



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA COMERCIALIZADORA DE FRÉJOL EMPACADO AL VACÍO, EN EL CANTÓN MIRA PROVINCIA DEL CARCHI.”

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

AUTORA: KARINA MARGOTH PAUCAR CUASTUMAL

DIRECTOR: Dr. WALTER JÁCOME PHD.

Ibarra, Noviembre, 2011

RESUMEN EJECUTIVO

La agricultura desempeña un rol muy importante en los procesos de desarrollo económico de un país, para el pequeño y mediano agricultor es su mayor fuente de ingreso, y de los granos utilizados en la alimentación, el fréjol ocupa gran importancia en toda América Latina. Por lo tanto la presente investigación se ha realizado con el propósito de realizar un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA COMERCIALIZADORA DE FRÉJOL EMPACADO AL VACÍO ,EN EL CANTÓN MIRA PROVINCIA DEL CARCHI”. Para ello, se realizó un diagnóstico técnico situacional, del sector agrícola en el Cantón Mira estableciendo aliados, oponentes, oportunidades y riesgos. Como también se analizó todos los aspectos que encierra el presente estudio. El estudio de mercado, reveló que la producción de esta leguminosa está dirigida a cumplir dos objetivos fundamentales que son, la alimentación y la comercialización e intentan satisfacer la demanda interna y externa de consumidores. Para determinar la localización óptima del proyecto se analizó diversos lugares estratégicos y el análisis de factores que contribuyeron a optar por la Parroquia Mira. Se realizó la Constitución Administrativa y legal de la microempresa, para su normal funcionamiento. Dentro de la evaluación económica financiera se analizó las inversiones fijas, diferidas, gastos de producción, y principales indicadores financieros, los cuales demuestran la factibilidad positiva en los escenarios estudiados. Finalmente se determino la incidencia de impactos en el proyecto, obteniendo un impacto medio positivo, en aspectos como: social, económico, empresarial y ambiental.

THE SUMMARIZE EXECUTIVO

The Agriculture carries out a very important role in economic development processes of a country and also for small and medium farmers it is their main source of income, grains are used for food, bean has great importance in all Latin America, so this project has been done with the purpose of making a "FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF A SMALL BUSINESS TO COMMERCE OF VACUUM PACKED BEANS IN THE , CANTÓN MIRA, at COUNTY OF THE CARCHI," this is because we have conducted a technical assessment Situation of agriculture in the Mira Canton with establishing allies, opponents, opportunities and risks. As also were discussed all aspects that the present study contains. Within of market research its revealed that the production of this product is aimed at fulfilling two fundamental objectives such a marketing food and another try to meet domestic demand and external customers. To determine the optimal locations of the project were analyzed several strategic locations and factors that have contributed to opt for Mira Parish, to guarantee the success of the Constitution it was made a study micro Administrative and legal, for normal operation. Within the financial economic evaluations were analyzed the fixed investments, deferred costs of production and financial indicators which demonstrate the feasibility positive in the scenarios studied. Finally, determine the incidence of impacts on the project, obtaining an average positive impact in areas such as: social, economic, business and environmental.

AUTORÍA

Yo, Karina Margoth Paucar Cuastumal, portadora de la cédula de ciudadanía N° 040153865-7 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría, y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional, y que he respetado las diferentes fuentes de información

Karina Paucar
040153865-7

CERTIFICACIÓN

En calidad de Director del trabajo de grado presentado por la egresada Karina Margoth Paucar Cuastumal, para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA, cuyo tema es “Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa comercializadora de fréjol empacado al vacío en el Cantón Mira Provincia del Carchi“, considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficiente para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

Ibarra, a los 20 días del mes de julio de 2011

Firma

DR. WALTER JÁCOME, PHD
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, PAUCAR CUASTUMAL KARINA MARGOTH, con cédula de identidad Nro. 040153865-7, 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 COMERCIALIZADORA DE FRÉJOL EMPACADO AL VACÍO EN EL CANTÓN MIRA PROVINCIA DEL CARCHI**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA C.P.A.**, 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.

.....

Karina Margoth Paucar Cuastumal

040153865-7

Ibarra a los 20 días del mes de julio del 2011



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:	040153865-7		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Paucar Cuastumal Karina Margoth		
DIRECCIÓN:	Avda. San Francisco		
EMAIL:	kari_d01@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062987737	TELÉFONO MÓVIL:	085011620

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA COMERCIALIZADORA DE FRÉJOL EMPACADO AL VACÍO EN EL CANTÓN MIRA PROVINCIA DEL CARCHI”
AUTORA :	Paucar Cuastumal Karina Margoth
FECHA: AAAAMMDD	MAYO-2011
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA. C.P.A.
ASESOR /DIRECTOR:	DR. WALTER JÁCOME PHD.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, PAUCAR CUASTUMAL KARINA MARGOTH, con cédula de identidad Nro. 040153865-7, 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 20 días del mes de julio del 2011

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre:

C.C.:

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Nombre: Lic. Ximena Vallejos

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico con todo mi cariño y amor,
a mis padres por su apoyo constante para
poder lograr mi objetivo y culminar con éxito mi
carrera universitaria, y por llenar mi vida con sus valiosos consejos.

Karina

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser la luz que ha guiado mi camino durante toda mi vida, a mis padres por ser el apoyo incondicional y estar siempre conmigo, a mi hermana y sobrina por su cariño y compañía.

A la Universidad Técnica del Norte, en especial a la Escuela de Contabilidad Superior y Auditoría de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas tanto autoridades y docentes por su invaluable aporte académica y de formación profesional.

A mis catedráticos, en especial al Dr. Walter Jácome, PHD. Asesor de tesis quien estuvo guiándome académicamente con su experiencia, y consejos hasta llegar a finalizar con éxito el presente proyecto.

Al Ing. Rolando Tarambís, por sus importantes aportes de asesoramiento y profesionalismo, a mis amigos y personas que supieron ayudarme.

Karina Paucar

PRESENTACIÓN

El “Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa comercializadora de fréjol empacado al vacío en el Cantón Mira Provincia del Carchi” está estructurado en siete capítulos: Diagnóstico , Bases Teóricas Científicas, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Organización de la Microempresa, Estudio Económico – Financiero, Impactos.

Capítulo I Diagnóstico.- en el diagnóstico situacional se obtuvo información a través de diferentes técnicas de recolección de datos como son : encuestas , entrevistas y observación directa , las mismas que luego de ser tabuladas y analizadas se determinaron aliados oponentes, oportunidades y posibles riesgos , planteando diferentes estrategias para cada cruce, finalmente en base a este método se identificó el problema que enfrentan los pequeños agricultores del Cantón Mira, que es la débil forma de comercialización .

Capítulo II Bases Teóricas Científicas.-contiene fundamentos teóricos basados en libros, páginas web.

Capítulo III Estudio de Mercado.- en él se analizó los resultados arrojados de la investigación preliminar a través de encuestas, entrevistas y datos fuentes de supermercados, centros de abastos, tiendas etc. acerca de la demanda, oferta, precios del fréjol empacado al vacío, esta información se contrastó y analizó para luego establecer el pronóstico de mercado.

Capítulo IV Estudio Técnico.- se detalla la ubicación óptima del proyecto, la distribución y diseño de la planta, como también el proceso cronológico y ordenado que utiliza la microempresa para ser eficientes en la comercialización de fréjol empacado al vacío.

Capítulo V Organización de la Microempresa.- en este capítulo se plantea el análisis interno administrativo y su constitución legal, tomando como base la visión, misión, el orgánico estructural y funcional de la nueva unidad económica.

Capítulo VI Estudio Económico – Financiero.- en él se estableció las inversiones, ingresos, costos, los diversos flujos etc. Con lo que se concluye si la microempresa es o no tanto viable como rentable su implantación en el Cantón Mira.

Capítulo VII Impactos.- describe los diferentes impactos que ocasionará la creación de la microempresa como son: económico, social, empresarial y ambiental que influirá en el desarrollo del presente proyecto.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
THE SUMMARIZE EXECUTIVO	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS	vi
AUTORIZACIÓN Y USO	viii
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
PRESENTACIÓN	xii
ÍNDICE GENERAL	xiv
ÍNDICE DE CUADROS	xxi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiv
INTRODUCCIÓN	xxvi

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes	29
Objetivos del diagnóstico	30
Objetivo general	30
Objetivos específicos	30
Variables Diagnósticas	31
Indicadores de las Variables	31
Matriz de Relación	33

Mecánica operativa	34
Determinación de la Población	34
Determinación de la Muestra	35
Información Primaria	36
Información Secundaria	37
Tabulación y Análisis de la Información	37
Determinación de aliados, oponentes, Oportunidades y riesgos	58
Cruces Estratégicos	60
Identificación del Problema.	61

CAPÍTULO II

BASES TEÓRICAS CIENTÍFICAS

La Microempresa	62
Definición de Microempresa	62
Objetivos de la Microempresa	62
Importancia de Microempresa Agrícola	63
El Fréjol	63
Variedades de Fréjol	64
Producción del Fréjol	64
El Fréjol en el Ecuador y Como Producto de Consumo	65
Empaque al vacío del Fréjol	66
Proceso empaçado al vacío del fréjol	66
Comercialización	67
Estrategia Comercial	67
Estructura Organizacional	68
Misión	68
Visión	68
Organización Estructural	68
Estudio de Mercado	69

Mercado Meta	70
Oferta	70
Demanda	71
Precio	71
Comercialización	72
Estudio Técnico	74
Tamaño del Proyecto	74
Localización del Proyecto	74
Estudio Financiero	78
Ingresos	78
Egresos	79
Estado de Arranque	80
Estado de Resultados	80
Flujo de Caja	81
Evaluación Financiera	81
Impactos	84

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Presentación	85
Identificación del Producto	86
Características del Producto	86
Usos del Producto	88
Mercado Meta	88
Investigación de Campo	89
Análisis y Tabulación de las Encuestas	90
Análisis de la Demanda	102
Comportamiento de la Demanda	102
Proyección de la Demanda	103
Análisis de la Oferta	103

Proyección de la Oferta	104
Balance Demanda – Oferta	105
Demanda Potencial a Satisfacer	106
Pronóstico de Ventas	106
Análisis de Precios	107
Plan de Comercialización	108
Estrategias para Producto	111
Estrategias para Publicidad y Promoción	111
Estrategias de Plaza o Distribución	112
Conclusiones del Estudio	113

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Presentación	114
Localización óptima del Proyecto	114
Macro Localización	115
Micro Localización	115
Tamaño del Proyecto	117
Tamaño el Mercado	117
Materia Prima	118
Mano de Obra	118
Financiamiento	118
Capacidad del Proyecto	118
Distribución de la Planta	119
Diseño de Instalaciones	120
Diagrama de bloque	122
Proceso de Almacenamiento y Comercialización	123
Flujo grama de Proceso	124
Curso grama Analítico de Actividades	125
Presupuesto Técnico	126

CAPÍTULO V

ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

Análisis Interno de la Microempresa	131
Nombre de la Microempresa	131
Logotipo	131
Misión	132
Visión	132
Objetivos Micro Empresariales	132
Políticas de la Micro Empresa	133
Principios y Valores	133
Principios	133
Valores	134
Estructura Orgánica de la Microempresa	135
Organigrama de la Microempresa	135
Niveles Administrativos	136
Orgánico Funcional	137
Análisis Legal	142

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

Inversión del Proyecto	145
Cálculo del Coste de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio	146
Tasa de Rendimiento Medio	146
Inversión Fija	146
Terrero	147
Infraestructura	147
Vehículo	147

Maquinaria y Equipo	148
Herramientas y Materiales para la Producción	148
Muebles y Enseres	149
Equipo de Computación	149
Equipo de Oficina	149
Inversión Diferida	150
Ingresos	151
Proyección de Ingresos	152
Egresos	152
Costos de producción	152
Gastos Administrativos	154
Gastos ventas	156
Financiamiento	158
Balance de Arranque	159
Estados Financieros de Resultados	159
Flujo de caja con protección	160
Evaluación Financiera	162
Valor Actual Neto	162
Tasa interna de retorno (TIR)	163
Sensibilidad del TIR	163
Periodo de Recuperación de la Inversión	165
Beneficio – Coste	166
Punto de Equilibrio	167
Resumen de Evaluación	168

CAPÍTULO VII

ESTUDIO DE IMPACTOS

Matriz de Impacto Social	170
Matriz de Impacto Económico	171

Matriz de Impacto Empresarial	172
Matiz de Impacto Ambiental	173
Matriz General de Impactos	174
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	175
BIBLIOGRAFÍA	177
LINCOGRAFÍA	179
GLOSARIO	181
ANEXOS	183

ÍNDICE DE CUADROS

1	Matriz de Relación Diagnóstica	33
2	Distribución de la Población del Cantón Mira	34
3	Muestreo Estratificado con Afijación Proporcional	36
4	Variedades de fréjol	62
5	Flujo grama de procesos	72
6	Composición Química de fréjol	83
7	Descripción del Producto	83
8	Consumidores Potenciales	85
9	Comportamiento de la demanda	98
10	Proyección de la demanda	99
11	Análisis de la Oferta cantón Tulcán	99
12	Análisis de la Oferta cantón Tulcán	99
13	Análisis de la Oferta cantón Montufar	100
14	Proyección de la Oferta	100
15	Balance Demanda – Oferta	101
16	Demanda Potencial a Satisfacer	101
17	Pronóstico de Ventas	102
18	Ventas en Presentación de 500 gramos	102
19	Análisis de precios	103
20	Cuña de radio	111
22	Micro localización	115
23	Croquis ubicación de la microempresa	117
24	Distribución del área de construcción	120
25	Diagrama de Bloque	122
26	Flujo grama de proceso	124
27	Plantilla para la producción de fréjol empacado al vacío	127

28	Distribución de Construcción de las Instalaciones	128
29	Construcción de las Instalaciones y de la Planta	129
30	Maquinaria y equipo de producción	129
31	Herramientas de producción	129
32	Muebles de Oficina	130
33	Equipo de Oficina	130
34	Suministros de oficina	131
35	Equipo de Computación	131
36	Organigrama de la microempresa	135
37	Matriz de competencia	138
38	Inversión del proyecto	145
39	Cálculo de la tasa de rendimiento medio	146
40	Terreno	147
41	infraestructura	147
42	Vehículo	147
43	Maquinaria y equipo	148
44	Herramientas y materiales para la producción	148
45	Muebles y enseres	148
46	Equipo de computación	149
47	Equipo de oficina	149
48	Resumen de activos fijos	150
49	Gastos de constitución	150
50	Capital de Trabajo	151
51	Proyección de ingresos	152
52	Materia prima	152
53	Mano de obra	153
54	Empaques	153
55	Mantenimiento de maquinaria y equipo	154
56	Resumen general de costos de producción	154
57	Resumen de costos de producción	154
58	Sueldos y salarios	155
59	Servicios Básicos	155

60	Suministros de Oficina	155
61	Mantenimiento	156
62	Resumen de gastos administrativos	156
63	publicidad	157
65	Resumen de gastos de venta	157
66	Resumen general de gastos	157
67	Tabla de amortización	158
68	Depreciación	158
69	Balance de arranque	159
70	Estado de resultados proyectados	160
71	Flujo de caja con protección	161
72	Valor actual neto	162
73	Tasa interna de retorno	162
74	Sensibilidad del TIR - 5 %	163
75	Sensibilidad del TIR 6 %	164
76	PRI inversión con valores corrientes	164
77	Flujos deflactados	165
78	PR con valores constantes	165
79	Beneficio - coste	165
80	Resumen de Evaluación Financiera	167
81	Matriz de valoración	169
82	Matriz de impacto social	170
83	Matriz de impacto económico	171
84	Matriz de impacto empresarial	172
85	Matriz de impacto ambiental	173
86	Matriz general de impactos	174

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1	Tipo de actividad Económica	38
2	Servicios Básicos que cuentan los agricultores	39
3	Vías de acceso que tiene la Parroquia	40
4	Extensión de Terreno para la producción de fréjol	41
5	Producción de fréjol por Hectáreas	42
6	Frecuencia de Producción de Fréjol	43
7	Tiempo que lleva en la producción de fréjol	44
8	Estabilidad en la actividad que desempeña	45
9	Clase de semilla de fréjol	46
10	Variedad de fréjol que siembra	47
11	Venta del Producto	48
12	Herramientas para la Preparación del terreno	49
13	Productos de mayor demanda	50
14	Capacitación y Asesoramiento	51
15	Elementos para fijar el precio de Venta	52
16	Capital con que trabaja	53
17	Funcionamiento de la microempresa	54
18	Nivel de Educación	57
19	Adquisición fréjol empacado al vacío	91
20	Aspectos para adquirir producto empacado al vacío	92
21	Presentación del fréjol empacado al vacío	93
22	Entrega del producto empacado al vacío	94
23	Precio del Producto	95
24	Tipo de Envases para la comercialización	96
25	Marca del producto más reconocido	97
26	Importancia de la marca al adquirir producto	98
27	Frecuencia de adquisición de fréjol	99
28	Cantidad de adquisición de fréjol	99

29	Logotipo de la microempresa	109
30	Diseño del Empaque	110
31	Presentación del Producto	110
32	Sistema de Comercialización	112
33	Diseño de las instalaciones	121

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

La provincia del Carchi está formada por seis cantones: Bolívar, Espejo, Mira, Tulcán, Montufar y San Pedro de Huaca. Su población es de 152.939 habitantes; constituye un territorio con diversidad de recursos donde se desarrollan un sinnúmero de actividades, entre las que se destacan, la agricultura, ganadería y el comercio como actividades que sustentan la economía de la provincia.

Actualmente existen problemas que afectan a los productores de nuestra zona, una de ellas es la inexistencia de una microempresa que brinde productos de alto nivel de comercialización hacia diferentes mercados.

Con la implementación del presente proyecto es la oportunidad de brindar apoyo a los pequeños y medianos agricultores del fréjol en la utilización de nuevas tecnologías y metodologías, lo que permitirá mejorar la producción y la comercialización tanto en cantidad como en calidad.

Frente a esta situación, se plantea un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa comercializadora de fréjol empacado al vacío, con la finalidad de incrementar la producción de fréjol y poder exportar mayor cantidad de producto, mejorar el nivel de ingresos de los trabajadores y a la vez fortalecer la cadena productiva de fréjol.

JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto referente a la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de fréjol empacado al vacío está dirigido a mejorar directamente las condiciones de vida de agricultores frejoleros del Cantón Mira, Incrementar los ingresos económicos, mejorar la productividad; e incrementar la producción; mejorando cada vez más el producto con bajo contenido de químicos.

