento agrícola

El impacto que genera con la creación de la microempresa es que se desarrolle el crecimiento agrícola, es decir se siga manteniendo la actividad agrícola en el sector.

7.3. IMPACTO EDUCATIVO-CULTURAL

**CUADRO No.103
IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL**

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

Elaborado por: La autora

$$NI(\text{EDUCATIVO} - \text{CULTURAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

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

$$NI = 2,5 = 3$$

ANÁLISIS:

Generación de conocimientos

Al ser un proyecto productivo y sustentable permite plantear alternativas de fortalecimiento, en la generación de nuevos conocimientos que permitan mejorar la productividad del sector, aplicando nuevas alternativas en la producción.

Mejoramiento tecnológico

Con la creación de la microempresa se realiza la aplicación de la tecnología que es una ventaja para mejorar la productividad aplicando nuevos métodos de producción al igual que buscando nuevos productos alternativos que pueden mejorar los ingresos del sector.

Capacitación continúa

Además permite mejorar el conocimiento de cada uno de sus empleados, debido a que la microempresa estará al tanto de capacitar al personal, permitiéndoles mejorar el desarrollo de sus actividades y tener mejor facilidad para poder cumplir con sus funciones encomendadas.

Interese por el producto

La microempresa genera un interés alto positivo por el producto, debida a que es una fruta poco cultivada en el sector, pero de acuerdo a las investigaciones se determina que existe un gran mercado que esta listo por adquirir el fruto.

7.4. IMPACTO AMBIENTAL

**CUADRO No. 104
IMPACTO AMBIENTAL**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Trabajo sin tóxicos						X		2
Producción natural							X	3
Salud humana						X		2
Contaminación ambiental						X		2
TOTAL						6	3	9

Elaborado por: La autora

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

$$NI = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2,25$$

ANÁLISIS:

Trabajo sin tóxicos

La microempresa para la producción del taxo evitara utilizar químicos que perjudique y contaminen al medio ambiente, el producto que se pretende entregar al mercado será cultivado con pocos químicos que afecten a la salud humana, el proyecto genera un impacto ambiental medio positivo.

Producción natural

El sistema de cultivo que la microempresa llevara a cabo es la producción natural la misma esta encaminada a la no utilización de productos químicos que alteren al medio ambiente.

Salud humana

El producto que será cultivado por la microempresa no afectara de ninguna manera en la salud humana de la persona, mas bien esta colaborando con los componentes nutricionales de las personas.

Contaminación del ambiente

La microempresa tomara desde un inicio de sus actividades las debidas precauciones para evitar efectos secundarios que perjudiquen el medio ambiente, en caso de suceder el personal encargado para este tipo de funciones tomar las medidas necesarias para evitar ciertas alteraciones.

7.5. IMPACTO GENERAL

CUADRO No. 105
IMPACTO GENERAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto Socio- Económico						X		2
Impacto Empresarial							X	3
Impacto Educativo-Cultural							X	3
Impacto Ambiental						X		2
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: La autora

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

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

$$NI = 2,5 = 3$$

ANÁLISIS:

El análisis de la matriz de impacto general, concluye que la creación de la microempresa va a generar impactos alto positivos porque benefician tanto a los habitantes del sector como a la misma microempresa, los impactos que presenta no son perjudiciales más bien están encaminados brindar soluciones a muchos problemas que se presentan como es la principal mejorar el aspecto económico del sector.

CONCLUSIONES

De la investigación efectuada se debe resaltar varios puntos considerados básicos y que permiten concluir que el proyecto para la **CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TAXO "Variedad Castilla", EN LA PARROQUIA LOS ANDES CANTÓN BOLIVAR, PROVINCIA DEL CARCHI**", en la forma propuesta, justifica el financiamiento y el respaldo necesario para la ejecución del proyecto presentado y la conveniencia de la inversión.

- En el análisis del diagnóstico se determinó la situación actual de la parroquia Los Andes, evidenciando que en este sector existe el monocultivo razón por la cual sus habitantes no generan mayores recursos, hay que destacar que la zona presenta las condiciones agronómicas idóneas para nuevas alternativas de producción como es el cultivo de taxo, que tiene grandes expectativas en el mercado tanto local como regional.
- Del estudio de mercado, se puede decir que la investigación de campo arroja datos que confirman la gran aceptación del consumo de la fruta debido a la existencia de infinidad de preparaciones para su consumo, en lo referente a la oferta es muy escasa o casi nula debido a la costumbre que tiene el agro al monocultivo, por tanto existe la factibilidad de mercado para el taxo.
- Del estudio técnico se determinó que la parroquia de Los Andes es un lugar estratégico para la implantación del proyecto, lo cual garantiza una rápida distribución del producto, debido a que se encuentra cerca de vías de primer orden, como también se definió un proceso productivo basado en la eficiencia.