Y como beneficiarios indirectos sería los proveedores de la semilla de fréjol, los consumidores finales porque van a adquirir un producto de buena calidad en una mejor presentación, ya que los mayoristas e intermediarios comprarían dicho producto para satisfacer las necesidades de la población del Carchi, Imbabura y Colombia.

Este proyecto tendrá un interés regional ya que la siembra , producción y comercialización del fréjol ayuda a la economía de las diferentes provincias productoras de este bien de consumo, con lo cual se generan muchas fuentes de trabajo; ya que la comercialización de fréjol empacado al vacío se lo venderá en diferentes lugares de la Provincia del Carchi como Supermercados , Centros de Abastos , Tiendas etc.

OBJETIVO GENERAL

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa, comercializadora de fréjol empacado al vacío, en el Cantón Mira Provincia del Carchi.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico técnico situacional externo, en el Cantón Mira para determinar, aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.
- Establecer las bases teóricas científicas que sustenten el proyecto utilizando información bibliográfica y documental actualizada.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda del fréjol empacado al vacío, existente en el mercado.
- Realizar un estudio técnico para el presente proyecto lo cual permita determinar sus capacidades operativas.
- Determinar la estructura organizativa y funcional de la microempresa dedicada a la comercialización de fréjol empacado al vacío.
- Realizar una evaluación económica financiera que permita determinar el monto óptimo de inversión así como la rentabilidad que generará el proyecto.
- Conocer la influencia de los principales impactos que generará el presente proyecto en los ámbitos económico, social, empresarial y ambiental.

CAPÍTULO I

1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

El Cantón Mira, ubicado al suroeste de la Provincia del Carchi cuenta con una población de 12919 habitantes dividida en cuatro Parroquias como son: Mira, Concepción, Jijón y Caamaño, Juan Montalvo.

Ocupa el segundo lugar en extensión territorial (587,8 km²) dentro de la provincia del Carchi, es el Cantón más privilegiado al brindarnos en solo tres horas de recorrido, la mayor diversidad climática (cálido húmedo, cálido seco, temperado andino y frío).

Mira cuenta con un agradable clima, que promedia los 18° C, por esta razón: la principal actividad económica del Cantón es la agricultura entre sus principales productos tenemos granos de buena calidad (fréjol, arveja, maíz); tubérculos (papa, camote, zanahoria blanca); variados frutos (aguacate, limón, durazno, guaba, chirimoya, tomate de árbol) entre otros.

De esta forma la agricultura logra incorporar, en su mayoría, la mano de obra local disponible en el entorno, lo que consolida la estructura productiva cantonal.

Básicamente la población de Mira se dedica a la agricultura entre el principal producto tenemos el fréjol, ya que cada región o lugar suele alimentarse principalmente con los frutos que da la tierra, por esta razón en Mira predominan los granos en la comida diaria, siendo la base de su alimentación casi “vegetariana”

El producto líder es el fréjol, el mismo que tiene temporadas de sobre oferta y de escasez, lo que hace que los precios sean flotantes afectando significativamente a los ingresos de los agricultores

El diagnóstico está planificado para realizarlo en tres meses con la participación de los agricultores de la zona de Mira y autoridades involucradas en la producción agrícola.

1.2 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

- Realizar un diagnóstico situacional externo en el Cantón Mira, para determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, posibles referentes al proyecto.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar los aspectos Socioeconómicos más relevantes de la zona rural del Cantón Mira
- Analizar los sistemas de producción agrícola utilizados actualmente.
- Identificar los sistemas de comercialización que se emplean para la producción agrícola de la zona.
- Establecer la calidad del talento humano que labora en las actividades agrícolas rurales del Cantón Mira.
- Investigar el manejo monetario proveniente de las actividades agrícolas.

1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Habiendo realizado las primeras etapas del diagnóstico, se ha identificado las siguientes variables que serán motivo de estudio y de un exhaustivo análisis.

- Situación Socioeconómica
- Producción
- Comercialización
- Talento Humano
- Manejo Monetario (ingresos – egresos)

1.4 INDICADORES DE LAS VARIABLES

De acuerdo a las variables expuestas anteriormente, a continuación se detallan sus correspondientes indicadores o aspectos más importantes para su análisis.

1.4.1 SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA

- Servicios Básicos
- Nivel de Educación
- Vías de Comunicación
- Tipo de Actividad

1.4.2 PRODUCCIÓN

- Tipo de producto
- Tecnología
- Formas de Producción
- Área de Producción
- Volumen de producción
- Materia prima e insumos
- Mano de obra

1.4.3 COMERCIALIZACIÓN

- Tipo de mercado
- Competencia
- Demanda
- Canales de distribución
- Precio
- Preferencia de Producto
- Frecuencia de Consumo

1.4.4 TALENTO HUMANO

- Asociatividad
- Capacitación
- Estabilidad
- Relación de Dependencia
- Experiencia
- Preparación académica

1.4.5 MANEJO MONETARIO (INGRESOS – EGRESOS)

- Formas de financiamiento
- Capital de trabajo
- Costos de producción
- Rentabilidad
- Registros
- Destino de los ingresos
- Control de Gastos

1.5 MATRIZ DE RELACIÓN

CUADRO Nº 1

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTES DE INFORMACIÓN
Determinar los aspectos Socioeconómicos más relevantes de la zona rural del Cantón Mira	Situación Socioeconómico	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Servicios Básicos ➤ Nivel de Educación ➤ Vías de Comunicación ➤ Tipo de Actividad 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuesta ➤ Encuesta ➤ Encuesta ➤ Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ productores agrícolas ➤ productores agrícolas ➤ productores agrícolas ➤ productores agrícolas
Analizar los sistemas de producción agrícola utilizados actualmente.	Producción	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tipo de producto ➤ Formas de producción ➤ Volumen de producción ➤ Materia prima ➤ Frecuencia de producción ➤ Área de producción ➤ productividad 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuesta ➤ Encuesta ➤ Encuesta ➤ Entrevista-Encuesta ➤ Encuesta ➤ Encuesta ➤ Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ productores agrícolas ➤ productores agrícolas ➤ productores agrícolas ➤ experto(Ing.Agrónomo)- ➤ productores agrícolas ➤ productores agrícolas ➤ productores agrícolas
Identificar los sistemas de Comercialización que se emplean para la producción agrícola de la zona.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tipo de mercado ➤ Competencia ➤ Demanda ➤ Canales de distribución ➤ Presentación del producto ➤ Precio ➤ Preferencia de producto ➤ Frecuencia de consumo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuesta ➤ Encuesta ➤ Encuesta ➤ Encuesta ➤ Entrevista/Encuesta ➤ Encuesta ➤ Encuesta ➤ Encuesta- Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Productores agrícolas
Investigar la forma como manejan sus ingresos y egresos.	Manejo Monetario (Ingresos –Egreso)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Formas de financiamiento ➤ Capital de trabajo ➤ Costos de producción ➤ Rentabilidad ➤ Registros 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuesta ➤ Encuesta ➤ Encuesta ➤ Encuesta ➤ encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Productores agrícolas
Establecer la calidad del talento humano que labora en las actividades agrícolas del Cantón Mira	Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Asociatividad ➤ Capacitación ➤ Estabilidad ➤ Experiencia ➤ Preparación Académica 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuesta ➤ Encuesta ➤ Encuesta ➤ Encuesta ➤ Encuesta ➤ Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Productores agrícolas

1.6 MECÁNICA OPERATIVA

El presente diagnóstico se lo ha realizado en base a las diferentes técnicas estadísticas de investigación de campo.

1.6.1 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para la identificación de la población, en el presente diagnóstico se utilizó los datos estadísticos, del último Censo del INEC año 2010, como también datos del Plan de Desarrollo del Carchi, lo cual se tomó como unidad de análisis a la población que conforman el Cantón Mira, en un total de 12.919 habitantes

➤ Para la producción se priorizó como objeto de estudio a los agricultores del Cantón Mira siendo 3.506 , en cuanto al número de familias que se dedican a la agricultura , siendo este dato la población identificada.

CUADRO Nº 2
DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN MIRA
SEGÚN PARROQUIAS
ÁREA RURAL Y URBANA

PARROQUIAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	12.919	6.517	6.402
Área(urbano)Área Rural	2.896 10.023	1.380 5.137	1.516 4.886
Mira	29.91%	49.2%	50.8%
Concepción	33.71%	50.43%	49.57%
Jijón y Caamaño	22.07%	53.84%	46.16%
Juan Montalvo	14.31%	50.35%	49.65%

Fuente: INEC, Censo de Población diciembre 2010
Elaborado: Autora

1.6.2 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

La población conformada por los agricultores debido a ser mayor a 100 unidades se procedió al cálculo de la muestra mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot \delta^2 \cdot Z^2}{E^2(N-1) + \delta^2 \cdot Z^2}; \text{ en donde}$$

n: tamaño de la muestra, número de unidades a determinarse

N: universo o población a estudiarse

N-1: corrección que se usa para muestras mayores a 30 unidades

E: límite aceptable de error de muestra (5%)

Z²: nivel de confianza, 1.96

δ²: Varianza de la población, valor constante de 0.25

$$n = \frac{3506(0.25) (1.96)^2}{(0.05)^2 (3506-1) + (0.25) (1.96)^2}$$

$$n = 346$$

En la muestra de la población identificada se aplicaron 346 encuestas, para obtener la información requerida.

El número de encuestas que se realizó a los agricultores en cada parroquia del área rural del Cantón Mira se efectuó en base al siguiente factor proporcional:

N: población F: n/N

n: tamaño de la muestra

$$F: 346/3506=0,098687963$$

F: factor muestral

CUADRO Nº 3

MUESTREO ESTRATIFICADO CON AFIJACIÓN PROPORCIONAL

PARROQUIAS RURALES (EXTRACTOS)	POBLACIÓN	F: n/N F: 346/3506	Nº DE ENCUESTAS
Concepción	1.181,87	0,098687963	117
Jijón y Caamaño	773,77	0,098687963	77
Juan Montalvo	501,71	0,098687963	50
Mira	1.048,64	0,098687963	102
TOTAL	3.506		346

Fuente: INEC

Elaborado: Autora

1.6.3 INFORMACIÓN PRIMARIA

La recolección de la información primaria se ha realizado en base a lo siguiente:

- **ENCUESTAS:** las encuestas se las realizó a los habitantes del Cantón Mira dirigidas a productores, , aplicando preguntas referentes a producción ,formas de organización , aspectos relacionados con la actividad productiva las cuales se obtuvo importante información que nos permitió determinar de manera clara y concisa aspectos de mucho interés para la presente investigación.
- **ENTREVISTA CON EXPERTOS:** la entrevista se aplicó a Ingeniero Agrónomo con conocimientos de producción de productos agrícolas con el fin de determinar el tratamiento de los procesos de producción de fréjol.

1.6.4 INFORMACIÓN SECUNDARIA

Para ampliar la información obtenida y que sirvió de sustento teórico sobre la producción y comercialización de fréjol se recurrió a la siguiente información:

- Documentos escritos por el INIAP referentes a la producción de fréjol
- Plan de Desarrollo del Carchi
- Folletos que publica el Ministerio de Agricultura y Ganadería
- Libros referente al tema de investigación
- El internet que es un medio fabuloso que permitió ampliar la información científica y técnica de la investigación.

1.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

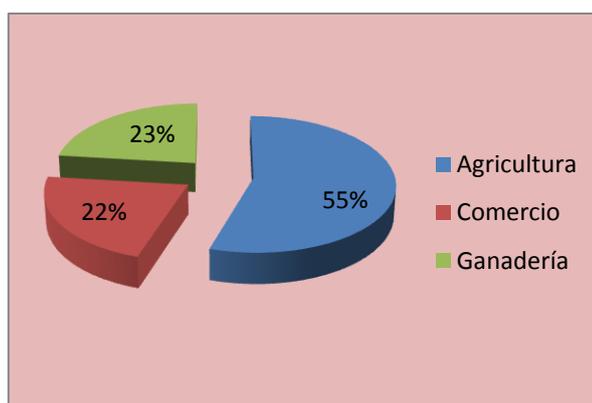
1.7.1 ENCUESTA APLICADA A LOS AGRICULTORES DEL CANTÓN MIRA.

1 ¿A QUÉ TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA SE DEDICA?

TABLA N° 1
TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Agricultura	190	55%
Comercio	76	22%
Ganadería	80	23%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO N° 1
TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA



Fuente: Encuesta agricultores, Cantón Mira, Diciembre 2010
Elaborado: Autora

ANÁLISIS.

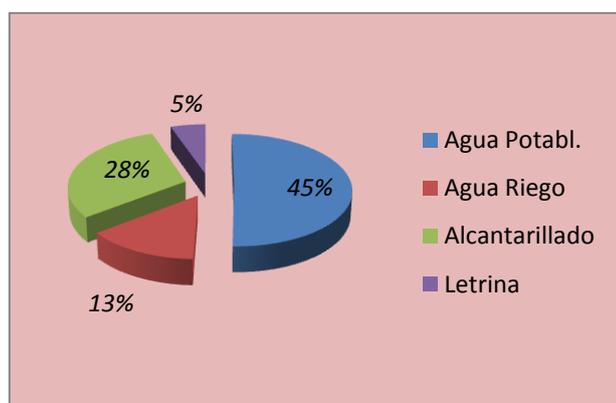
En las encuestas que se realizó a los agricultores de las parroquias rurales del Cantón Mira se llegó a determinar lo siguiente: el mayor porcentaje de la población tomada como análisis, se dedica a la producción agrícola desde hace mucho tiempo, mientras que el resto de encuestados se han dedicado a otro tipo de producción por lo cual podemos manifestar que el Cantón Mira tiene mucha experiencia dentro de la actividad agrícola, es decir que los productos de esta zona son de muy buena calidad.

2 ¿CUÁLES SON LOS SERVICIOS BÁSICOS CON LOS QUE CUENTA UD.?

TABLA N° 2
SERVICIOS BÁSICOS

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Agua Potable.	162	45%
Agua Riego	45	17%
Alcantarillado	97	28%
Letrina	17	10%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO N° 2
SERVICIOS BÁSICOS



Fuente: Encuesta agricultores, Cantón Mira, Diciembre 2010
Elaborado: Autora

ANÁLISIS.

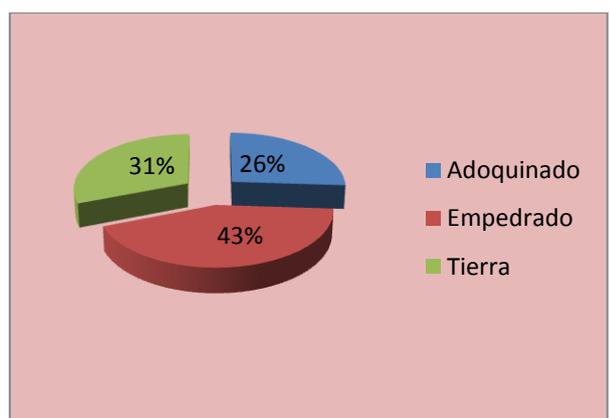
En base a la información obtenida se conoce que la mayoría de la población del Cantón Mira cuenta con el principal servicio básico, ya que el 45% que representa 162 agricultores, manifestaron que cuentan con agua potable que es lo básico para subsistir y a la vez ayuda a que tengan condiciones adecuadas para sus cultivos ya que es un medio vital para toda la humanidad.

3 ¿LAS VÍAS DE ACCESO QUE TIENE LA PARROQUIA PARA TRANSPORTAR LOS PRODUCTOS ES?

TABLA N° 3
VÍAS DE ACCESO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Adoquinado	90	26%
Empedrado	149	43%
Tierra	107	31%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO N° 3
VÍAS DE ACCESO



Fuente: Encuesta agricultores, Cantón Mira, Diciembre 2010
Elaborado: Autora

ANÁLISIS.

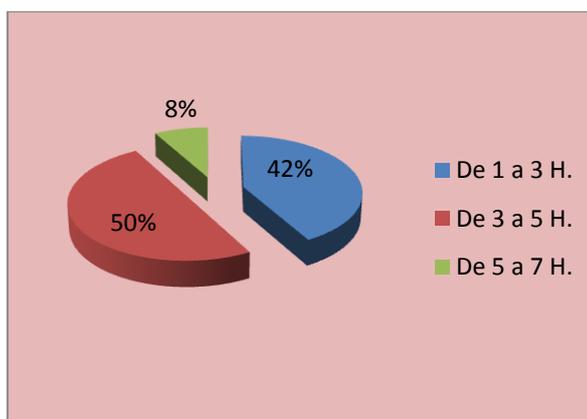
Como resultado de las encuestas que se realizó en el Cantón Mira, el 43% de la población manifiesta que las vías de acceso es empedrado, ya hay veces que se les dificulta un poco debido a que no existe mucho transporte por el mal estado de las vías a diferencia del 26% sus vías son adecuadas es decir son adoquinadas lo cual no tiene mucho problema al transportar sus productos a otros lugares.

4 ¿QUÉ EXTENSIÓN DE TERRENO DESTINA PARA LA PRODUCCIÓN DE FRÉJOL?

TABLA N° 4
EXTENSIÓN DE TERRENO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
De 1 a 3 H.	145	42%
De 3 a 5 H.	173	50%
De 5 a 7 H.	28	8%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO N° 4
EXTENSIÓN DE TERRENO



Fuente: Encuesta agricultores, Cantón Mira, Diciembre 2010
Elaborado: Autora

ANÁLISIS.

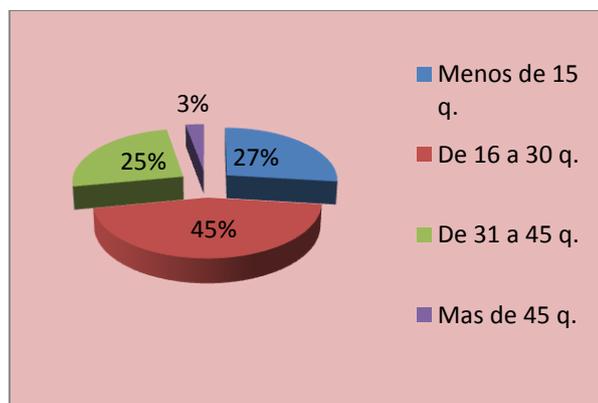
En base a la información recopilada la mayor parte de agricultores destinan en un promedio de 1 a 5 hectáreas para la producción de fréjol, es decir que la mayoría de la población se dedica a la siembra de fréjol a diferencia del 8 % destina más hectáreas ya que no únicamente siembra fréjol sino también destina este espacio para otros productos que le generen rentabilidad.

5 ¿CUÁL ES LA PRODUCCIÓN DE FRÉJOL POR HECTÁREAS DE TERRENO?

TABLA N° 5
PRODUCCIÓN DE FRÉJOL POR HECTÁREA

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Menos de 15 q.	93	27%
De 16 a 30 q.	156	45%
De 31 a 45 q.	87	25%
Más de 45 q.	10	3%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO N° 5
PRODUCCIÓN DE FRÉJOL POR HECTÁREA



Fuente: Encuesta agricultores, Cantón Mira, Diciembre 2010
Elaborado: Autora

ANÁLISIS.

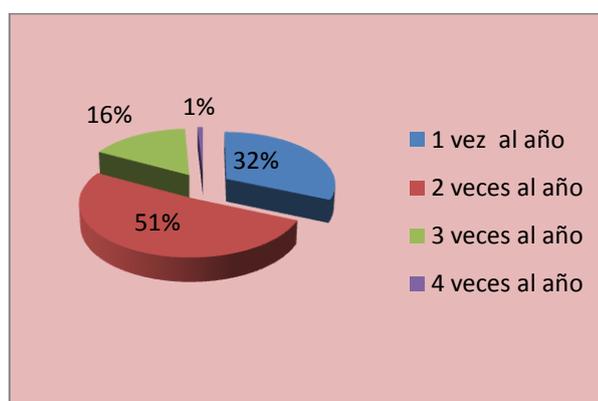
Con la investigación de campo se logró determinar que la mayor parte de agricultores producen de 16 a 30 quintales lo que se puede concluir que los niveles de productividad en la zona son altos claro está que los factores ambientales son determinantes en el ciclo productivo.

6 ¿CUÁLES LA FRECUENCIA DE PRODUCCIÓN DE FRÉJOL?

TABLA N° 6
FRECUENCIA DE PRODUCCIÓN DE FRÉJOL

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
1 vez al año	111	32%
2 veces al año	177	51%
3 veces al año	55	16%
4 veces al año	4	1%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO N° 6
FRECUENCIA DE PRODUCCIÓN DE FRÉJOL



Fuente: Encuesta agricultores, Cantón Mira, Diciembre 2010
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

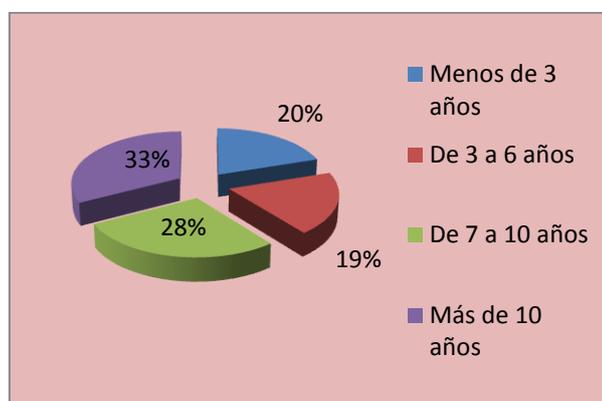
Mediante la información recolectada se confirmó que la producción del fréjol en la zona es de dos ciclos de cultivo por año ya que las semillas utilizadas son de ciclo corto, como también existen variedades de fréjol que se cultiva en forma anual.

7 ¿QUÉ TIEMPO LLEVA EN LA ACTIVIDAD DE PRODUCCIÓN DE FRÉJOL?

TABLA N° 7
TIEMPO EN LA ACTIVIDAD DE PRODUCCIÓN
DE FRÉJOL

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Menos de 3 años	69	20%
De 3 a 6 años	66	19%
De 7 a 10 años	97	28%
Más de 10 años	114	33%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO N° 7
TIEMPO EN LA ACTIVIDAD DE PRODUCCIÓN
DE FRÉJOL



Fuente: Encuesta agricultores Cantón Mira Diciembre 2010
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

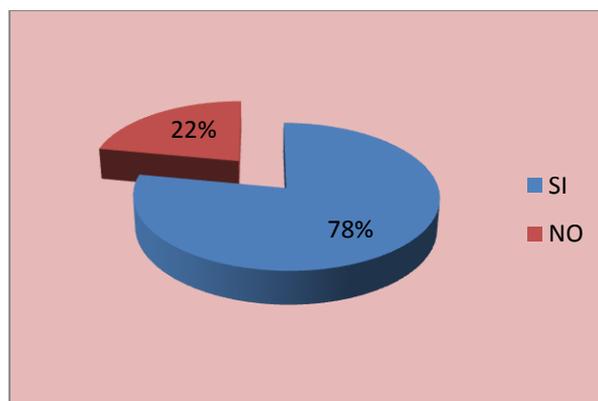
Con respecto al tiempo de la actividad agrícola la mayor parte de la población lleva más de 10 años lo que se puede afirmar que estos productores tienen experiencia y manejan buenas técnicas agrícolas.

8 ¿LA ACTIVIDAD QUE DESEMPEÑA ACTUALMENTE GENERA ESTABILIDAD?

TABLA N° 8
ESTABILIDAD EN ACTIVIDAD QUE DESEMPEÑA

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
SI	270	78%
NO	76	22%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO N° 8
ESTABILIDAD EN ACTIVIDAD QUE DESEMPEÑA



Fuente: Encuesta agricultores, Cantón Mira, Diciembre 2010
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

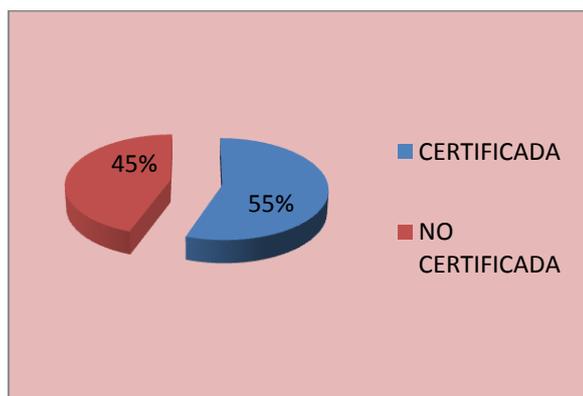
Con la información recolectada a través de encuestas se determinó que el sector agrícola del Cantón Mira en un porcentaje alto tiene estabilidad ya que la actividad a la cual se dedica genera ingresos que cubren sus necesidades económicas.

9 ¿LA SEMILLA DE FRÉJOL QUE USTED UTILIZA PARA LA SIEMBRA ES?

**TABLA N° 9
CLASE DE SEMILLA DE FRÉJOL**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Certificada	190	55%
No certificada	156	45%
TOTAL	346	100%

**GRÁFICO N° 9
CLASE DE SEMILLA DE FRÉJOL**



Fuente: Encuesta agricultores, Cantón Mira, Diciembre 2010
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

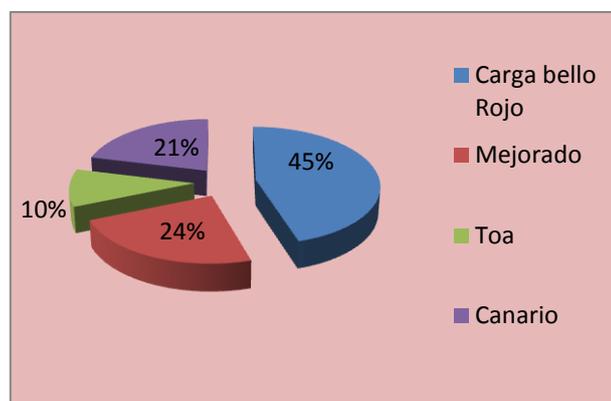
En base a la información obtenida se puede decir que el 56% del total de agricultores utilizan semillas certificadas, ellos la adquieren en los almacenes agrícolas de la localidad, un porcentaje casi similar manifiestan que para la siembra de fréjol utilizan semillas propias por su bajo costo.

10 ¿CUÁLES SON LAS VARIEDADES DE FRÉJOL QUE USTED SIEMBRA?

TABLA N° 10
VARIEDADES DE FRÉJOL

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Carga bello R.	156	45%
Mejorado	83	24%
Toa	35	10%
Canario	73	21%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO N° 10
VARIEDADES DE FRÉJOL



Fuente: Encuesta agricultores, Cantón Mira, Diciembre 2010
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

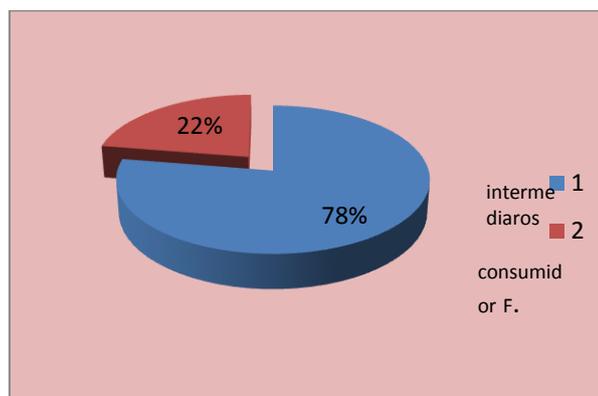
La variedad de fréjol que se cultiva en el Cantón Mira es Carga bello rojo, fréjol negro, según la información recolectada a través de la investigación de campo, existe una mínima parte de la población que utiliza semillas nuevas.

11 ¿SU PRODUCTO LO VENDE A?

TABLA N° 11
VENTA DEL PRODUCTO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Intermediarios	269	78%
Consumidor Final	77	22%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO N° 11
VENTA DEL PRODUCTO



Fuente: Encuesta agricultores, Cantón Mira, Diciembre 2010
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

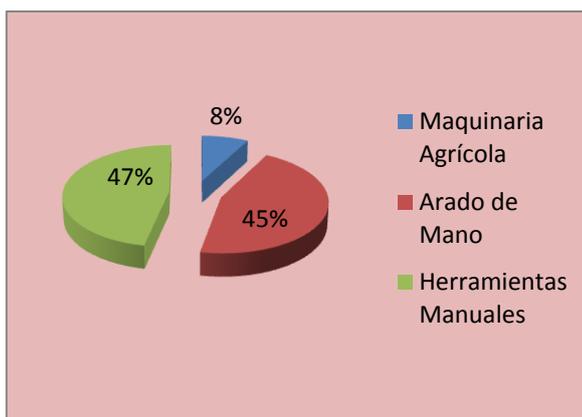
Como resultado de las encuestas realizadas en el Cantón Mira se evidencio que el 78% de los agricultores venden sus productos a través de intermediarios y una mínima parte nos manifestó que lo realiza directamente al consumidor final por ejemplo en el mercado para ser distribuido a todos los consumidores.

12 ¿PARA LA PREPARACIÓN DEL TERRENO QUE MEDIOS UTILIZA?

TABLA N° 12
HERRAMIENTAS PARA LA PREPARACIÓN DEL TERRENO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Maquinaria Agrícola.	28	8%
Arado de Mano	156	45%
Herramientas Manuales.	163	47%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO N° 12
HERRAMIENTAS PARA LA PREPARACIÓN DEL TERRENO



Fuente: Encuesta agricultores, Cantón Mira, Diciembre 2010
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

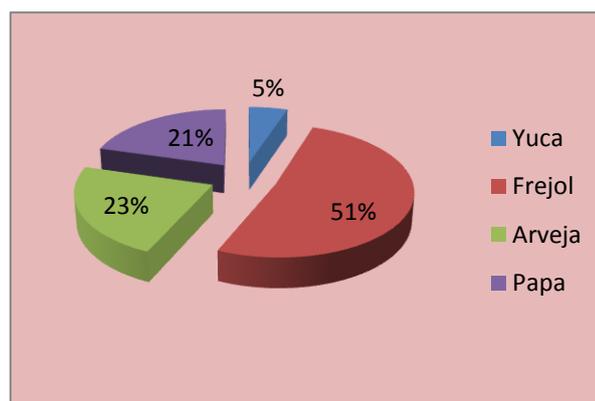
Después de un previo análisis se llegó a determinar que el 47 % de los agricultores utilizan herramientas manuales para la preparación del terreno es decir ellos no cuentan con maquinaria adecuada, mientras que el mínimo porcentaje han adquirido maquinaria que facilite su producción agrícola por lo que podemos concluir que la mayoría de agricultores utilizan sus propios mecanismos y mano de obra.

13 ¿DE LA SIGUIENTE LISTA SEÑALE LOS PRODUCTOS QUE MAYOR DEMANDA TIENE EN LA ZONA?

**TABLA N° 13
PRODUCTOS DE MAYOR DEMANDA**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Yuca	17	5%
Fréjol	176	51%
Arveja	80	23%
Papa	73	21%
TOTAL	346	100%

**GRÁFICO N° 13
PRODUCTOS DE MAYOR DEMANDA**



Fuente: Encuesta agricultores, Cantón Mira, Diciembre 2010
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

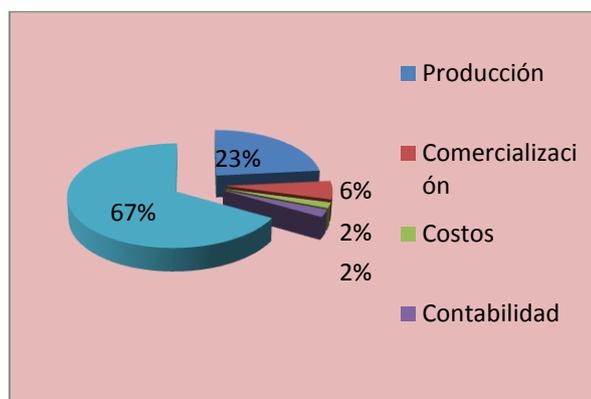
En base a la información obtenida se da a conocer que el 51% de agricultores se dedica a la siembra de fréjol, siendo el de mayor demanda, ya que por su experiencia manifiestan que es uno de los cultivos rotativos, que a diferencia de la yuca, arveja, y otros les brinda mayor rentabilidad mientras el 5% manifiestan que por alternativas económicas tienen que intercambiar la siembra con otro producto como la arveja y estos a su vez son el sustento para la alimentación de ellos y los consumidores.

14 ¿HA RECIBIDO CAPACITACIÓN Y ASESORAMIENTO EN LAS ÁREAS DE?

TABLA N° 14
CAPACITACIÓN Y ASESORAMIENTO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Producción	80	67%
Comercialización	21	6%
Costos	7	2%
Contabilidad	7	2%
Ninguna	231	23%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO N° 14
CAPACITACIÓN Y ASESORAMIENTO



Fuente: Encuesta agricultores, Cantón Mira, Diciembre 2010
Elaborado: Autor

ANÁLISIS

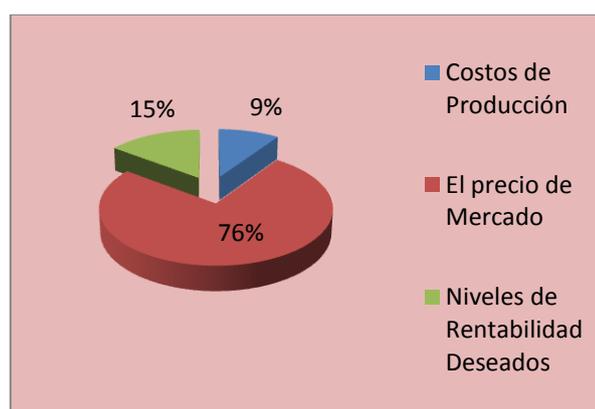
Como resultado de las encuestas se obtuvo que el 66.8% de la población dedicada a actividad agrícola no cuentan con ninguna capacitación ni asesoramiento dentro de los campos que tengan relación con la actividad agrícola mientras que el mínimo porcentaje únicamente tienen conocimiento sobre contabilidad por algunas capacitaciones que les han brindado algunas organizaciones

15 ¿QUÉ ELEMENTOS TOMA EN CUENTA PARA FIJAR EL PRECIO DE VENTA?

TABLA N° 15
DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Costos Producción	31	9%
Precio de Mercado	262	76%
Niveles rentabilidad	52	15%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO N° 15
DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA



Fuente: Encuesta agricultores, Cantón Mira, Diciembre 2010
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

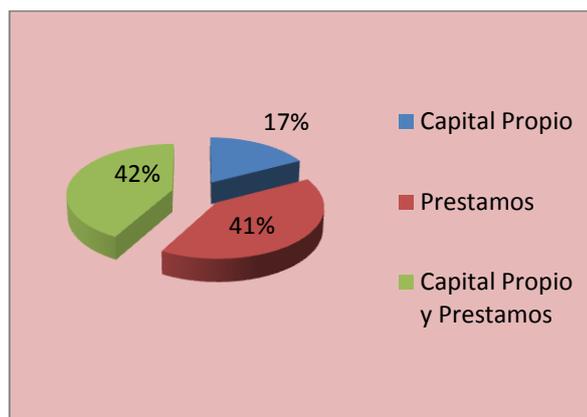
Como resultado a la encuesta aplicada a los agricultores se obtuvo lo siguiente, el 76 % de los agricultores para fijar el precio de venta lo realiza de acuerdo al precio del mercado a diferencia del 9,5% de los agricultores supieron manifestar que para la fijación de precios y niveles de rentabilidad toma en consideración y hace una estimación de los costos que incurrió para la producción y también a esto le incluye la rentabilidad que desea obtener.

16 ¿EL CAPITAL CON EL QUE TRABAJA USTED ES?

TABLA N° 16
CAPITAL DE TRABAJO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Capital Propio	58	17%
Prestamos	142	41%
Capital y Prestamos	145	42%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO N° 15
CAPITAL DE TRABAJO



Fuente: Encuesta agricultores, Cantón Mira, Diciembre 2010
Elaborado: Autor

ANÁLISIS

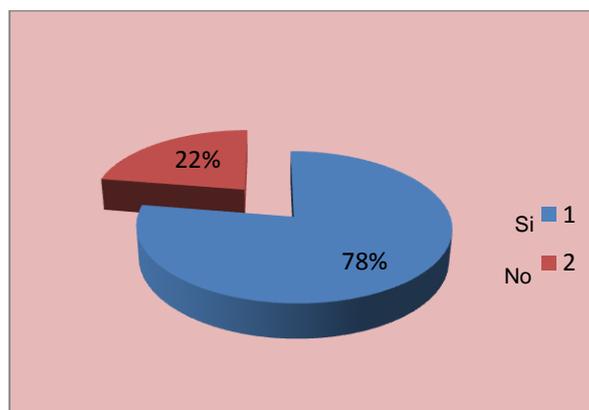
Como podemos ver en el gráfico el 42% de agricultores trabaja con capital propio y también con préstamos hechos a instituciones financieras que les brinda apoyo para realizar actividades agrícolas y un mínimo porcentaje que equivale al 17% nos manifestaron que para trabajar en la actividad agrícola cuentan con su capital propio y no necesitan de realizar préstamos ya que la mayoría de instituciones cobran a una tasa de interés muy alta.