- De acuerdo al análisis financiero se establece que la inversión justifica la puesta en marcha del proyecto, ya que al aplicar los evaluadores clásicos financieros confirman la rentabilidad de producir y comercializar taxo.
- La organización de la microempresa estará estructurada verticalmente y con el talento humano idóneo con la debida preparación técnica, sujeta a un manual de funciones para garantizar el éxito de la propuesta.
- Por último se concluye que los posibles impactos que genera el proyecto son positivos, en el ámbito socioeconómico, empresarial, educativo-cultural y ambiental.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se sugiere para mejorar la propuesta al momento de su gestión son:

- Gestionar ante organismos gubernamentales como el MAGAP para socializar nuevos emprendimientos en relación a la producción agrícola y beneficios económicos en la comunidad.
- Captar el mercado identificado en el área de influencia del proyecto con un producto calificado a través del mejoramiento en los procesos de control de calidad, como también buscar nuevas segmento de mercado para la fruta.
- Aprovechar las condiciones agronómicas y la localización estratégicas del proyecto, para incrementando la área de producción y poder conseguir mayor cobertura de mercado para la fruta.
- Llevar un control periodo de la situación financiera de la microempresa para la toma de decisiones adecuadas y a tiempo real, utilizando herramientas acorde a la actividad.
- Fomentar un clima organizacional donde el factor talento humano sea el mas importantes, para esto se debe efectuar inversiones en la capacitación permanente.
- Realizar controles ante posible eventualidades del proyecto en el entorno para implementar planes de contingencias, sea para potencializar los efector o mitigarlos.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Activo: Está formado por todos los valores propiedad de la empresa o institución, cuya fuente de financiamiento originó aumentos en las cuentas pasivas. Conjunto de bienes y derechos reales y personales sobre los que se tiene propiedad.

Activos circulantes: Conjunto de cuentas dentro de los activos de una empresa que se anticipan su conversión en efectivo en un plazo menor a un año. Están constituidos generalmente por caja y bancos, cuentas por cobrar, inventarios, etc.

Activos fijos: Activos permanentes que típicamente son necesarios para llevar a cabo el giro habitual de una empresa. Están constituidos generalmente por maquinaria, equipo, edificios, terrenos, etc.

Activos intangibles: Activos de tipo inmaterial, tales como patentes.

Agricultura: La agricultura es la labranza o cultivo de la tierra e incluye todos los trabajos relacionados al tratamiento del suelo y a la plantación de vegetales. Las actividades agrícolas suelen estar destinadas a la producción de alimentos y a la obtención de verduras, frutas, hortalizas y cereales.

Agricultura orgánica: se refiere a un procedimiento que utiliza métodos que respetan el medio ambiente desde las diversas fases de la producción, a través de la manipulación y transformación de los productos. La producción orgánica no sólo se interesa por el producto final que llega al consumidor.

Amortización: Pago parcial o total del principal de un préstamo.

Balances financieros: son informes que utilizan las instituciones para reportar la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado. Esta información resulta útil para la Administración, gestores, reguladores y otros tipos de interesados como los accionistas, acreedores o propietarios.

Balance de resultados: Muestra la Utilidad de la empresa durante un período, es decir, las ganancias y/o pérdidas que la empresa tuvo o espera tener.

Balance de situación inicial: El Balance inicial refleja la situación patrimonial de la empresa en el momento preciso en que están a punto de iniciarse las operaciones de la empresa, es decir justo antes de comenzar a registrarse éstas.

Capital de Trabajo: Diferencia del activo circulante respecto al pasivo circulante, cuyo margen positivo permite a las empresas cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

Capital Social: Es el conjunto de aportaciones suscritas por los socios o accionistas de una empresa, las cuales forman su patrimonio, independientemente de que estén pagadas o no.

Capitalización: Inversión de recursos en una empresa por parte de sus propietarios.

Costo de oportunidad: El costo de oportunidad se entiende como aquel costo en que se incurre al tomar una decisión y no otra. Es aquel valor o utilidad que se sacrifica por elegir una alternativa A y desprestigiar una alternativa B. Tomar un camino significa que se renuncia al beneficio que ofrece el camino descartado.

Costos de producción: Es la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso. Se define como el valor de los insumos que requieren las unidades económicas para realizar su producción de bienes y servicios.

Costo directo: Cualquier costo de producción que es directamente identificable en el producto final.