17 ¿ESTARÍA DE ACUERDO EN QUE FUNCIONE UNA MICRO EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FRÉJOL EMPACADO AL VACÍO EN EL CANTÓN MIRA?

TABLA N° 17
FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
SI	270	78%
NO	76	22%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO N° 17
FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA



Fuente: Encuesta agricultores, Cantón Mira, Diciembre 2010
Elaborado: Autor

ANÁLISIS

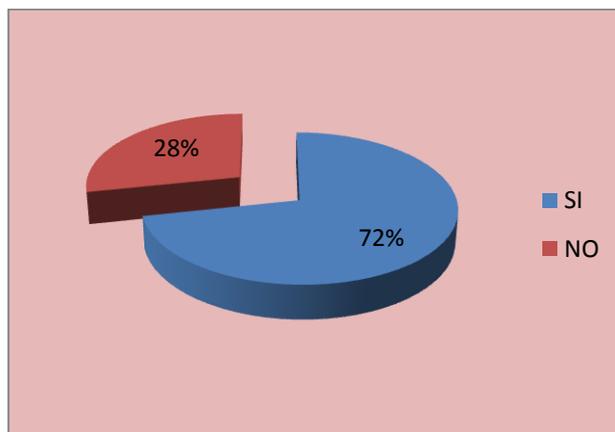
Cuando se dio a conocer por qué se está realizando este tipo de investigación, el 78% de la población de las Parroquias del Cantón Mira supieron manifestar que estaban de acuerdo con la creación de la microempresa, mientras que el 22% no están de acuerdo ya que ellos trabajan independientemente con su propio capital.

18 ¿ESTARÍA DE ACUERDO EN FORMAR PARTE DE ESTA MICROEMPRESA?

TABLA N° 18
INTEGRACIÓN DE LA MICROEMPRESA

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
SI	270	72%
NO	76	28%
TOTAL	346	100%

GRÁFICO N° 18
INTEGRACIÓN DE LA MICROEMPRESA



Fuente: Encuesta agricultores, Cantón Mira, Diciembre 2010
Elaborado: Autor

ANÁLISIS

De acuerdo con la encuesta realizada a los agricultores del Cantón Mira en cuanto a que si les gustaría formar parte de la microempresa el mayor porcentaje que representa 270 personas nos manifestaron que si estarían interesados ser parte de esta nueva unidad mientras que el menor porcentaje no están de acuerdo ya que ellos trabajan con su familia .

4.2.1 ENTREVISTA A INGENIERO AGRÓNOMO

La entrevista se la realizó en el mes de Noviembre del 2010 , al Ingeniero Washington Ávalos , Director de Gestión Desarrollo Local del Gobierno Provincial del Carchi , con gran experiencia en este tipo de cultivos sobre el manejo de producción en lo referente a aspectos como suelo, maquinaria, productividad entre otros.

1¿QUÉ SUGERENCIAS NOS PODRÍA DAR USTED COMO TÉCNICO PARA PRODUCIR FRÉJOL?

Supo manifestar que se debería ubicar en el sitio a sembrar que de una temperatura adecuada, exista variedad, muestra del suelo, disponibilidad de agua uso eficiente de insecticidas, fungicidas, bactericidas y labores culturales para obtener una buena cosecha.

2¿QUÉ TIPO DE MAQUINARIA, HERRAMIENTAS Y CONDICIONES TÉCNICAS SE UTILIZA PARA PRODUCIR EL FRÉJOL?

Desde el punto de vista del Ing. Agrónomo el tipo de maquinaria es la siguiente tractor , posta , arados , herramientas como bombas de fumigar palos, azadones , bombas de riego , como también condiciones técnicas como , análisis de suelo, manejo de cornos de nivel , riego, utilización de paquete tecnológico, abonos semillas, fungicidas.

3 ¿CUÁLES SON LAS EXIGENCIAS EN CONOCIMIENTOS PARA LOS PRODUCTORES DE FRÉJOL?

En lo referente a dicha pregunta manifestó que se necesita de personal capacitado y que le guste la agricultura además dejarse capacitar de un técnico en el cultivo.

4¿QUÉ CLASE DE SEMILLA DEBE UTILIZARSE EN LA PRODUCCIÓN DE FRÉJOL?

Dio a conocer que se debe utilizar la que se adapte a las diferentes zonas porque no es lo mismo producir fréjol en la parte baja las variedades son diferentes y en especial se debe utilizar semillas certificadas

5 ¿QUÉ MATERIA ORGÁNICA Y FERTILIZANTE SE DEBE UTILIZAR EN LA PRODUCCIÓN DEL FRÉJOL?

Dentro de esta pregunta manifestó que se debe utilizar materia orgánica proveniente como / gallinazo, humus, fertilizantes altos en fosforo como por ejemplo 10-20-30... 14-86-0...12-24-12... etc.

6 ¿CONSIDERA USTED QUE ES POSIBLE MINIMIZAR EL USO DE QUÍMICOS PARA PODER EVITAR LA CONTAMINACIÓN AL MEDIO AMBIENTE?

Desde su punto de vista manifestó que la zona produce fréjol a manera de monocultivo estacional por cuanto la presencia de plagas y enfermedades es de carácter endémicos para reducir el ataque de antagonicos se debe trabajar con variables resistentes y reducir el ataque otro control es el preventivo que es menos contaminante y la implementación de trampas para insectos. Además utilizar o minimizar la utilización de productos químicos de sello rojo.

7 ¿CREE USTED QUE EL FRÉJOL DE OTRAS PROVINCIAS SEA MEJOR EN PRECIO Y EN CALIDAD QUE LAS QUE SE PRODUCE AQUÍ?

Comento que la zona del valle presenta las condiciones que se acercan a las idóneas para la producción de la leguminosa en el país

existen otras áreas que producen fréjol en calidad similar a la del Carchi en definitiva el fréjol del Carchi presenta buenas cualidades y es exportado a Colombia.

1.8 DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades Y Riesgos

1.8.1 ALIADOS

- Los productores del Cantón Mira están organizados.
- Existencia de un programa del Ministerio de Agricultura para la producción y comercialización del fréjol.
- Programa de alimentación del Ministerio de Educación
- Clima favorable para la producción de fréjol.
- Disponibilidad de variedades de fréjol.

1.8.2 Oponentes

- Ausencia de tecnología actualizada en el cultivo del fréjol.
- Carencia de semillas certificadas a bajo costo.
- Alto costo de los insumos agrícolas.
- Escasez de agua para el cultivo.
- Inestabilidad del precio del producto ocasiona pérdidas en los agricultores.

- Competencia desleal, relacionada a precio y producto por ingreso de contrabando.

1.8.3 OPORTUNIDADES

- Nuevas tendencias de consumo.
- Disponibilidad de nuevas tecnologías para cultivar al fréjol.
- Demanda potencial significativa en la región.
- Programas de incentivos de cultivo de fréjol por parte del gobierno con créditos blandos.

1.8.4 RIESGOS

- El Sistema Financiero del país maneja altas tasas en los créditos.
- Inestabilidad política económica del país generan incertidumbre en las inversiones.
- La globalización económica afecta en la comercialización del producto a nivel local, regional.
- La presencia de plagas y enfermedades.
- Inestabilidad climática.
- Delincuencia

1.9 CRUCES ESTRATÉGICOS

ALIADOS Y OPORTUNIDADES

- Aprovechar las condiciones climáticas del Cantón Mira para la elevar la producción de fréjol y satisfacer la creciente demanda del producto.
- Las organizaciones de agricultores de la zona deben captar programas de créditos gubernamentales para mejorar la producción.

ALIADOS Y RIESGOS

- Utilizar variedades de fréjol adecuadas que mejoren la productividad en condiciones climatológicas variables.
- Aplicar los programas del Ministerio de Agricultura para mitigar los problemas de plagas y enfermedades de la producción de fréjol.

OPONENTES Y OPORTUNIDADES

- Utilizar tecnologías de producción agrícolas actuales para mejorar la productividad del sector del cultivo de fréjol.
- Para evitar la competencia desleal se debe buscar nuevos mercados que crecen a nivel regional, diversificando el producto con respecto a la presentación.

OPONENTES Y RIESGOS

- Utilizar insumos de sello verde para minimizar los costos y mantener un control adecuado de plagas y enfermedades.
- Gestionar ante instituciones gubernamentales dedicadas al control de importación de productos para evitar el comercio injusto.

1.10 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.

Después de analizar, mediante un diagnóstico situacional al sector agrícola del Cantón Mira relacionado con la producción de fréjol se determina que, el nodo crítico que está afectando a la rentabilidad del cultivo es la débil forma de comercialización, porque el mayor rédito tienen los intermediarios dejando a los productores niveles de supervivencia.

Ante esta situación urge la necesidad de encontrar una solución de corto plazo referente a mejorar la comercialización final del producto buscando mercados atractivos que demanden al producto al precio justo.

Razón por la cual este estudio se enfoca en demostrar la factibilidad de crear una microempresa comercializadora de fréjol empacado al vacío en el Cantón Mira

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 LA MICROEMPRESA

2.1.1 DEFINICIÓN DE MICROEMPRESA

Según TORRES, Luís (2005) dice “La microempresa es el conjunto organizado de recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros, destinados a desarrollar actividades de producción comercio, o servicio, con la finalidad de obtener beneficios económicos y personales” pág. 3.

En la actualidad hablar de una microempresa es uno de los términos más importantes ya que constituye una alternativa para solucionar algunos problemas que enfrenta nuestra sociedad, como también a través de ella se busca nuevas maneras para lograr un desarrollo económico de esta manera contribuya a generar fuentes de trabajo, como también producir bienes y servicios de buena calidad que satisfaga las necesidades de los consumidores.

2.1.2 OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA

Según, FRED, David (2008) los objetivos de una microempresa es “Los objetivos deben ser capaces de convertirse en metas y tareas específicas de todas las áreas de las que depende la supervivencia de la empresa así:

- *Aumentar las ganancias*
- *Incremento de la Productividad*
- *Crecimiento y expansión de la Microempresa*
- *Crear nuevos productos y servicios*
- *Generar Empleo” pág. 56.*

Toda microempresa está comprometida a ser capaz de conseguir las metas y objetivos que se han propuesto y de esta manera beneficiara tanto a la empresa como a los que forman parte de la misma mejorando sus productos y servicios y por ende sus ingresos podrán mejorar notablemente.

2.1.3 IMPORTANCIA DE MICROEMPRESA AGRÍCOLA

Según BRAVO,M (2005) “ Las microempresas son importantes ya que cumplen un rol fundamental pues con su aporte en cuanto a la producción de sus productos , demandando y añadiendo un valor agregado , constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo” pág.10 .

Hoy en día las microempresas desempeñan un papel muy importante para los pequeños y medianos agricultores ya que constituye una manera o alternativa de desarrollarse como productores, es una de las principales fuentes de empleo, puede potencialmente constituirse en apoyo importante a las grandes empresas y a la vez la oportunidad de producir y ofrecer productos a diferentes mercados de la región.

2.2 EL FRÉJOL

Según Solórzano y Engleman, (2001) , en relación al fréjol manifiesta “Leguminosa similar el fréjol común de crecimiento indeterminado que alcanza 2-3 m de alto, produce un gran número de vainas debido a sus abundantes flores que son auto polinizadas ..la altitud de mejor desarrollo es de 1800-300 m para el Ecuador, sus formas de utilización consumo humano, en estado natural, como legumbres (verdes) y como legumbres (secos)” .pág. 12.

El fréjol es una proteína muy importante para todos los habitantes ya que constituye un alimento muy nutritivo para las personas a su vez permite la

accesibilidad en todos los puntos de venta como mercados, centros de abastos etc.

2.2.1 COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DEL FRÉJOL

El fréjol es un alimento muy completo a nivel nutricional y uno de los más consumidos en Colombia , completo porque aporta al organismo carbohidratos , vitaminas del complejo B como lo niacina, riboflavina, ácido fólico y minerales como el hierro , zinc potasio , magnesio .

Por su gran contenido nutricional el fréjol es utilizado en diferentes preparaciones como: harina de fréjol, ensalada de fréjol, puré de fréjol entre otros.

2.2.2 VARIEDADES DE FRÉJOL

Este tipo de leguminosa tiene algunas variedades que mencionaremos lo siguiente; ya que según PERALTA, M (1999) da a conocer las siguientes variedades INIAP 414 Yunguilla Rojo Moteado, Blanco, Amarillo, Negro , etc., pág. 34

En la actualidad existe gran variedad de fréjol como mencionamos anteriormente es por ello que algunos agricultores siembran diferentes variedades de acuerdo a la demanda del mismo y de esta manera poder producir mayor cantidad de esta leguminosa y satisfacer las necesidades de los consumidores.

2.3 PRODUCCIÓN DEL FRÉJOL

En lo que se refiere a producción del fréjol se dice que Según VERESSIMO, (2002), en relación a la producción agrícola Manifiesta.” La agricultura consiste en el cultivo de la plantas para El uso humano , hay mucho tipos de productos

vegetales entre Otros la mayor parte lo destinamos a nuestra alimentación , frutas Verduras , cereales , a otros les damos con uso industrial : caucho Algodón , caña de azúcar , también utilizamos las plantas para Alimentar al ganado : son los forrajes, cada planta necesita u Clima , un relieve y un suelo adecuado para crecer , cada sociedad Utiliza las técnicas u maquinaria más apropiados para cultivar “ pág. 25.

El proceso productivo del fréjol trae consigo mucho cuidado y responsabilidad por parte de los agricultores ya que varios factores para obtener una buena producción que beneficiaría tanto a la microempresa como a sus productores.

2.4 EL FRÉJOL EN EL ECUADOR Y COMO PRODUCTO DE CONSUMO.

<http://wiki.sumaquecuador.com/2008/es/Fréjolmanifiesta> lo siguiente “El fréjol se han constituido en un rubro muy dinámico en el sector exportaciones de nuestro país, debido a ello su cultivo representa una importante alternativa de producción para miles de agricultores de la Costa, Sierra ; sin embargo, una serie de limitaciones derivadas al escaso uso de tecnologías adecuadas hacen que no se aproveche eficientemente las condiciones agro climáticas excepcionales que ofrecen las zonas de producción, y como producto de consumo son de mucha importancia en la canasta básica familiar por su alto contenido de proteínas, carbohidratos y minerales”

En la actualidad el cultivo de fréjol constituye una de las alternativas más importantes para los agricultores del Ecuador ya que representa una alternativa de mejorar sus ingresos debido a que este producto lo consumen la mayoría de la población y en el mercado externo se negocia en base a clases comerciales, sujetas a estándares de calidad”

2.5 EMPAQUE AL VACÍO

Según: http://www.quiminet.com/ar8/ar_hgsAvcdbcbu-maquin-maquinas-para-empaque-de-alimentos-al-alto-vacio.htm manifiesta que “El empaque al alto vacío del fréjol prolonga la duración desde semanas si se mantiene en refrigeración y hasta meses si se mantiene en congelación.

Hoy en día estos sistemas de empaquetado al vacío solucionan en gran parte muchos problemas de la conservación de alimentos de diversos tipos, es un sistema por el cual se procura generar un empaque libre de oxígeno para conservar un producto y mantenerlo en buenas condiciones durante más tiempo, permite al producto llegar a lugares más distantes, así como almacenarlos más tiempo.

2.6 PROCESO DE EMPACADO AL VACÍO DEL FRÉJOL

Para obtener el producto final se debe seguir el siguiente procedimiento:

➤ RECEPCIÓN Y CONTROL DE MATERIA PRIMA

La recepción de esta leguminosa que procede del campo será recibida en el área correspondiente para registrar el peso neto del bulto, esto se realizará con una pesa o báscula. En este proceso es necesario seleccionar el fréjol que se encuentra en mal estado de aquel que está en buenas condiciones, manteniendo siempre un control de calidad del producto que se va a comercializar.

➤ LIMPIEZA Y ENFUNDADO

Se hace con el fin de quitar todo tipo de bacterias provenientes del suelo y del medio ambiente.

Se procederá a enfundar el fréjol con un contenido de 500g cada funda o empaque.

➤ **EXTRACCIÓN DEL AIRE DEL INTERIOR DEL EMPAQUE YSELLADO**

Este procedimiento se realiza para que el producto que está dentro de la funda o envase dure mayor tiempo.

Se utilizará una máquina selladora la misma que proporciona un sellado más seguro y de larga duración.

➤ **ETIQUETADO Y EMBODEGADO**

Una vez realizado todos los pasos para la obtención del producto procedemos a etiquetar, el mismo que puede ser un adhesivo ya impreso en el empaque mismo, y posteriormente el producto final será embodegado.

2.7 COMERCIALIZACIÓN

Podemos definir a la comercialización, como el desarrollo de todas aquellas actividades involucradas en el flujo de bienes, servicios desde la producción principal hasta el punto en que los productores se encuentren en manos del consumidor final.

Actualmente la comercialización es un proceso dentro del cual existe oferente y demandante de un producto determinado, satisfaciendo las necesidades del consumidor final.

2.8 ESTRATEGIA COMERCIAL

La estrategia comercial que se define para el proyecto deberán basarse en cuatro decisiones fundamentales que influyen individual y globalmente en la composición del flujo de caja del proyecto, tales decisiones se refieren al producto, precio, promoción y distribución.

Las estrategia comercial se utilizan en el proceso de desarrollo de la empresa comercializadora indicará el triunfo fracaso de la organización o su sobrevivencia en un medio ambiente generalmente turbulento

2.9 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Según URBINA, Gabriel (2006) afirma “La estructura organizacional se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a las relaciones entre los gerentes y los empleados, entre gerentes y gerentes y entre empleados y empleados. Los departamentos de una organización se pueden estructurar, formalmente, en tres formas básicas: por función, por producto/mercado en forma de matriz. ” pág. 97.

De la cita antes mencionada se puede decir que la Estructura Organizacional tiene que ver con aspectos del proyecto para su funcionamiento como la situación legal, organización, misión, visión, políticas entre otros aspectos necesarios para su normal funcionamiento.

2.9.1 MISIÓN

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

2.9.2 VISIÓN

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

2.9.3 ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL

Según MUNCH, Galindo (2006) afirma “La Organización Estructural tiene que ver con el ambiente donde se

desarrollara el proyecto, la autoridad, los mecanismos de coordinación, y los principios con los que se debe regir” pág. 285.

En toda empresa es necesario establecer una estructura organizativa, la misma que servirá como una guía en el cual nos proporcione mayor coordinación, interrelación e integración de todas las actividades realizadas y de esta manera cumplir con los objetivos propuestos por la empresa.

➤ **ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**

http://html.rincondelvago.com/organigramas_2009.html
manifiesta que “Los organigramas estructural son representaciones gráficas de la estructura formal de una organización, que muestran las interrelaciones, las funciones, los niveles jerárquicos, las obligaciones y la autoridad, existentes dentro de ella.”

De la cita antes mencionada se puede decir que el Organigrama Estructural es una manera de detallar la orientación gráfica de la estructura orgánica en donde constan niveles jerárquicos, líneas de autoridad entre otros.

➤ **ORGÁNICO FUNCIONAL**

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

2.10 ESTUDIO DE MERCADO

Según CORDOBA, Marcial (2006) afirma:” El Estudio de Mercado es el punto de encuentro de oferentes con

demandantes, de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precios” pág. 147.

El estudio de Mercado es la función empresarial en donde se busca estimar la cantidad de bienes y servicios que las personas desean adquirir a determinado precio y que satisfaga sus necesidades.

2.10.1 MERCADO META

Según www.emprendedoresucu.com/diccionario.htm manifiesta que “Mercado Meta es el conjunto de consumidores con necesidades o características comunes que la empresa se propone atender.”

Según el concepto de este autor el Mercado Meta es el mercado objetivo al cual se va a dirigir un producto de una empresa, que está básicamente determinado por la mayoría de personas que están dispuestas a adquirir el producto o servicio.

2.10.2 OFERTA

Según JACOME, Walter (2005) afirma” La Oferta está constituida por el conjunto de proveedores que existen el mercado y constituye la competencia actual que debe enfrentar el producto o servicio , objeto del proyecto , si se trata de un nuevo producto o servicio es importante identificar cuáles son los posibles sustitutos para poder comparar con la demanda” pág.101

Según MIRANDA. José (2005) define lo siguiente” la Oferta tiene por objeto identificar como se han atendido y como se atenderán en un futuro, las demás son necesidades de la comunidad “pág. 101

Según el concepto antes mencionado, la oferta no es más que los bienes y servicios disponibles en el mercado por parte de los productores en un tiempo y precios determinados

La oferta nos permite conocer los bienes que se está ofrecido en el mercado y la competencia actual de bienes y servicios con el que cuenta para satisfacer necesidades de los consumidores.

2.10.3 DEMANDA

Según JACOME, Walter (2005) afirma “La Demanda es la función más importante que se necesita analizar porque establece quienes van hacer los posibles demandantes del producto para lo cual es importante recordar que existen tres clases de demanda:

- *Demanda potencial o consumidores potenciales que corresponde a los identificados en el mercado.*
- *Demanda real que constituye el mercado meta al cual se quiere llegar*
- *Demanda efectiva es el nicho de mercado al cual se satisface con el producto o servicio.” Pág. 101*

La demanda es la capacidad de adquirir productos y de esta manera a satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes o consumidores.

2.10.4 PRECIO

Según IPC (Índice de Precios al Consumidor), (2007) manifiesta lo siguiente:

El precio es una variable de marketing que viene a resumir , en gran número de casos , la política comercial de la empresa , por un lado tenemos las necesidades del mercado , fijadas

en un producto con unos atributos determinados , por otro tenemos el proceso de producción con los consiguientes costos y objetivos de rentabilidad fijados. pág. 26

El precio es la estimación cuantitativa que se efectúa sobre un producto y si el precio definido es aceptado se expresa la aceptación o no del consumidor hacia dicho producto, atendiendo a la capacidad para satisfacer las necesidades y requerimientos de los consumidores, es decir que el precio fijado este de acuerdo a la calidad de cada producto.

2.10.5 COMERCIALIZACIÓN

De acuerdo, fuentes bibliográficas se encuentra entre otras la siguiente definición con respecto a la temática presente ya que según JANY, José (2005) define lo siguiente:

Comercialización es el desarrollo de todas las actividades comerciales involucradas en el flujo de bienes o servicios del productor al consumidor final, con el fin de satisfacer sus necesidades a los clientes y cumplir con los objetivos de la empresa. Pág. 125

Toda empresa tiene como función principal sacar a comercializar todos los productos disponibles para la venta con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores y de esta forma alcanzar los objetivos planeados.

El logro de la comercialización se dará en función del sistema que se utilice para la comercialización, el mismo que debe ser efectivo, eficiente permitiéndoles a los pequeños agricultores mejorar sus ingresos.

➤ **CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

GRUPO EDITORIAL OCÉANOS, (2005) afirman “Es la ruta que sigue un producto desde el agricultor, fabricante o importador original hasta el último consumidor” pág. 106
Entre los canales de comercialización más sobresalientes se tiene los siguientes:

Productor -Consumidor Final

Productor – Minorista- Consumidor Final

Productor – Mayorista – Minorista – Consumidor Final

Productor – Representantes – Minoristas – Consumidor Final

Productor – Representantes – Mayoristas – Minoristas – Consumidor Final.

Uno de los aspectos de gran trascendencia es el análisis del mercado es sin lugar a duda el de los canales de comercialización, debido a que son factores primordiales dentro de la distribución del producto, permitiendo llegar al lugar adecuado y en el momento oportuno.

➤ **PROMOCIÓN**

Para ROMERO, Ricardo (2008) afirma que “La promoción es el componente que se utiliza para persuadir e informar al mercado sobre los productos de una empresa” Pág. 5

Promoción podemos definirla como un sinnúmero de incentivos para aumentar el consumo de un producto o servicio.

➤ **PUBLICIDAD**

El Diccionario de la Real Academia Española (2006) define “La publicidad es una forma destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo” Pág. 47

La publicidad son diferentes formas de presentaciones del producto para tener mayor acceso a los mercados esto se da por parte de un patrocinador identificado.

2.11 ESTUDIO TÉCNICO

Según BACA U. Gabriel (2006) dice lo siguiente” el Estudio Técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes que son determinación de la planta, tamaño óptimo de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo “pág.8

De la cita anteriormente descrita se diría que el Estudio Técnico permite determinar el tamaño de una nueva unidad productiva, el sitio donde debe ubicársela y los procesos de producción, infraestructura física, inversiones y talento humano requerido para su operación.

2.11.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Según HARGADON Bernard (2005) dice” Es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento , se define como la capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día , mes, año,, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando” pág. 211

El Tamaño del proyecto se refiere a la capacidad a instalarse y a la capacidad de la maquinaria que se requiere para producir un bien o servicio.

2.11.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

[http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/ localizaci3n-inversi3n/ localizaci3n- tama3o-proyecto](http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/localizaci-inversi3n/localizaci3n-tama3o-proyecto), afirma lo siguiente” Se orienta a analizar las diferentes variables que determinan

el lugar donde finalmente se ubicara el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos”

La localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locacionales con el fin de buscar localización y de esta manera produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario.

➤ **MACRO LOCALIZACIÓN**

BETZAIDA, Guadalupe (2006) dice” La Macro Localización tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente debe indicarse con un mapa del país o región dependiendo del área de influencia del proyecto” pág. 38

La macro localización en términos generales consiste en determinar la zona general en donde se instalara el proyecto, es decir establecer la Provincia, el Cantón y la Ciudad.

➤ **MICRO LOCALIZACIÓN**

SAPAG, Reinaldo (2008) afirma que “La Mico Localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operara” pág. 220

La micro localización consiste en elegir con exactitud el punto preciso, dentro de la macro zona en donde se ubicara definitivamente el proyecto.

➤ **FLUJO GRAMA DE PROCESOS**

VACA URBINA, Gabriel (2006) describe el diagrama de flujo de proceso como” Usa simbología internacionalmente

aceptada para representar las operaciones efectuadas dicha simbología es la siguiente” pág. 112

**CUADRO N° 5
FLUJOGRAMA DE PROCESOS**

SÍMBOLOS	SIGNIFICADO
	Operación: significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto
	Transporte: es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación
	Retraso: se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad
	Almacenamiento: tanto la materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.
	Inspección: es la acción de controlar que se efectuó correctamente una operación un transporte o verificar la calidad de producto
	Operación Combinada: ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas

Elaborado :Autora

El flujo grama de procesos es un diagrama secuencial empleado en muchos campos para mostrar los procedimientos detallados que se deben seguir al realizar una tarea

➤ **MAQUINARIA Y EQUIPO**

Constituye un conjunto de máquinas u equipos indispensables con el único fin de intervenir directa o indirectamente en la transformación de un producto o un servicio.

➤ **OBRAS CIVILES**

Las Obras Civiles consiste en estimar las necesidades de espacios y estructuras y, por ende, definir las instalaciones y obras de ingeniería

requeridas , con indicaciones de los costos correspondientes , estimados con base en la información contenida en planos elaborados a nivel de bosquejo o anteproyecto.

➤ **PRESUPUESTO TÉCNICO**

El Presupuesto Técnico consiste en determinar las Inversiones Fijas, Diferidas y Capital de Trabajo.

➤ **ACTIVO FIJO**

<http://www.monografias.com/trabajos51/activos-fijos/activos-fijos.shtm/> manifiesta que” Los activos fijos se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido.”

El activo fijo es un factor determinante dentro del estudio económico, cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades.

➤ **ACTIVO TANGIBLE**

Según BRAVO.V. Mercedes (2009) define lo siguiente “Activo Tangible se considera a toda clase de bienes u objetos materiales que tienen existencia física o corpórea que son adquiridos por las empresas o entidades exclusivamente para el uso o servicio permanente en sus actividades operativas tales como terreno edificios, equipo, vehículo.”pág.246

De acuerdo a lo anterior mencionado se podría decir que un Activo Tangible son aquellos bienes que adquiere una entidad para buen funcionamiento de sus actividades

➤ CAPITAL DE TRABAJO

http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_de_trabajo manifiesta que” El capital de trabajo (también denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación o fondo de maniobra), que es el excedente de los activos de corto plazo sobre los pasivos de corto plazo, es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo”

El Capital de trabajo constituye todo lo que se requiere para la producción de un bien y/o servicio, hasta cuando el mismo genere los primeros ingresos.

2.12 ESTUDIO FINANCIERO

Según SAPAG, Nassir (2008) dice lo siguiente” El Estudio Financiero permite ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores , elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para identificar su rentabilidad” pág. 29.

De acuerdo a lo establecido en la cita anterior se concluye que el Estudio Financiero determina los ingresos que pretende obtener un proyecto en determinados periodos de tiempo como también determina los egresos a realizar como parte de su ejecución con el fin de determinar su rentabilidad.

2.12.1 INGRESOS

Según BRAVO, Mercedes: (2009) afirma” Valor de cualquier naturaleza que recibe un sujeto sea en dinero o especies .Equivalente monetario de las ventas que la empresa ha realizado con sus clientes en un periodo de tiempo” pág. 65

De acuerdo a lo establecido en la cita anterior se concluye que el ingreso de una empresa es todo valor obtenido por la venta de un producto o servicio que la empresa ofrece en la sociedad.

2.12.2 EGRESOS

Egreso es un desembolso de dinero para el normal funcionamiento de la empresa o proyecto que puede ser por materia prima, mano de obra, desembolsos administrativos, de ventas, entre otros.

➤ MATERIA PRIMA

La materia prima es un conjunto de productos básicos necesarios para elaborar, por medio del trabajo, objetos fabricados o terminados. Además son todos aquellos materiales adquiridos para ser empleados en la actividad productiva, objeto de la industria sean estos como: Materia Prima o como insumos para la elaboración de la misma.

➤ MANO DE OBRA

La Mano de Obra representa la labor empleada por las personas que contribuyen de manera directa o indirecta en la transformación de la materia prima, es la contribución física o mental para la elaboración de un bien o producto.

➤ COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN(CIF)

Los Costos Indirectos de Fabricación como lo indica su nombre son todos aquellos costos que no se relacionan directamente con la manufactura, pero constituyen y forman parte del costo de producción, mano de obra indirecta, materiales indirectos entre otros.

➤ GASTOS ADMINISTRATIVOS

MIRANDA Juan (2005) dice” Estos gastos comprenden: sueldos, prestaciones, depreciaciones administrativas, seguros, impuestos otros” pág. 190.

Los Gastos Administrativos son los pagos que no tienen relación directa con la producción pero son comunes a diversas actividades administrativas de la empresa.

➤ GASTOS DE VENTAS

Según, MIRANDA Juan (2005), dice “Se pueden clasificar en dos grandes ramas los gastos de comercialización y los de distribución” pág. 191.

Los Gastos de Venta son aquellos que ayudan a que el producto sea comercializado entre los cuales podemos mencionar sueldo del personal de ventas, viáticos, investigaciones de mercado etc.

2.12.3 ESTADO DE ARRANQUE

Según JACOME, Walter (2005) afirma” Este Balance es el Balance General proyectado para el año cero “pág. 76

De la cita antes mencionada se diría que el Estado de Arranque es el balance en donde se detalla las cuentas que van a intervenir en el proyecto y que es proyectado para el año cero.

2.12.4 ESTADO DE RESULTADOS

Según ZAPATA, Pedro (2008) dice “ El Estado de Resultados muestra el efecto de las operaciones de una empresa y su resultado final ya sea ganancia o pérdida ,muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un

aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un periodo determinado” pág. 61

Se puede concluir que el Estado de Resultados es una forma resumida de mostrar las variaciones del capital, es dinámico ya que expresa en forma acumulativa las cifras de rentas, costos y gastos resultantes en un periodo determinado.

2.12.5 FLUJO DE CAJA

ZAPATA ,Sánchez (2005) afirma lo siguiente “ El Flujo de Caja representa en una forma esquemática las salidas y entradas de dinero al proyecto , permitiendo aplicar criterios de rentabilidad para conocer la bondad del proyecto desde el punto de vista financieros “ pág. 195

El Flujo de Caja es un Estado Financiero de una empresa que resume sus orígenes y operaciones de efectivo durante un periodo específico.

2.12.6 EVALUACIÓN FINANCIERA

Según MUCH, Galindo (2008) señala lo siguiente” El estudio de evaluación económica - financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Esto sirve para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable. “pág. 76

La Evaluación Financiera establece y analiza los beneficios netos que obtendría exclusivamente el factor capital al comportamiento de un proyecto específico, lo cual nos permite calcular y estimar los beneficios netos que se espera de la inversión.

➤ VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Según SAPAG Nassir , (2008) señala” El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o

superior a cero , donde VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual “ pág. 321

$$VAN : \sum_{t=1}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} - Inv.Inicial = 0$$

El valor actual neto , permite determinar la valoración de una inversión en función de la diferencia entre los ingresos y egresos actualizados al año cero , incluyendo las inversiones .La inversión será aconsejable si su VAN es positivo , ya que en el caso de un VAN negativo el proyecto se rechaza ,porque no es rentable.

➤ TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Según JACOME, Walter (2005) afirma “El TIR 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.” pág. 84
Formula cálculo del TIR es la siguiente:

$$TIR: \frac{T_i + T_i (VAN (+)-VAN (-))}{T_s - T_i}$$

T_i: Tasa inferior de descuento

T_s: Tasa superior de descuento

VAN (+): Valor positivo

VAN (-): Valor negativo

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

➤ **PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)**

Según VAQUIRO, José D.(2008) afirma que “El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. ”
pág. 165

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

➤ **COSTO/ BENEFICIO**

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

De la cita antes mencionada se podría decir que el Costo/ Beneficio es el valor presente de los flujos futuros de efectivo dividido por la inversión inicial.

➤ **PUNTO DE EQUILIBRIO**

Según MUNCH, Galindo (2006) afirma que “El punto de equilibrio es válido únicamente para el año uno del proyecto porque mientras más tardío es el pronóstico es menos cierto
“pág. 83

Calculo del Punto de Equilibrio

$$PEP = \frac{\text{Inversión.Fija} + \text{CostosFijos}}{PVu - CVu}$$

El Punto de Equilibrio es un instrumento para el análisis y decisiones de distintas situaciones de la empresa entre ellas podemos decir volumen de producción y ventas necesarias para no perder, planeamiento de resultados, fijación de precios etc.

➤ **SENSIBILIDAD DEL PROYECTO**

<http://www.gilbertorojas.co.cc/index35.html>, manifiesta lo siguiente” El análisis de sensibilidad es un cuadro resumen que muestra los valores de TIR para cualquier cambio previsible en cada una de las variables más relevantes de costos e ingresos del proyecto”

Por lo tanto con lo descrito anteriormente se puede decir que la sensibilidad del proyecto muestra la manera cómo está funcionando o evolucionando el proyecto y todos los cambios que se realice dentro del mismo.

2.13 IMPACTOS

Los impactos constituyen un análisis detallado de las huellas y aspectos positivos y negativos que un proyecto generara en diferentes áreas

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRESENTACIÓN

Desde hace 30 años aproximadamente los pequeños, medianos y grandes productores ubicados en las riberas del río Chota (Imbabura) y del río Mira (Carchi) y su micro cuencas cultivan fréjol con técnicas tradicionales. El fréjol de grano rojo moteado constituye una fuente importante de alimentación e ingresos económicos por su venta a Colombia, beneficia a innumerables familias de raza mestiza, indígena y negra asentadas en esta área

Cabe destacar que en el último año el precio del fréjol tuvo una fuerte tendencia a la baja, como consecuencia los productores no alcanzan a recuperar su inversión, atribuyéndose este problema, principalmente a las grandes importaciones realizadas por Colombia el año anterior. Los comerciantes mayoristas atribuyen que la disminución del precio del fréjol, se debe a la pérdida de calidad por la falta de las labores poscosecha, que presentan un producto de poca calidad (tercera clase).

A nivel nacional el mercado del fréjol está segmentado según las preferencias de los consumidores; esta situación se evidencia en el hecho de que las variedades que se ofrecen en las distintas regiones del país no son las mismas, aunque las variedades más comunes en todos los mercados son carga bello rojo, fréjol negro, canario, jema, toa, entre otros.

Es importante mencionar que existen problemas dentro de la comercialización la cual esta manejada por intermediarios que usualmente definen el precio de manera especulativa, perjudicando al productor quien asume el mayor riesgo y quien ha hecho la mayor inversión.