Costo fijo: Costo que no varía ante cambios en el nivel de producción.

Costo marginal: Adición al costo total como resultado de incrementar la producción en una unidad.

Cuello de botella: Cualquier factor que impide o reduce el flujo normal de un proceso, ya sea este productivo o económico.

Demanda: se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

Depreciación: Reducción del valor contable o de mercado de un activo.

Desembolso: Representa una salida de fondos.

Diagrama de bloque: Es la representación gráfica del funcionamiento interno de un sistema, que se hace mediante bloques y sus relaciones, y que, además, definen la organización de todo el proceso interno, sus entradas y sus salidas.

Diagnóstico: Es el resultado de un proceso de investigación relacionado con la organización y el funcionamiento de las empresas, que permite determinar y evaluar las relaciones de causas-efectos de los problemas detectados y dar solución integral a los mismos.

Dividendo: Pago de una empresa a sus propietarios por concepto de distribución de utilidades generadas.

Egresos: Erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto. Desembolsos o salidas de dinero, aun cuando no constituyan gastos que afecten las pérdidas o ganancias.

Estado de flujo de caja: El estado de flujos de efectivo es el estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Un Estado de Flujos de Efectivo es de tipo financiero y muestra entradas, salidas y cambio neto en el efectivo de las diferentes actividades de una empresa durante un período contable, en una forma que concilie los saldos de efectivo inicial y final

Estudio de factibilidad: es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran.

Estudio de mercado: es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener

como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

Estudio técnico: es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar como se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial.

Estudio financiero: es una técnica o herramienta que, mediante el empleo de métodos de estudio, permite entender y comprender el comportamiento del pasado financiero de una entidad y conocer su capacidad de financiamiento e inversión propia.

Flujograma: consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos.

Gastos administrativos: Son las erogaciones que corresponden a las oficinas generales, el departamento de contabilidad, la oficina de personal, el departamento de crédito y cobranza y demás actividades distintas de la venta de mercancías. Es una subdivisión de los gastos de operación.

Gastos de ventas: Son las erogaciones que están directamente relacionadas con la operación de ventas.

Gastos financieros: Gastos incurridos por la empresa en la obtención de recursos financieros y que están representados por los intereses y comisiones tanto de préstamos como de créditos recibidos por la empresa.

Impuesto: Tributo que se exige en función de la capacidad económica de los obligados a su pago.

Indicador: Magnitud utilizada para medir o comparar los resultados efectivamente obtenidos, en la ejecución de un proyecto, programa o actividad.

Índice de precios: Medida que refleja el nivel de precios de una economía en un momento dado.

Inflación: Aumento sostenido y generalizado de los índices de precios.

Ingresos: el concepto ingreso puede hacer referencia a las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicio.

Interés: Es el precio pagado por el uso de un dinero prestado.

Inversión fija: es la asignación de recursos reales y financieros para obras físicas.

Inversión diferida: que es un desembolso de la etapa Pre-Operativa

Inversión variable (capital de trabajo): El capital de trabajo es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio, que cubre el desfase natural entre el flujo de ingresos y egresos. Entre los activos circulantes y los pasivos circulantes.

Inversionista: Persona física o jurídica que aporta sus recursos financieros con el fin de obtener algún beneficio futuro.

Impactos: El impacto se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general.

Jerarquía: Forma de organización dentro de una institución de acuerdo a la importancia o autoridad de los cargos designados.

Liquidación: Conclusión de un negocio o proyecto mediante la venta de todos sus activos y la cancelación de todas sus deudas.

Liquidez: Estado de la posición de efectivo de una empresa y capacidad de cumplir con sus obligaciones de corto plazo.

Mercado: Conjunto de compradores y vendedores.

Mercado meta: Consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir.

Obligación: Cualquier tipo de deuda.

Pasivos: Obligaciones que tiene una empresa ante terceros.

Pasivos circulantes: Conjunto de cuentas dentro de los pasivos de una empresa que deben cancelarse en un período menor a un año.

Patrimonio: Propiedad real de una empresa o individuo, definida como la suma de todos los activos, menos, la suma de todos los pasivos.

Período de recuperación: Período que se requiere para que los ingresos netos de una inversión sean iguales al costo de la inversión.

Período fiscal: Período contable de 12 meses respecto al cual se da la información económica de las actividades de la empresa para los efectos del pago del impuesto sobre la renta.

Población económicamente activa: Comprende al conjunto de personas posibilitadas de trabajar y que cumplen los requisitos de edad para ello.