Es por ello que el presente estudio de mercado está enfocado a los siguientes aspectos: demanda, oferta, precio, producto, promoción y canales de distribución más apropiados que nos permitirán determinar si existe o no mercado para el fréjol empacado al vacío.

3.2 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Las menestras o leguminosas de grano, de la cual forma parte el fréjol; se han constituido en un rubro muy dinámico en el sector agrícola de nuestro país, debido a ello su cultivo representa una importante alternativa de producción para miles de agricultores de la Sierra y otras regiones ; sin embargo, una serie de limitaciones derivadas al escaso uso de tecnologías adecuadas hacen que no se aproveche eficientemente las condiciones agro climáticas excepcionales que ofrecen las zonas donde se siembra esta leguminosa .

Es por ello que el presente proyecto está enfocado a la producción y comercialización de fréjol empacado al vacío de diferentes variedades, y de esta manera satisfacer las necesidades del mercado local y nacional.

3.2.1 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

➤ COMPOSICIÓN NUTRICIONAL

El fréjol es un alimento muy completo a nivel nutricional y uno de los más consumidos en Colombia. Completo porque aporta al organismo

carbohidratos, vitaminas del complejo B como la niacina, riboflavina, ácido fólico, tiamina, y minerales como el hierro, el zinc, potasio y magnesio.

COMPOSICIÓN QUÍMICA (100 g)

CUADRO N° 6

	FRÉJOL VERDE	FRÉJOL SECO
Agua	58.20	14.30
Proteínas	10.50	21.50
Grasa	0.40	1.10
Carbohidratos	27.20	54.50
Fibra	1.80	4.60
Cenizas	1.90	4.00
OTROS COMPONENTES		
Calcio	67	105
Fosforo	220	425
Hierro	3.30	5.80
Titanina	0.30	0.90
Riboflovina	0.08	0.14
Niacina	1.40	1.80
Calorías	151	306

Fuente: Datos del INIAP

➤ DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

CUADRO 7

NOMBRE	CARACTERÍSTICAS
FRÉJOL	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Clima a 18 C y 30' C , las altas temperaturas y humedad ambiental producen el crecimiento exuberante de la planta ➤ Suelo a todo tipo , preferentemente francos , profundos , fértiles y de un buen drenaje , ➤ Requerimiento de semilla a 15 kg y 20kg. . ➤ Densidad de siembra a 67000 plantas por ha. (Var. Tardía) y 143000plantas /ha (var. Precoz)

Fuente: Datos del INIAP

La amplia adaptabilidad de algunas variedades facilita la producción durante todo el año con lo cual es posible aprovechar áreas comerciales de mejores precios.

3.2.2 USOS DEL PRODUCTO

El fréjol a ofertar, tiene diferentes usos entre ellos tenemos,

- Harina de fréjol que se puede utilizar para hacer las sopas cremosas
- Puré de fréjol
- Tortilla de fréjol
- Huevos con fréjol
- Fréjol refrito
- Ensalada de fréjol, entre otros

3.3 MERCADO META

El mercado meta, al cual va dirigido el producto en inicio es la población de la Provincia del Carchi, en especial Mira y Espejo y en forma marginal el resto de Cantones, a medida que el producto gane posicionamiento y cambie la cultura de consumo, por la migración Colombina se podría tener ventas significativas a futuro.

El consumo de este producto no tiene segmentación de mercado, ya que es un producto de consumo masivo, recomendado por profesionales de nutrición, como una fuente ideal de proteínas, hierro vegetal, fibra, ácido fólico, tiamina, potasio, magnesio, y zinc, por esta razón esta leguminosa está dirigida a todas las personas de cualquier edad y condición física, que deseen adquirir este producto, por lo tanto se recomienda su consumo de por lo menos una vez a la semana, ya que en nuestro medio no existe una cultura de alimentación adecuada.

3.4 INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Para obtener información de primera mano con respecto a la oferta y demanda del producto , propuesto por el proyecto se aplicó encuestas a los 32 micro mercados de la Provincia del Carchi , considerados como consumidores potenciales como también se realizó entrevistas a tres supermercados que representan la competencia, los cuales distribuyen productos empacados al vacío.

Tomando en cuenta en número de las dos poblaciones a investigar se efectuó censo ya que no es significativo.

**CUADRO N° 8
CONSUMIDORES POTENCIALES**

N°	NOMBRE	DIRECCIÓN
CANTÓN TULCÁN		
1	ComercialSurtitodo	Sucre y Rocafuerte N° 49
2	Víveres su Confianza	Sucre y Tarqui N 46
3	Merkagusto	Bolívar y Atahualpa N° 64
4	Comercial Blanca y Castillo	Olmedo y Tarqui N° 17
5	Abarrotes Carchi	Junín y Boyacá N°54
6	Comercial D´ Lili	10 de Agosto N° 51y Sucre
7	Abarrotes Hildita	Avenida Chile y 4 de Octubre
8	Micro mercado Salome	Avenida Veintimilla N°17
9	Víveres Catch	Las Gradadas y Rafael Arellano
10	Comercial Fama	Pichincha y 9 de Octubre
11	Micro mercado L.C. Speed	Rafael Arellano y Veintimilla N° 23
12	Abarrotes Jenny	Junín N° 53 y Olmedo
13	Víveres San Carlos	Crespo Toral 75 y Brasil
14	Abarrotes la Economía	Avenida Coral y Panamá
15	Comercial San Jorge	Avenida Venezuela y Sucre
16	Abastos María Paula	Bolívar N° 62 y Sucre
17	Abarrotes Ailin	Avenida Coral y Brasil
CANTÓN MONTUFAR		
18	Víveres Amadita	Carrera 27 de Septiembre
19	Micro mercado Magy´s	Avenida Colón N° 8
20	Abarrotes Freire	Bolívar y Montalvo
21	Víveres Ideal	Calle Fernando Pozo

CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA		
22	Viveres Anita	8 de Diciembre y Cesar Guerrón
23	Micro mercado Central	Juan Montalvo y García Moreno
CANTÓN BOLÍVAR		
24	Comisariato Municipal	Avenida Venezuela y calderón
25	Viveres Bolívar	Avda. Juan Montalvo
CANTÓN MIRA		
26	Comisariato del Patronato Municipal	Simón Bolívar y Eloy Alfaro N° 24008
27	Bodega Magdalena	Avenida García Moreno y 13 abril
28	Viveres Bolaños	Avenida Simón Bolívar y Gran Colombia N° 11025
29	Viveres Elizabeth	Avenida 13 de Abril 4-061
CANTÓN ESPEJO		
30	Micro mercado Espejo	Avenida Salinas
31	Viveres el Baratón	Calle Calderón
32	Viveres Zulay	Calle Bolívar

Fuente: Patente Municipales

Elaborado: La Autora

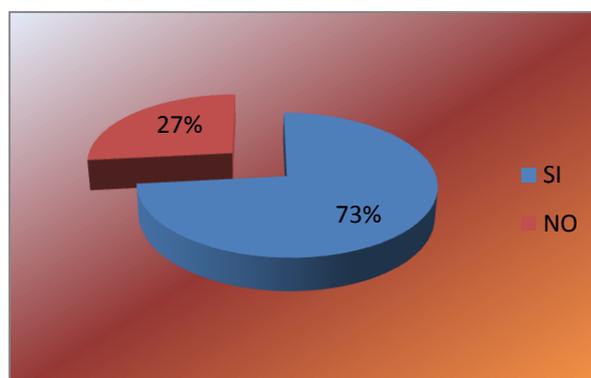
3.5 ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS

1 ¿ESTARÍA INTERESADO EN ADQUIRIR FRÉJOL EMPACADO AL VACÍO PRODUCIDO EN EL CANTÓN MIRA?

TABLA N° 19
ADQUISICIÓN DE FRÉJOL EMPACADO AL VACÍO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
SI	23	73%
NO	9	27%
TOTAL	32	100%

GRÁFICO N° 20
ADQUISICIÓN DE FRÉJOL EMPACADO AL VACÍO



Fuente: Encuesta a Micro mercados del Carchi, Febrero 2011
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

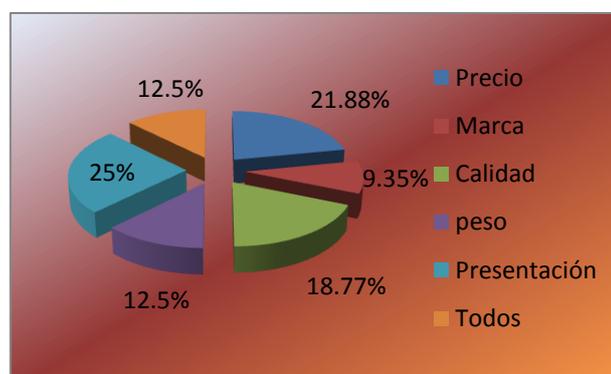
Con la información recolectada a través de encuestas realizadas a los diferentes centros de abastos, micro mercado de la Provincia del Carchi se determina que la mayoría de ellos estarían interesados en adquirir nuestro producto porque el fréjol que ellos comercializan únicamente lo ofrecen dentro de la saca para ser libreado sin ninguna presentación.

2 ¿DE LOS SIGUIENTES ASPECTOS CUÁL ES DE MAYOR INFLUENCIA AL MOMENTO DE ADQUIRIR UN PRODUCTO EMPACADO AL VACÍO?

TABLA N° 20
ASPECTOS PARA ADQUIRIR UN PRODUCTO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Precio	7	21.88%
Marca	3	9.35%
Calidad	6	18.77%
Peso	4	12.50%
Presentación	8	25%
Todos	4	12.5%
TOTAL	32	100%

GRÁFICO N° 20
ASPECTOS PARA ADQUIRIR UN PRODUCTO



Fuente: Encuesta a Micro mercados del Carchi, Febrero 2011
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

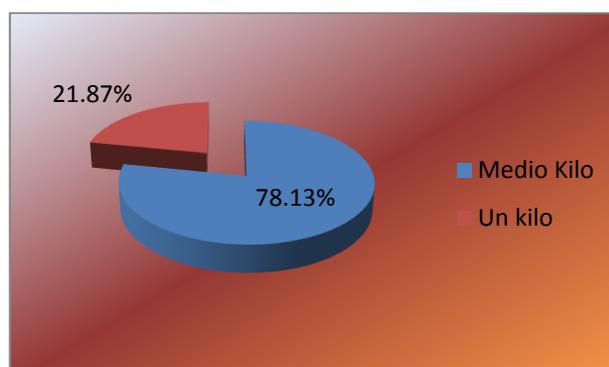
Con respecto a esta pregunta se evidenció que el precio, la calidad y la presentación son los aspectos más importantes que se toma en cuenta al momento de adquirir un producto empacado al vacío porque estos tres factores hacen que el producto tenga mayor acogida por parte del consumidor

3 ¿CUÁL SERÍA LA PRESENTACIÓN MÁS ADECUADA PARA EL FRÉJOL EMPACADO AL VACÍO?

TABLA N° 21
PRESENTACIÓN DEL FRÉJOL EMPACADO AL VACÍO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Medio Kilo	25	78.13%
Un kilo	7	21.87%
TOTAL	32	100%

GRÁFICO N° 21
PRESENTACIÓN DEL FRÉJOL EMPACADO AL VACÍO



Fuente: Encuesta a Micro mercados del Carchi, Febrero 2011
Elaborado: Autora

ANÁLISIS.

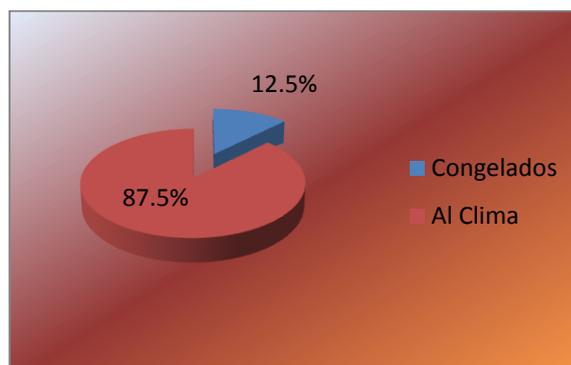
Después de un previo análisis se llegó a determinar que la presentación más adecuada del fréjol empacado al vacío sería de medio kilo ya que esta cantidad está en base a la proporción de una familia integrada por cinco miembros.

4 ¿LA ENTREGA DE LOS PRODUCTOS EMPACADOS AL VACÍO DE QUÉ FORMA LE GUSTARÍA QUE LO HAGAN?

TABLA N° 22
ENTREGA DE PRODUCTOS EMPACADOS AL VACÍO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Congelados	4	12.5%
Al Clima	28	87.5%
TOTAL	32	100%

GRÁFICO N° 22
ENTREGA DE PRODUCTOS EMPACADOS AL VACÍO



Fuente: Encuesta a Micro mercados del Carchi, Febrero 2011
Elaborado: Autora

ANÁLISIS.

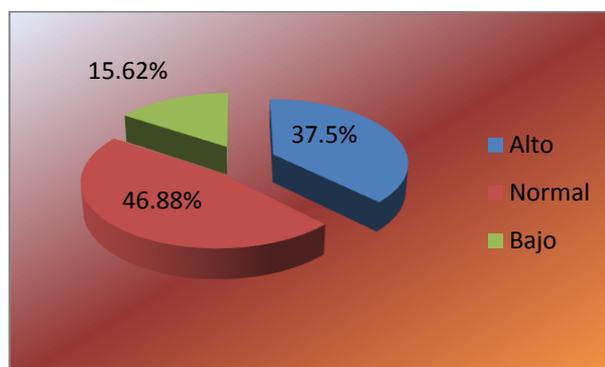
Como se puede observar en el gráfico, la entrega del producto empacado al vacío, a la mayoría le gustaría que se lo comercialice al clima ya que este producto no está expuesto a dañarse tan rápidamente.

5 ¿CONSIDERA QUE EL PRECIO DEL PRODUCTO EMPACADO AL VACÍO ES?

TABLA N° 23
PRECIO DEL PRODUCTO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Alto	12	37.50%
Normal	15	46.88%
Bajo	5	15.62%
TOTAL	32	100%

GRÁFICO N° 23
PRECIO DEL PRODUCTO



Fuente: Encuesta a Micro mercados del Carchi., Febrero 2011
Elaborado: Autora

ANÁLISIS.

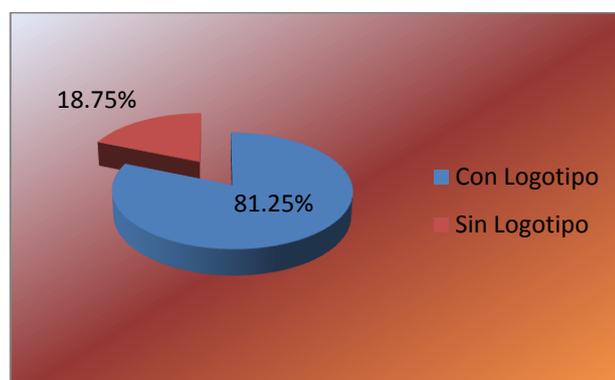
Con respecto al precio de los productos empacados al vacío se obtuvo como resultado que lo considera normal y alto ya que algunos productos tienen una mejor presentación como también la marca influye mucho al momento de fijar el precio de los productos

6 ¿QUÉ TIPO DE ENVASE PREFIERE USTED PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL EMPACADO AL VACÍO DE FRÉJOL?

TABLA N° 24
ENVASE PARA LA COMERCIALIZACIÓN

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Con Logotipo	26	81.25%
Sin Logotipo	6	18.75%
TOTAL	32	100%

GRÁFICO N° 24
ENVASE PARA LA COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Encuesta a Micro mercados del Carchi, Febrero 2011
Elaborado: Autora

ANÁLISIS.

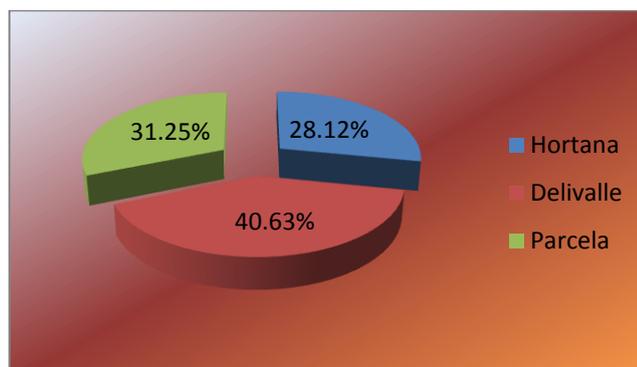
Con la información recopilada se determinó que la mayor parte de las personas encuestadas considera que para la presentación del producto se lo realice con un logotipo, para que de esta manera pueda ser diferenciado con otros productos de similares característica

7 ¿CUÁL ES LA MARCA DEL PRODUCTO EMPACADO AL VACÍO MÁS RECONOCIDA EN LA PROVINCIA?

**TABLA N° 25
MARCA EL PRODUCTO**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Hortana	9	28.12%
Delivalle	13	40.63%
Parcela	10	31.25%
TOTAL	32	100%

**GRÁFICO N° 25
MARCA DEL PRODUCTO**



Fuente: Encuesta a Micro mercados del Carchi, Febrero 2011
Elaborado: Autora

ANÁLISIS.

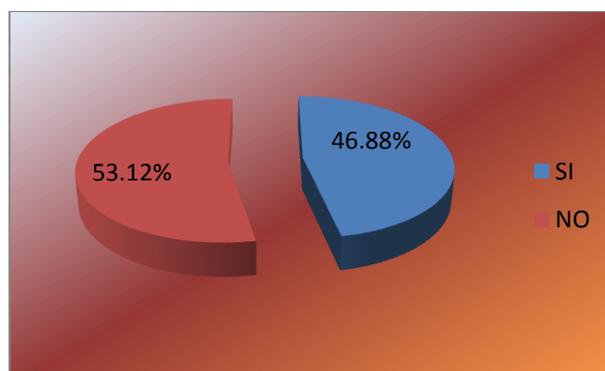
Tomando como base la información recolectada en la investigación se evidenció que las tres marcas de productos empacados al vacío son reconocidas en la provincia porque cada una de ellas ofrece diferentes productos que satisfacen las necesidades y los gustos del consumidor.

8 ¿CREÉ USTED QUE ES IMPORTANTE LA MARCA AL MOMENTO DE REALIZAR LA COMPRA?

TABLA N° 26
IMPORTANCIA DE LA MARCA
AL ADQUIRIR PRODUCTO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
SI	15	46.88%
NO	17	53.12%
TOTAL	32	100%

GRÁFICO N° 26
IMPORTANCIA DE LA MARCA
AL ADQUIRIR PRODUCTO



Fuente: Encuesta a Micro mercados del Carchi, Febrero 2011
Elaborado: Autora

ANÁLISIS.

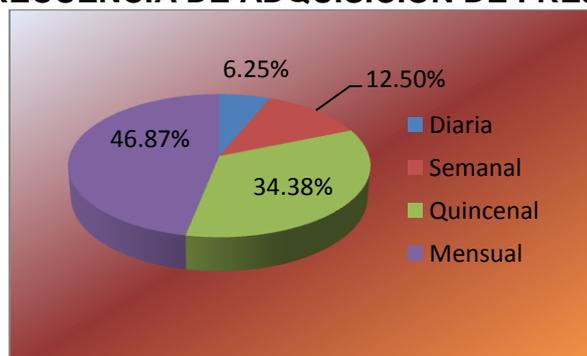
Como resultado se obtuvo que existe un consenso en las respuestas ya que la mayoría de ellas consideran que al momento de realizar una compra de alguna leguminosa no es tan importante la marca ya que a ellos les interesa el precio.

9 ¿CON QUE FRECUENCIA Y CANTIDAD ESTARÍA DISPUESTO ADQUIRIR, PRODUCTO EMPACADO AL VACÍO DE FRÉJOL PARA SU COMERCIALIZACIÓN?

**TABLA N° 27
FRECUENCIA Y CANTIDAD DE ADQUISICIÓN DE FRÉJOL**

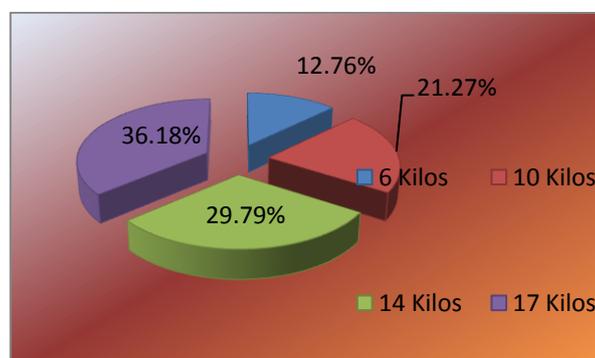
CATEGORÍA	FRECUENCIA	CANTIDAD	%
Diaria	2	21 Kilos	6.25%
Semanal	4	35 Kilos	12.50%
Quincenal	11	49 Kilos	34.38%
Mensual	15	63 Kilos	46.87%
TOTAL	32	168 Kilos	100%

**GRÁFICO N° 27
FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE FRÉJOL**



Fuente: Encuesta a Micro mercados del Carchi Febrero 2011
Elaborado: Autora

**GRÁFICO N° 28
CANTIDAD DE ADQUISICIÓN DE FRÉJOL**



Fuente: Encuesta a Micro mercados del Carchi, Febrero 2011
Elaborado: Autora

ANÁLISIS.

Como se observa en los gráficos la mayoría de personas encuestadas considera prudente que para hacer pedido de fréjol empacado al vacío y vender en su micro mercado, abarrotes, etc. Sería mensualmente unos 63 kilos ya que existen temporadas altas y bajas en lo referente a la demanda de esta leguminosa

ENTREVISTA PARA LA COMPETENCIA

Esta entrevista estuvo dirigida a dueños de Supermercados de la Provincia del Carchi entre ellos se identificó a tres; Supermercado Rosita , Comercial Castillo, Supermercado Bastidas, en donde se analizó aspectos relevantes acerca de la comercialización del fréjol que ofrecen a su clientes

Se aplicaron las siguientes preguntas, que se detallan a continuación.

1¿CON QUÉ FRECUENCIA ADQUIERE FRÉJOL EMPACADO AL VACÍO PARA SU COMERCIALIZACIÓN?

Tomando como base a toda la información recolectada en la dos entrevistas manifestaron lo siguiente : dentro del Supermercado Rosita lo realiza mensualmente compra fréjol a granel en algunas ocasiones compra en Ibarra y en Tulcán, entre doce a quince quintales, para luego ser empacada por parte de nuestros empleados ya que ellos cuentan con su propia empacadora, Comercial Castillo adquiere el producto a varios proveedores por cajas de 36 unidades y en diferentes presentaciones , con respecto al Supermercado Bastidas manifestaron que ellos compran fréjol de diferente tipo a productores de la provincia esto puede ser cada mes o dos meses depende del tiempo, y entre unas once cajas de empacado al vacío ,ya que existe etapas de alta y baja demanda , luego

este producto se lo empaca en el mismo supermercado en fundas plásticas para ser vendido.

2¿QUÉ CANTIDAD ADQUIERE DE FRÉJOL EMPACADO AL VACÍO PARA SU COMERCIALIZACIÓN?

Desde sus puntos de vista nos manifestaron que no existe cantidad exacta al momento de comprar esta leguminosa para ser vendida en cada uno de los supermercados ya que existen ocasiones en que sube y baja la demanda, una estimación de la cantidad, por ejemplo Supermercado Rosita, 13 quintales, Comercial Castillo 20 cajas y Supermercado Bastidas 15 quintales estaríamos hablando de unos doce a quince quintales mensuales.

3 ¿CUÁLES SON SUS PRINCIPALES PROVEEDORES DEL PRODUCTO?

Manifestaron lo siguiente, Supermercado Rosita, productores de Carchi e Imbabura, Comercial Castillo a proveedores de Ambato, Quito, Supermercado Bastidas compran a las bodegas de Ibarra, Tulcán, pero actualmente se conoce que algunos productores de esa zona están vendiendo directamente al Gobierno.

4 ¿CUÁLES SON LAS MARCAS DE LOS PRODUCTOS EMPACADO AL VACÍO QUE COMERCIALIZA?

Existen algunas marcas que se empacan esta clase de productos pero entre las más reconocidas son: la delivalle, parcela entre las conocidas como también existen supermercados en los cuales tienen su propia marca para ser identificado con las demás.

5 ¿CUÁLES SON LOS PRODUCTOSEMPACADOS DE MAYOR DEMANDA?

En la actualidad existen algunos productos empacados que demandan mucho al momento de elegir gustos y preferencias de cada consumidor entre ellos tenemos arveja, haba, fréjol, lenteja de mayor demanda dentro de cada supermercado.

3.6 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda del producto corresponde a los consumidores potenciales de empacado al vacío siendo 32 súper mercados según el registro de patentes municipales de la Provincia del Carchi, los cuales adquieren productos para comercializar a la población en general.

3.7 COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

Para la determinación de la demanda actual de esta leguminosa se priorizó como objeto de investigación a Comisariatos Municipales, Tiendas, Micro mercados, Víveres, Centros de Abastos de la Provincia del Carchi en donde se identificaron 32 entre los más representativos. Mediante ello, se analizó la cantidad y frecuencia de adquisición del producto, a continuación se detalla los resultados:

**CUADRO N°9
COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA**

TOTAL CONSUMIDORES POTENCIALES	FRECUENCIA DE CONSUMO	%	N° DE CONSUMIDORES	NÚMERO CONSUMO	CANTIDAD EN KILOS	TOTAL ANUAL
32	Diaria	6.67	2	365	21	16360
	Semanal	13.34	4	52	35	7769
	Quincenal	33.33	11	24	49	12543
	Mensual	46.66	15	12	63	11.288
			100	32		

Fuente: Micro-mercados
Elaborado: Autor

3.7.1 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para proyectar la demanda futura del consumo del fréjol, se utilizó como base la tasa de crecimiento poblacional de la Provincia del Carchi. Según las últimas preliminares del censo 2010, es del 0.0569, este índice se multiplicó con el consumo identificado en el año 2011, es decir es la cantidad de consumo que se tendrá dentro de cinco años representada en kilos.

CUADRO N° 10
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	CONSUMO FUTURO EN KILOS
2012	50.646
2013	53.482
2014	56.477
2015	59.640
2016	62.980

Factor de crecimiento exponencial anual del (1,056)

Elaborado: Autora

3.8 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para establecer la oferta se tomó como referencia a tres Supermercados más grandes de la Provincia del Carchi, que se detallan a continuación:

En el Cantón Tulcán el Supermercado Rosita, el cual ofrecen este tipo de leguminosa para vender a granel y empacado por su propia empacadora y Comercial Castillo adquiere este producto a proveedores por cajas de 36 unidades y en diferentes presentaciones.

**CUADRO N° 11
ANÁLISIS OFERTA CANTÓN TULCÁN**

CANTÓN TULCAN			
SUPERMERCADO ROSITA	QUINTALES	LIBRAS	TOTAL KILOS
	60	100	3000

Fuente: Supermercado Rosita
Elaborado: Autora

**CUADRO N° 12
ANÁLISIS OFERTA CANTÓN TULCÁN**

CANTÓN TULCÁN					
COMERCIAL CASTILLO	CAJAS	UNIDADES	GRAMOS	TOTAL GRAMOS	TOTAL KILOS
	28	36	500	504.000	504

Fuente: Comercial Castillo
Elaborado: Autora

En el Cantón Montufar, Supermercado Bastidas adquieren producto empacado al vacío por cajas, es por ello que se realizó un análisis que se detalla a continuación.

**CUADRO N° 13
ANÁLISIS OFERTA CANTÓN MONTUFAR**

CANTÓN MONTUFAR					
SUPERMERCADO BASTIDAS	CAJAS	UNIDADES	GRAMOS	TOTAL GRAMOS	TOTAL KILOS
	44	36	500	792.000	792

Fuente: Supermercado Bastidas
Elaborado: Autora

3.8.1 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para obtener la proyección de la oferta se utilizó un crecimiento paralelo a la demanda, es decir el consumo que se podrá dar dentro de cinco años que se está proyectando para la microempresa, según el

crecimiento poblacional de la Provincia del Carchi ,obteniendo los siguientes resultados.

**CUADRO N° 14
PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

PROYECCIÓN	COSUMO FUTURO EN KILOS
2012	4.296
2013	4.537
2014	4.791
2015	5.059
2016	5.342

Factor de crecimiento exponencial anual del (1,056)

Elaborado: Autora

3.9 BALANCE DEMANDA-OFERTA

En este punto se realizó un análisis entre la demanda y la oferta para determinar si existe o no mercado para el producto propuesto

**CUADRO N° 15
BALANCE DEMANDA-OFERTA**

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER
2012	50.646	4.296	46.350
2013	53.482	4.537	48.945
2014	56.477	4.791	51.686
2015	59.640	5.059	54.581
2016	62.980	5.342	57.637

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: Autor

De acuerdo con los datos obtenidos de la investigación, en el cuadro se muestra que existe un déficit de demanda, por lo que el proyecto tiene la probabilidad de cubrir la demanda insatisfecha.

3.10 DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

Comparando la oferta y demanda proyectada se presenta una buena oportunidad para comercializar esta leguminosa, siempre y cuando la cultura de consumo se fortalezca, ya que existe un alto déficit de oferta de fréjol empacado al vacío, en la Provincia del Carchi.

CUADRO N° 16
DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

AÑO	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER
2012	46.350
2013	48.945
2014	51.686
2015	54.581
2016	57.637

3.11 PRONÓSTICO DE VENTAS

Para pronosticar las ventas se ha tomado como base la demanda potencial a satisfacer en el año 2012 que es de 46.350 kilogramos, de los cuales la microempresa proyecta satisfacer el 30% del valor potencial en el primer año, con un crecimiento del 15% en los años siguientes

CUADRO N° 17
PRONOSTICO DE VENTAS EN KILOGRAMOS

AÑO	PLAN DE VENTAS
2012	13.904
2013	15.990
2014	18.389
2015	21.147
2016	24.318

VENTAS EN PRESENTACIONES DE 500G

CUADRO N° 18
VENTAS EN UNIDADES 500 gramos

AÑO	PLAN DE VENTAS EN UNIDADES DE 500 gr
2012	27.809
2013	31.981
2014	36.778
2015	42.295
2016	48.639

3.12 ANÁLISIS DE PRECIOS

El precio para el fréjol empacado al vacío, se establece tomando en cuenta los siguientes criterios, basados en el análisis de costos y la información recolectada a través de la observación directa realizada a diferentes locales de la Provincia del Carchi.

CUADRO N° 19
ANÁLISIS DE PRECIOS

NOMBRE	GRAMOS	PRECIO
Fréjol Panamit	500	1.07
Fréjol Negro	500	1.10
Fréjol Rojo	500	1.47
Fréjol Blanco	500	1.61
Fréjol Canario	500	1.54

Fuente: Observación Directa Locales del Carchi, febrero 2011

Es importante recalcar que el precio puede variar debido a las condiciones tanto de la oferta como de la demanda, por cuanto si hay

mucha oferta bajan los precios, pero si hay poca oferta aumenta los precios.

3.13 PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Para iniciar las actividades comerciales de la micro empresa se necesita diseñar estrategias, para ingresar y asegurar su posicionamiento dentro del mercado competitivo y complejo.

Tomando como base la información de campo se ha diseñado las siguientes estrategias.

3.13.1 ESTRATEGIAS PARA PRODUCTO

- El producto contendrá las siguientes características
 - Nombre de la Microempresa : Frijolito
 - Slogan: Cereales Sanos para una vida sana
 - Peso : 500 gramos

- El material de empaque será de polietileno especial para mantener el producto en óptimas condiciones, en la parte superior se colocará etiqueta el cual se indica el nombre de la microempresa, fecha de elaboración, ,vencimiento , peso registro sanitario , e información nutricional

- Existirá diferentes variedades de fréjol empacado al vacío de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores, rojo, negro, blanco, canario etc.

- Se diseñará un logotipo que identifique a la microempresa , en donde se visualiza lo siguiente

GRÁFICO N° 29
LOGOTIPO DE LA MICROEMPRESA



Amarillo: el color amarillo significa los rayos de sol que siempre esta presentes en los cultivos, ayuda al desarrollo de los productos.

Verde: verde significa la producción que está sembrada en los campos

El fondo blanco: es la pureza que tienen todos los productores.

Rojo: significa el color de grano que cosechan los agricultores

**GRÁFICO N° 30
DISEÑO DEL EMPAQUE**



**GRÁFICO N° 31
PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO 500 gramos**



3.13.2 ESTRATEGIAS PARA PRECIO

- Precios competitivos, accesibles al consumidor
- Se mantendrán estructurados costos, los cuales agregándole un porcentaje de utilidad dará como resultado el precio final.

3.13.3 ESTRATEGIAS PARA PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

- Promover el consumo de fréjol destacando su importancia y valores nutricionales esto se lo hará a través de campañas especiales de publicidad, en radios de la localidad más sintonizados, portadas en la prensa local

CUADRO N° 20 CUÑA DE RADIO



MICROEMPRESA "FRIJOLITO"

"Cereales sanos para una vida sana"

Ofrece a sus clientes gran variedad de fréjol seco, de buena calidad cultivado por productores de nuestra provincia, y a precios muy cómodos.

Pedidos al por mayor y menor al teléfono 085011620 o visitemos en nuestro local ubicado en Mira, guíese por nuestro rotulo, será un gusto atenderle.

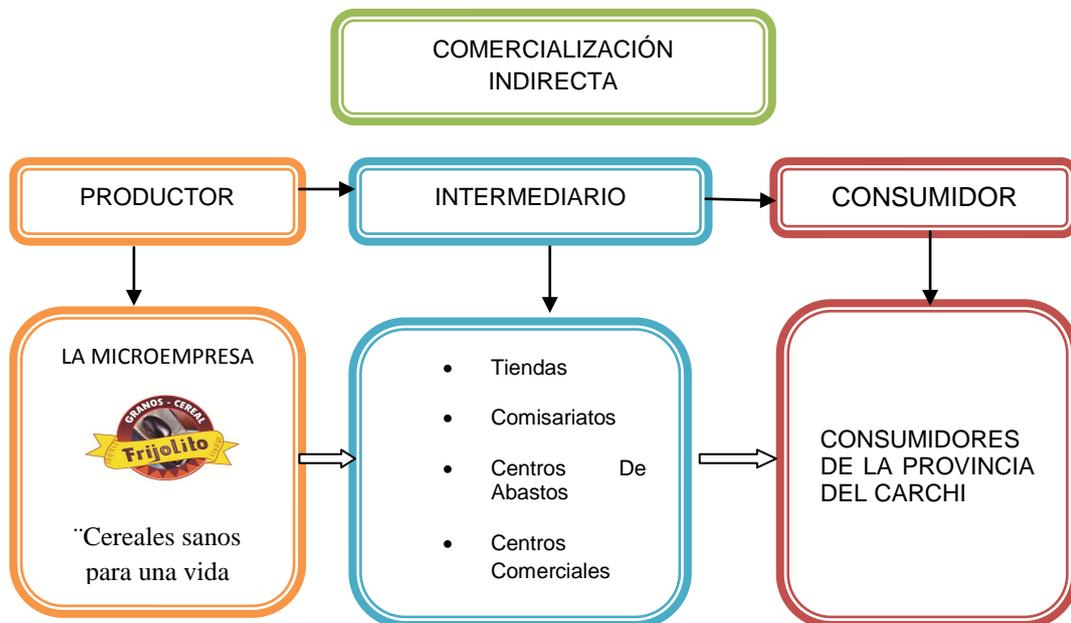
CARCHI _ECUADOR

- Dentro de la presentación del producto se incluirá un tipo de receta para que el consumidor conozca la variedad de presentaciones que se puede deleitar con el fréjol, y por ende sería otra forma de promoción

- Se proveerá de una página web para mayor publicidad e información de la microempresa y del producto que se va a ofrecer.
- Como se está iniciando en el mercado se cree conveniente realizar algunas promociones que incentive a los consumidores en adquirir nuestro producto, que consiste en dar descuentos a nuestros clientes, por cada 4 cajas que adquieran se les entregara 5 empaques gratis.
- Se dará financiamiento a nuestros clientes fijos en la adquisición de nuestro producto, es decir dar créditos a tiendas, micro mercados, otorgando descuentos de acuerdo a la cantidad que adquieran.

3.13.4 ESTRATEGIAS DE PLAZA O DISTRIBUCIÓN

**GRÁFICO N° 31
SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN**



- La microempresa estará ubicada en un sector estratégico que pueda ser visualizado tanto por proveedores como consumidores.
- El local se lo distribuirá, de tal manera que el cliente se sienta a gusto de ingresar a nuestras instalaciones, sienta el orden, higiene y organización de la microempresa.
- La microempresa ha considerado que el sistema que va a utilizar para hacer llegar el producto al consumidor, es sin intermediarios lo que permitirá tener un precio final más bajo.