Presupuesto: Estimación financiera anticipada, generalmente anual, de los egresos e ingresos, necesarios para cumplir con las metas de los programas establecidos.

Producto: El producto no es más que un objeto físico que hace representación de una serie de satisfacciones o necesidades para el consumidor o comprador.

Producto Interno Bruto: Valor de los bienes y servicios producidos dentro de una economía durante un período específico.

Publicidad: La colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualesquiera de los medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones no lucrativas, agencias del estado y los individuos que intentan informar y/o persuadir a los miembros de un mercado meta en particular o a audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas

Sensibilidad del proyecto: En todo proyecto se trabaja con algunos factores sobre los que se tiene poder de decisión (variables controlables), y otros sobre los que sólo se pueden realizar estimaciones (variables no controlables). De acuerdo a lo anterior podemos definir al análisis de sensibilidad como el proceso de medición de variables que afectan el desarrollo del proyecto de inversión.

Solvencia: Capacidad de pago de las obligaciones.

Tasa interna de retorno (TIR): Tasa de rendimiento sobre una inversión de activos.

Utilidades: Son la medida de un excedente entre los ingresos y los costos expresados en alguna unidad monetaria.

Utilidades retenidas: Porción de las utilidades no pagadas como dividendos.

Valor actual neto (VAN): Es el valor presente (a hoy) de los flujos de efectivo de un proyecto descontados a una tasa de interés dada.

Variable: una variable es un **símbolo** que permite identificar a un elemento no especificado dentro de un determinado grupo.

BIBLIOGRAFÍA

- BRAVO, Mercedes, (2009), "Contabilidad General", Novena Edición, Editorial Nuevo día, Quito-Ecuador
- BRIGHAN, Eugene. Y HOUSTON Joel. (2005). Fundamentos de Administración Financiera, Decima Edición, Thomson Editores, México.
- BLOCK, Stanley B., HIRT, Geoffrey A., Año 2005, Administración Financiera, Segunda edición en español, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C. V., México, D. F.
- BACA URBINA, Gabriel. (2006) Evaluación de Proyectos. Quinta Edición Mac Graw Hill, México.
- CORDOBA, Marcial. (2006) Formulación y Evaluación de Proyectos. Primera Edición, Ecoe Ediciones, Colombia.
- CHARLES W. Lamb, (2006) Obra Marketing Octava Edición Edición Thomson - México.
- D' ALESSIO I. Fernando (2008) El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia Primera Edición Pearson Educación México.
- DÍAZ, M. Ángel. (2008) David y Goliat Iniciación del Proyecto. Primera Edición, Grupo Editor Alfaomega. México.
- HILL Charles W. y JONS Gareth R (2005) Administración Estratégica un Enfoque Integrado Sexta Edición Mac Graw Hill México.

- FLORES U. Juan, (2007). Proyectos de Inversión para las PYME, Primera Edición, Editorial Ecoe Ltda. Colombia.
- FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007) Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia Primera Edición, McGraw-Hill Interamericana. México.
- FISCHER, Laura y ESPEJO, Jorge (2004) Mercadotecnia Tercera Edición, Mc Graw Hill
- GITMAN, Laurence J. (2007) Principios de Administración financiera. Decimo Primera Edición, Pearson Educación, México.
- IVANCEVICH, John M., KONOPASKE, Robert., MATTESON, Michael T., Año 2006, Comportamiento Organizacional, séptima edición, McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C.V., México.
- JÁCOME Walter (2005) Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión – CUDIC Editorial Universitaria –Ibarra Ecuador
- HINDLE Tim (2008) Management, Primera Edición, Editorial The Economist. Argentina.
- KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary, Año 2008, Principios de Marketing, Duodécima edición, Editorial PEARSON EDUCACION S.A., Madrid (España).
- KOMIYA S. Raúl (2004) Marketing para PYMES Primera Edición, Editora Palomino. Perú

- MOLINA Calvache Antonio, Contabilidad general básica, año 2005, Cuarta edición, Editorial Inpretec, Quito-Ecuador
- MONTAÑO, S. Francisco. A., Año 2005, Mercadotecnia, Investigación y Análisis para el éxito, Primera edición, Editorial TRILLAS, S.A. de C.V., México, D.F.
- NÚÑEZ, Z. Rafael (2007) Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Trillas. México
- ORTIZ, Alberto G., Año 2005, Gerencia Financiera y Diagnóstico Estratégico, Segunda edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA, S.A., Bogotá-Colombia.
- ROMERO Javier, (2006) Principios de Contabilidad, Tercera Edición Editorial McGraw-Hill Interamericana México.
- SAPAG, CH. Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo., Año 2008, Preparación y Evaluación de proyectos, Quinta edición, McGRAW-HILL INTERAMERICANA, S.A., México.
- STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J., Año 2007, Fundamentos de Marketing, Decimocuarta edición en español, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C. V., México, D. F.
- VÁSQUEZ Lola y SALTOS Napoleón: Ecuador su realidad, fundación José Peralta, Quito Ecuador, 2006.
- WHEELLEN, Thomas L. HUNDER, David J. (2007) Administración Estratégica y Política de Negocios Décima Edición, Pearson Educación México.

- USAID (2005).La microempresa, McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.
- ZAPATA, Sánchez Pedro, Año 2008, Contabilidad general, Sexta edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.

LINCOGRAFÍA

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

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

www.monografias.com/Administracion_y_Finanzas/Contabilidad

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

<http://www.foromarketing.com>

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

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

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

<http://es.wikipedia.org/fruticultura>

<http://biologia.-del-naturalista/importancia-de-la-fruticultura.>

<http://lafruticultura>

<http://www.significadode.org/taxo.>

<http://www.olx.com.ec/q/taxo/c->

<http://biologia.-del-naturalista/importancia-de-la-fruticultura.>

<http://es.wikipedia.org/fruticultura.>

http://rafaela.inta.gov.ar/cambiorural/empresa_agropecuaria.htm.

<http://es.thefreedictionary.com/agricultura>

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA A LOS AGRICULTORES DE LA PARROQUIA LOS ANDES



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Objetivo: La presente encuesta tiene por objeto conocer la situación actual de la Parroquia Los Andes.

1. ¿Qué nivel de educación tiene?

- Primeria ()
- Secundaria ()
- Superior ()
- Ninguna ()

2. ¿Cuáles son los servicios básicos que la parroquia los Andes dispone?

- Agua potable ()
- Alcantarillado ()
- Agua de riego ()
- Fosa séptica ()
- Letrina ()
- Energía eléctrica ()
- Teléfono ()

3. ¿Las vías de acceso que tiene la parroquia para comercializar sus productos son:

- Adoquinadas ()
- Empedradas ()
- Tierra ()

4. ¿A que tipo de actividad económica se dedica?

Agrícola ()

Ganadera ()

5. ¿La tecnología que usted utiliza en su producción es?

Tradicional ()

Mejorada ()

6. ¿A que mercado se dirige sus productos?

Local ()

Nacional ()

7. ¿Su producto lo vende a?

Intermediarios ()

Consumidores finales ()

8. ¿Cómo determina el precio del producto?

Costos ()

Referencias del mercado ()

9. ¿Los trabajadores reciben algún tipo de capacitación para cultivar el producto?

Si ()

No ()

10. ¿Usted como productor utiliza alguna forma de control contable?

Si ()

No ()

11. ¿Qué tipo de financiamiento utiliza para cultivar sus productos?

Propio ()

Presta bancario ()

12. ¿Considera usted que el clima de la Parroquia los Andes favorece el cultivo de frutas como?

- | | |
|-----------------|-----|
| Mora | () |
| Tomate de árbol | () |
| Frutilla | () |
| Taxo | () |
| Granadilla | () |
| Otros | () |

13. ¿Ha considerado la posibilidad de cambiar el cultivo de productos tradicionales por los alternativos?

- | | |
|----|-----|
| Si | () |
| No | () |

14. ¿Usted tiene conocimiento que en la actualidad el taxo es una fruta considerada como un producto alternativo el cual tiene acogida en el mercado nacional e internacional?

- | | |
|----|-----|
| Si | () |
| No | () |

15. ¿Estaría usted de acuerdo que en la parroquia los Andes se forme una microempresa de producción y comercialización de taxo “ variedad castilla”

- | | |
|----|-----|
| Si | () |
| No | () |

16. ¿Le gustaría formar parte de una microempresa para fortalecer la producción y comercialización de taxo “variedad castilla” en la parroquia los Andes.

- | | |
|----|-----|
| Si | () |
| No | () |

Gracias por su Colaboración

ANEXO B: ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE AGRICULTORES DE LA PARROQUIA LOS ANDES SR. CARLOS ARAGÓN



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD CIENCIAS ADMINITRATIVAS Y ECONOMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

Objetivo: La presente encuesta tiene por objeto conocer la aceptación que tiene el taxo de castilla en la Provincia del Carchi.

1. **¿Cómo considera la rentabilidad de la actividad agrícola?**
.....
.....

2. **¿Cuales son los problemas que tiene la actividad agrícola en la zona?**
.....
.....

3. **¿Qué tipo de cultivos caracteriza a la zona?**
.....
.....

4. **¿Los precios de los productos que se comercializa en la zona son?**
.....
.....

5. **Como realizan la comercialización de los producto**
.....
.....

6. **¿Los agricultores reciben capacitación?**
.....
.....
7. **¿Que tipo de apoyo han recibido los agricultores por parte del gobierno?**
.....
.....
8. **¿Considera que la parroquia Los Andes reúne las condiciones agronómicas para la fruticultura?**
.....
.....
9. **¿Se ha emprendido nuevos cultivos en la zona?**
.....
.....
10. **¿Qué expectativas tienen los asociados de la actividad agrícola?**
.....
.....

Gracias por su Colaboración

ANEXO C: FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES POTENCIALES DE TAXO DE CASTILLA



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Encuesta dirigida: A restaurantes de la Provincia del Carchi.

Objetivo: La presente encuesta tiene por objeto conocer la aceptación que tiene el taxo de castilla en la Provincia del Carchi.

1. ¿Dónde compra usted el taxo de castilla?

- Supermercados ()
- Mercados populares ()
- Productores ()
- Vendedores ambulantes ()

2. ¿Estaría dispuesto a adquirir el taxo en presentación por cajas de 10 kilos?

- Si ()
- No ()

3. ¿Con que frecuencia adquirirá un caja de 10 kilos?

- Una caja por día ()
- Una cada dos días ()
- Una caja por semana ()

4. ¿El precio de compra del taxo lo considera?

- Caro ()
- Cómodo ()
- Barato ()

5. ¿De que calidad adquiere la fruta?

- Muy buena ()
Buena ()
Regular ()

6. ¿Cuál es el factor mas importante al adquirir la fruta?

- Calidad ()
Presentación ()
Bajos precios ()

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

- Si ()
No ()

8. ¿Su proveedor de taxo de castilla es?

- Productor ()
Intermediario ()
Ambos ()

9. ¿Cuenta usted con un proveedor de taxo de castilla permanente?

- Si ()
No ()

10. ¿Le gustaría incrementar sus proveedores permanentes?

- Si ()
No ()

11. ¿En que porcentaje se ha incrementado sus ventas anualmente en su establecimiento?

- 5% de incremento en ventas ()
10% de incremento en ventas ()
15% de incremento en ventas ()

Gracias por su Colaboración

**ANEXO D: FORMATO DE ENTREVISTAS ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS:
JEFES DE PRODUCCIÓN DE LAS INDUSTRIAS PROCESADORAS DE
LÁCTEOS.**



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

1. Es verdad que en la actualidad el taxo (variedad castilla) tiene una preferencia en las empresas procesadoras de lácteos se dice que es utilizado para ser procesado y obtener nuevos productos?

.....
.....

2. Cuales son los derivados del taxo que realiza su industria láctea

.....
.....

3. Considera usted que los derivados del taxo tiene grandes oportunidades en el mercado?

.....
.....

4. Para abastecerse del producto a que lugares acude?

.....
.....

5. Cada que tiempo y en que cantidad compra la fruta?

.....
.....

6. Que variedad de taxo utilizan para procesar y obtener el producto

.....
.....

7. Los proveedores del producto (taxo) lograr satisfacer las necesidades de la industria

.....
.....

8. Si se crearía un microempresa de producción de taxo estarían dispuestos a negociar para comprar el producto directamente.

.....
.....

Gracias por su Colaboración

ANEXO E: FORMATO DE ENTREVISTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE TAXO



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

1. Que tiempo lleva en la producción del taxo

.....
.....

2. Cual es la razón que tiene usted en preferir el cultivo del taxo

.....
.....

3. Que área de terreno ocupa para la producción de taxo

.....
.....

4. Los costos de producción del taxo son muy altos

.....
.....

5. La producción del taxo es rentable

.....
.....

6. Su producto a que mercado esta destinado

.....
.....

7. Cada que tiempo dispone el producto al mercado

.....
.....

8. El precio del taxo de que factores depende

.....
.....

9. Considera que su producción logra abastecer al mercado consumidor

.....
.....

Gracias por su Colaboración

ANEXO F: FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA



FICHA DE OBSERVACIÓN

	LUGAR:..... SECTOR:..... FECHA:.....	TITULO:..... FUENTE:.....	FICHA Nº
	Calidad de vida		
	Control de calidad		
	Condiciones de agronómica		
	Experiencia		
	Tipo de producto		
	Formas de producción		
	Vías de comunicación		
	Infraestructura		
	INVESTIGADOR:.....		

ANEXO G: DETERMINACIÓN DEL PRECIO

➤ DETERMINACIÓN DEL PRECIO

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{31.167,26}{7.760}$$

$$CFu = 4,01$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{11.052,40}{2320}$$

$$CVu = 4,76$$

$$\text{PRECIO} = CFu + CVu + 14\%CTu$$

$$\text{PRECIO} = 4,01 + 4,76 + 14\%CTu$$

$$\text{PRECIO} = 4,01 + 4,76 + 14\%(8,77)$$

$$\text{PRECIO} = 4,01 + 4,76 + 1,23$$

$$\text{PRECIO} = 10 \text{ dólares}$$

El precio por cada caja de taxo de 10 kilos será 10,00 dólares

ANEXO H: DETERMINACIÓN DE LA TENDENCIA DE CRECIMIENTO DEL SUELDO BÁSICO.

AÑO	SUELDO BÁSICO	$i = \frac{C_n}{C_o} - 1$
2007	200	
2008	218	0,09
2010	240	0,10
2011	264	0,10
2012	292	0,11
TOTAL		$\Sigma i = 0,397$

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0,397}{4} = 0,099$$

$$i = 9,9\%$$

ANEXO I: ROL DE PAGO

SUELDOS EN PRODUCCIÓN

Índice de crecimiento del 9,9%, corresponde a la tendencia del sueldo básico de los últimos 5 años

SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL						
No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Técnico agrónomo	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57
	MENSUAL	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57
	ANUAL	4200,00	4615,80	5072,76	5574,97	6126,89

PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	4.200,00	4.615,80	5.072,76	5.574,97	6.126,89
Aporte Patronal	510,30	560,82	616,34	677,36	744,42
Fondos de Reserva		384,65	422,73	464,58	510,57
Decimo Tercero	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57
Decimo Cuarto	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
Total costo de mano de obra	5.352,30	6.266,83	6.887,24	7.569,08	8.318,42

SUELDOS EN ADMINISTRACIÓN

Índice de crecimiento del 9,9%, corresponde a la tendencia del sueldo básico de los últimos 5 años

SUELDO BASICO UNIFICADO MENSUAL						
No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Gerente	400,00	439,60	483,12	530,95	583,51
1	Contadora	320,00	351,68	386,50	424,76	466,81
	MENSUAL	720,00	791,28	869,62	955,71	1050,32
	ANUAL	8640,00	9495,36	10435,40	11468,51	12603,89

SUELDOS EN VENTAS

PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	8.640,00	9.495,36	10.435,40	11.468,51	12.603,89
Aporte Patronal	1.049,76	1.153,69	1.267,90	1.393,42	1.531,37
Fondos de Reserva		791,28	869,62	955,71	1.050,32
Decimo Tercero	720,00	791,28	869,62	955,71	1.050,32
Decimo Cuarto	584,00	641,82	705,36	775,19	851,93
Total costo de sueldos administrativos	10.993,76	12.873,42	14.147,89	15.548,53	17.087,84

SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL						
No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Vendedor	300,00	329,70	362,34	398,21	437,63
	MENSUAL	300,00	329,70	362,34	398,21	437,63
	ANUAL	3600,00	3956,40	4348,08	4778,54	5251,62

PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE SELDOS EN VENTAS					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	3.600,00	3.956,40	4.348,08	4.778,54	5.251,62
Aporte Patronal	437,40	480,70	528,29	580,59	638,07
Fondos de Reserva		329,70	362,34	398,21	437,63
Decimo Tercero	300,00	329,70	362,34	398,21	437,63
Decimo Cuarto	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
Total sueldo en ventas	4.629,40	5.417,41	5.953,73	6.543,15	7.190,93

ANEXO J: COSTOS Y GASTOS DETALLADOS

COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL TAXO

JORNALES

Actividad	No. Aplicaciones	jornal por hectárea	Número de hectáreas	año 1
Siembra	1	5	4	20
aplicación de fertilizantes	4	2	4	32
aplicación de insecticidas	6	3	4	72
Deshierba	4	7	4	112
aporque	4	3	4	48
Cosecha	1	5	4	20

Actividad	n aplicaciones	jornal por hectárea	numero de hectáreas	año 2 hasta 5
aplicación de fertilizantes	4	3	4	48
aplicación de insecticidas	6	5	4	120
Deshierba	4	7	4	112
aporque	4	3	4	48
cosecha	4	5	4	80

INSUMOS EN KILOS				
Actividad	N° aplicaciones	kilos por hectárea	numero de hectáreas	AÑO 1
Fertilizante	4	50	4	800
Insecticidas y fungicidas	6	1	4	24
Actividad	N° aplicaciones	kilos por hectárea	numero de hectáreas	AÑO 2 hasta 5
Fertilizante	4	50	4	800
Insecticidas y fungicidas	6	1,25	4	30

COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL TAXO PARA EL PRIMER AÑO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
A. COSTOS DIRECTOS (CD)				
1. Preparación del suelo				
Arada y rastrada	horas/tractor	8	16	128
Surcado	horas/tractor	2	16	32
Subtotal preparación del suelo				160
2. Mano de Obra				
Técnico agrónomo	sueldo			5.352,30
Siembra	jornal	20	8	160
Fertilización	jornal	32	8	256
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	72	8	576
Deshierba	jornal	112	8	896
Aporque	jornal	48	8	384
Cosecha	jornal	20	8	160
Subtotal mano de obra				7.784,30
3. Insumos				
Plantas	Unidades	2668,00	0,20	533,60
Fertilizante	Kg	800	0,80	640
Insecticidas, fungicidas	Kg	24	8,00	192
Subtotal insumos				1.365,60
SUBTOTAL (CD)				9.309,90
B. COSTOS INDIRECTOS (CI)				
Imprevistos (5 % subtotal CD)				465,50
Herramientas y materiales para la producción				1.117,00
Pago del agua de riego				160,00
SUBTOTAL (CI)				1.742,50
TOTAL DE COSTOS (CD+CI)				11.052,40

COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL TAXO PARA EL SEGUNDO AÑO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
A. COSTOS DIRECTOS (CD)				
Subtotal preparación del suelo				
2. Mano de Obra				
Técnico agrónomo	sueldo			6.266,83
Fertilización	jornal	48	8,43	404,74
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	120	8,43	1.011,84
Deshierba	jornal	112	8,43	944,38
Aporque	jornal	48	8,43	404,74
Cosecha	jornal	80	8,43	674,56
Subtotal mano de obra				9.707,08
3. Insumos				
Fertilizante	Kg	800	0,84	674,56
Insecticidas, fungicidas	Kg	30	8,43	252,96
Subtotal insumos				927,52
SUBTOTAL (CD)				10.634,60
B. COSTOS INDIRECTOS (CI)				
Imprevistos (5 % subtotal CD)				531,73
Herramientas y materiales para la producción				1.177,32
Pago del agua de riego				168,64
SUBTOTAL (CI)				1.877,69
TOTAL DE COSTOS (CD+CI)/ha				12.512,29

COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA ARVEJA

ARVEJA

JORNALES

Actividad	No. aplicaciones	jornal por hectárea	numero de hectáreas	año 1
Siembra	1	5	4	20
aplicación de fertilizantes	2	2	4	16
aplicación de insecticidas	4	3	4	48
Deshierba	2	7	4	56
aporque	2	3	4	24
Cosecha	1	4	4	16

INSUMOS EN KILOS

Actividad	N° aplicaciones	kilos por hectarea	numero de hectreas	AÑO 1
Fertilizante	2	0,25	4	2
Insecticidas y fungicidas	4	0,75	4	12

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
A. COSTOS DIRECTOS (CD)				
1. Preparación del suelo				
Subtotal preparación del suelo				
2. Mano de Obra				
Siembra	jornal	20	8	160,00
Fertilización	jornal	16	8	128,00
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	48	8	384,00
Deshierba	jornal	56	8	448,00
Aporque	jornal	24	8	192,00
Cosecha	jornal	16	8	128,00
Subtotal mano de obra				1.440,00
3. Insumos				
Semilla	Kg	75,00	2,75	206,25
Fertilizante	kg	2	0,8	1,60
Insecticidas, fungicidas	kg	12	40	480,00
Costales	Unidades	150	0,25	37,50
Subtotal insumos				725,35
SUBTOTAL (CD)				2.165,35

B. COSTOS INDIRECTOS (CI)				
Imprevistos (5 % subtotal CD)				108,27
SUBTOTAL (CI)				108,27
TOTAL DE COSTOS (CD+CI)/ha				2.273,62

Gastos administrativos y de ventas

Servicios básicos

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	15	180
Agua	10	120
Teléfono	20	240
TOTAL		540

Mantenimiento computación

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	10	120
TOTAL		120

Publicidad

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio	120	240
Prensa	100	200
Trípticos	30	240
Internet	15	180
TOTAL		860

Combustible y mantenimiento vehículo

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Combustible vehículo	80	960
Mantenimiento vehículo	30	360
TOTAL		1320

ANEXO K: PLANTACIÓN DE TAXO