4.7 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Una vez concluido el presente estudio se llegó a determinar lo siguiente:

- De la investigación de campo realizada se identificó que el consumo de fréjol empacado al vacío es de 47.960 kilogramos en el año 2011, lo que hace pensar la alta aceptación del producto.
- Del estudio realizado tanto de la demanda como de la competencia del producto, se concluye que existe mercado potencial a satisfacer lo cual es adecuado para el proyecto, además representa una alternativa rentable para los productores de fréjol del Cantón Mira, por lo que se puede incursionar a nuevos mercados regionales, nacionales, e internacionales.
- Existe un alto porcentaje de ausencia de valor agregado para la comercialización del fréjol en la Provincia del Carchi, lo cual es una ventaja competitiva para el proyecto.
- El fréjol ha tenido una gran aceptación según las tendencias locales regionales, y mundiales, cada vez existe una mayor demanda del producto especialmente en el mercado internacional, que a futuro se puede considerar en el proyecto.

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO TÉCNICO

4.1 PRESENTACIÓN

El presente capítulo se lo realiza para determinar la localización y ubicación óptima del proyecto de acuerdo a las características del recurso y su entorno natural, garantizando su protección, así como también establecer los requerimientos de infraestructura de acuerdo con la capacidad del empacado al vacío del fréjol.

El estudio técnico de proyectos de inversión cobra relevancia dentro de la evaluación de un proyecto ya que en él se determinan los costos en los que se incurrirán al implementarlo, por lo que dicho estudio es la base para el cálculo financiero y la evaluación económica.

Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.

4.2 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

Para determinar la localización del proyecto, se realizó un análisis de macro y micro localización a través de métodos cuantitativos y cualitativos, con el fin de escoger la opción más conveniente que contribuya a una mayor rentabilidad sobre el capital a invertir y una minimización de los costos de producción.

determinará el lugar estratégico que beneficie a la creación de la microempresas entre los lugares tenemos:

- Parroquia la Concepción
- Parroquia Mira
- Parroquia Juan Montalvo

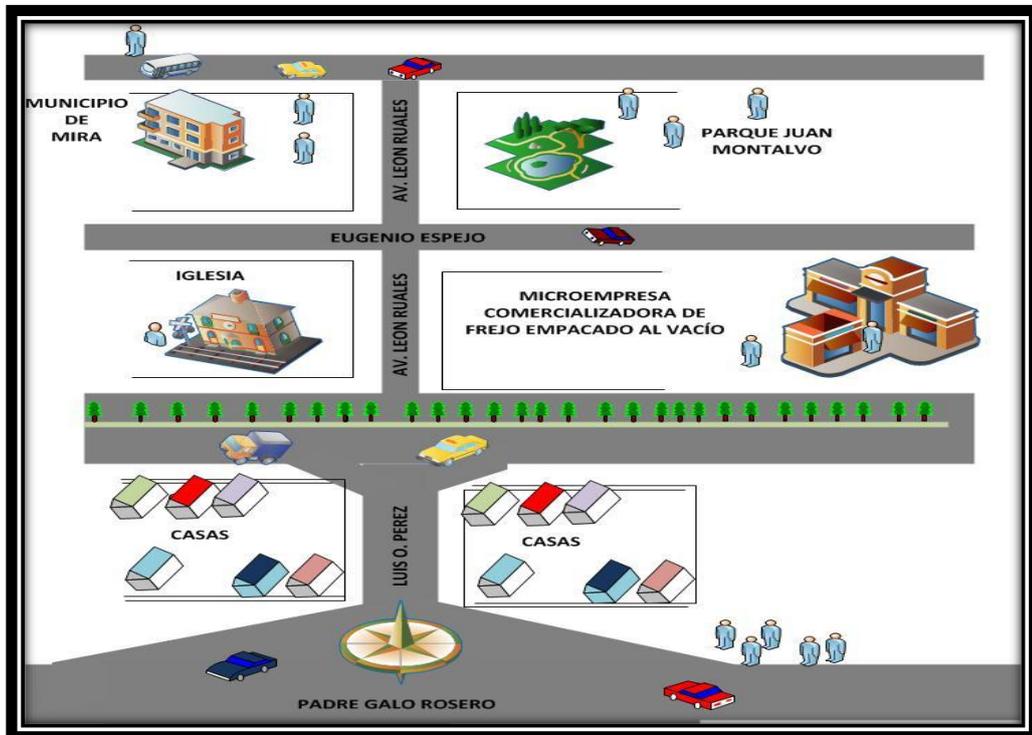
CUADRO N° 22
MICROLOCALIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

FACTORES	PESO	CONCEPCIÓN		MIRA		JUAN MONTALVO	
		CALIF.	POND. PUNT.	CALIF.	POND. PUNT.	CALIF.	POND. PUNT.
Disponibilidad de Servicios Básicos	0.14	5	0.70	9	1.26	7	0.98
Facilidad de transporte	0.12	6	0.72	10	1.20	8	0.96
Costos de los Terrenos	0.10	8	0.80	8	0.80	8	0.80
Cercanía a carreteras	0.08	7	0.56	10	0.80	7	0.56
Recolección de Basura y residuos	0.08	6	0.48	9	0.72	7	0.56
Cercanía a Mercados	0.10	6	0.60	9	0.90	7	0.70
Mano de Obra con experiencia	0.08	7	0.56	8	0.64	7	0.56
Lugar estratégico	0.20	7	1.40	10	2.00	8	1.60
Costos de Insumos	0.10	8	0.80	8	0.80	8	0.80
TOTAL	1		6.62		9.12		7.52

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

Luego de haber efectuado el análisis correspondiente a estos tres lugares se ha determinado que la micro localización del proyecto es en la parroquia Urbana de Mira , ya que existe aspectos que benefician la creación en este lugar entre los más importantes se destaca , estar situada estratégicamente en el centro del Cantón se encuentra cerca de la mayoría de productores del fréjol , las vías de comunicación se encuentran en excelentes condiciones las cuales permiten una distribución el producto en forma eficiente

CUADRO N° 23 CROQUIS UBICACIÓN DE LA MICROEMPRESA



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Autora

4.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño de la nueva unidad productiva se tomó en cuenta los siguientes factores, que son de gran importancia dentro del desarrollo de este estudio de factibilidad.

4.3.1 TAMAÑO DEL MERCADO

La demanda de fréjol empacado al vacío en el norte del país representa una oportunidad atractiva para el proyecto propuesto ya que existe una demanda potencial a satisfacer significativa para el año 2012 de 46.350 kilogramos, con un incremento de 57.637 kilogramos para el año 2016.

4.3.2 MATERIA PRIMA

En lo que se refiere a la materia prima es importante adquirir la cantidad óptima que se necesitará para empacar al vacío, según la investigación de campo actualmente el Cantón Mira es un gran producto de la leguminosa, existe una producción de 12 a 20 quintales por hectárea, lo que significa que no habrá desabastecimiento de materia prima para el proyecto, esta será adquirida a un precio acordado con el productor como también realizando un control de calidad para que el producto final este en buenas condiciones,

4.3.3 MANO DE OBRA

En lo que se refiere a la mano de obra, este estudio determina que para el desarrollo efectivo de la nueva unidad productiva se requiere de personal especializado, con conocimientos, agroindustrias ya que ellos son quienes realizan las actividades operativas para obtener el fréjol empacado al vacío.

4.3.4 FINANCIAMIENTO

La disponibilidad de recursos financieros determinan el éxito para la gestión de la microempresa para esto se deberá efectuar crédito en caso de existir faltante en la inversión, se considera importante, un financiamiento externo a través del Banco Nacional de Fomento ya que los recursos están distribuidos en un 30% de origen propio y 70% financiado.

4.3.5 CAPACIDAD DEL PROYECTO

Se estima que la capacidad de producción de la microempresa será de 13.905 kilogramos, en el primer año con un crecimiento del 15%, durante la vida del proyecto, en una jornada de 8 horas diarias, los seis días

laborales de la semana durante todo el año, para cubrir la demanda potencial a satisfacer.

De acuerdo a lo establecido se considera la capacidad de la microempresa de la siguiente manera:

Capacidad: (13.905 kg/ año) / (8 horas *6 días *48 semanas)

Capacidad: 6.03 kg/ hora

Significa que la microempresa tiene capacidad de producir 6 kilogramos por hora, es decir producir 12 fundas de 500 gr.

4.4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Con respecto a la distribución de las Instalaciones, el área que ocupa el proyecto es de 99 m² distribuida de la siguiente manera:

➤ ÁREA ADMINISTRATIVA 34 M²

- Gerencia 8m²
- Secretaria 7m²
- Contabilidad 7 m²
- Recepción y ventas 12m²

➤ ÁREA DE PRODUCCIÓN 65M²

- Departamento de recepción de Materia prima 12m²
- Cuarto de selección, limpiado 18m²
- Cuarto de Enfundado y Extracción del aire del interior del empaque, Sellado con la máquina 13m²
- Cuarto de etiquetado y producto final 10m²
- Baño 4m²
- Estacionamiento 5 m²
- Corredores 3 m²

CUADRO N° 24
DISTRIBUCIÓN DEL ÁREA DE CONSTRUCCIÓN

ÁREA DE CONSTRUCCIÓN	m ²
Área Administrativa	34 m ²
Recepción materia prima	12m ²
Cuarto selección materia prima, limpiado y lavado	20m ²
Enfundado y sellado	15 m ²
Baño	4m ²
Bodega	10m ²
Estacionamiento	5 m ²
Corredores	9 m ²
TOTAL	99 m²

Elaborado: Autora

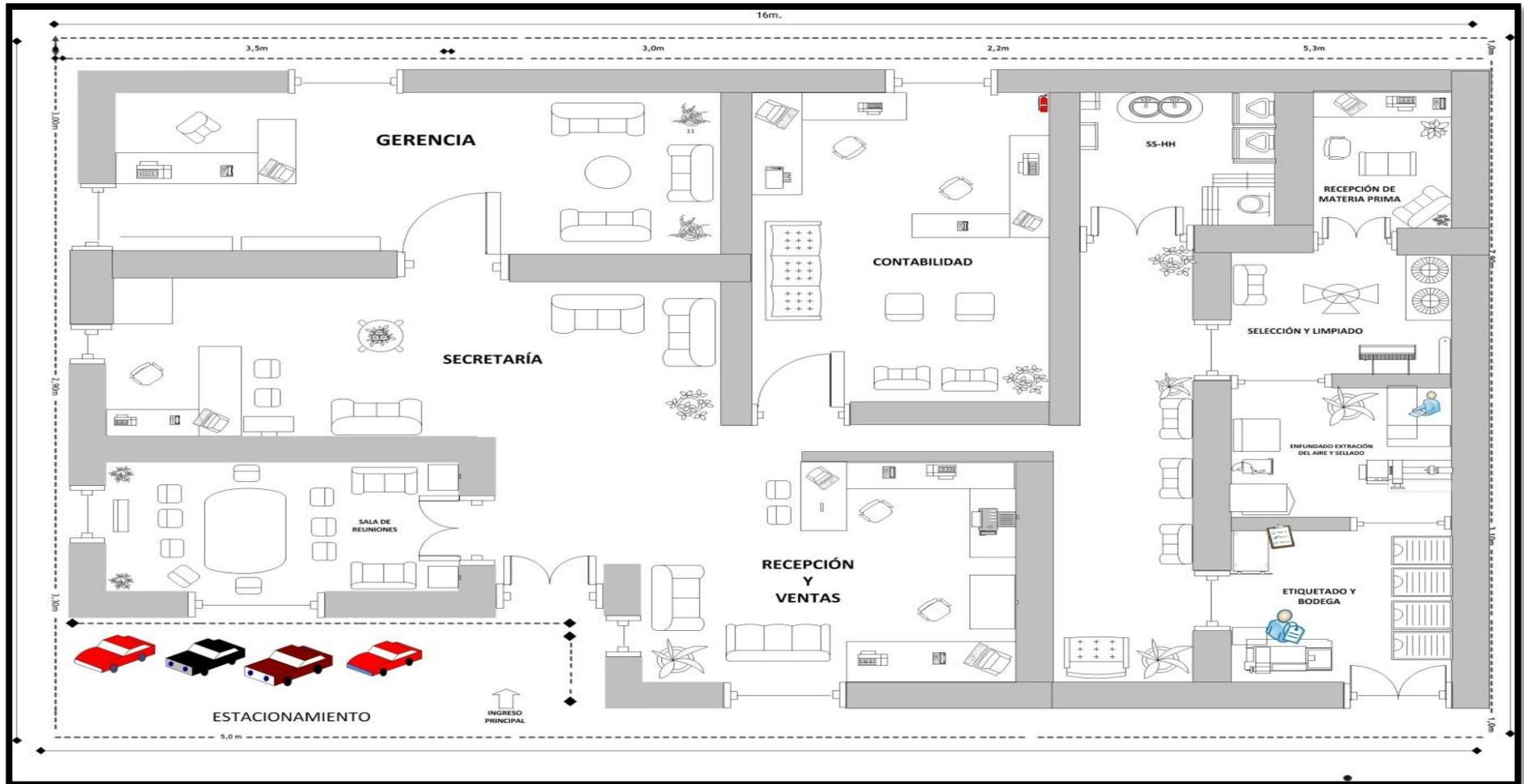
4.4.1 DISEÑO DE INSTALACIONES

El diseño de las instalaciones va acorde con los procesos para la recepción del producto, empaçado y comercialización del fréjol empaçado al vacío.

Para la instalación de la planta y áreas administración de almacenamiento y ventas, se tomará aspectos como:

- Las oficinas de los directivos estarán ubicadas en un lugar donde puedan mantener una amplia supervisión de sus departamentos, tenga acceso al cliente y pueda desempeñar un trabajo satisfactorio.
- Una planta y oficinas de apariencia ordenada y atractiva inducen respeto, comodidad a los visitantes y motiva la eficiencia de los empleados.

GRÁFICO N° 32
DISEÑO DE LAS INSTALACIONES



4.4.2 DIAGRAMA DE BLOQUE

El diagrama de bloque es un instrumento por medio del cual, se da a conocer en forma general los pasos que se realizan en la microempresa comercializadora de fréjol empacado al vacío, desde su recepción hasta la distribución final del producto.

- Recepción y control de materia prima
- Limpiado y enfundado
- Extracción de aire y sellado
- Etiquetado y embodegado

CUADRO Nº 25

DIAGRAMA DE BLOQUE



4.4.3 PROCESO DE ALMACENAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN

Las etapas de almacenamiento constan de un número de operaciones que transforman al producto tal como sale de la tierra en producto de calidad, dándole un valor agregado, que permita diferenciarlo de los demás y lograr una mejor comercialización que consiga satisfacer al consumidor final.

Para obtener el producto final se debe seguir el siguiente procedimiento:

➤ RECEPCIÓN Y CONTROL DE MATERIA PRIMA

La recepción de esta leguminosa que procede del campo será recibida en el área correspondiente para registrar el peso neto del bulto, esto se realizará con una pesa o báscula. En este proceso es necesario seleccionar el fréjol que se encuentra en mal estado de aquel que está en buenas condiciones, manteniendo siempre un control de calidad del producto que se va a comercializar.

➤ LIMPIEZA Y ENFUNDADO

Se hace con el fin de quitar todo tipo de bacterias provenientes del suelo y del medio ambiente.

Se procederá a enfundar el fréjol con un contenido de 500g cada funda o empaque.

➤ EXTRACCIÓN DEL AIRE DEL INTERIOR DEL EMPAQUE YSELLADO

Este procedimiento se realiza para que el producto que está dentro de la funda o envase dure mayor tiempo.

Se utilizará una máquina selladora la misma que proporciona un sellado más seguro y de larga duración.

➤ **ETIQUETADO Y EMBODEGADO**

Una vez realizado todos los pasos para la obtención del producto procedemos a etiquetar, el mismo que puede ser un adhesivo ya impreso en el empaque mismo, y posteriormente el producto final será embodegado.

➤ **TRANSPORTE**

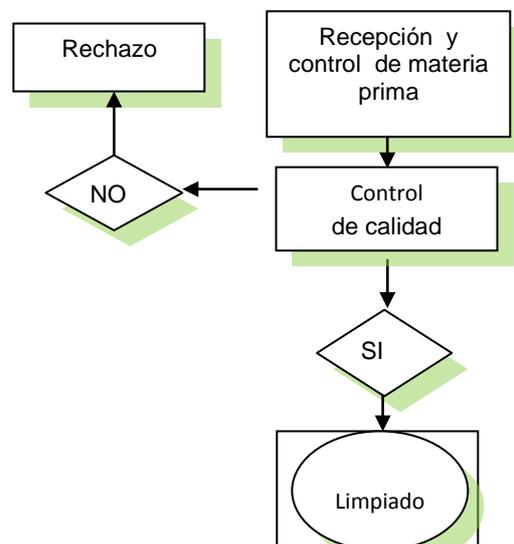
Este proceso se lo realiza en caso de que el cliente solicite pedidos que deban ser entregados directamente en a supermercados, tiendas, centros de abastos, etc.

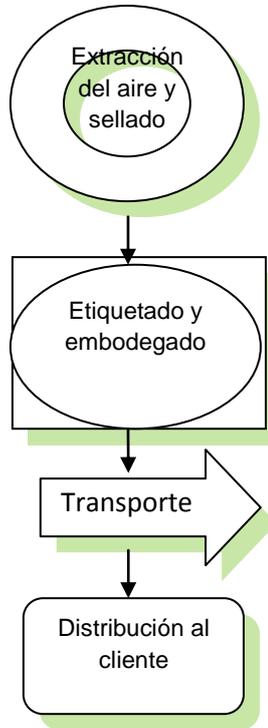
➤ **DISTRIBUCIÓN AL CLIENTE**

En lo que se refiere a la comercialización del fréjol se lo venderá en la microempresa ubicada en Mira, tanto para mayoristas como minoristas.

4.4.4 FLUJOGRAMA DE PROCESO

CUADRO Nº 26





4.4.5 CURSO GRAMA ANALÍTICO DE ACTIVIDADES

CUADRO N 27
PLANTILLA PARA LA PRODUCCIÓN DE FRÉJOL EMPACADO AL VACÍO

DISEÑO DE PLANTILLA PARA PRODUCCIÓN DE FRÉJOL EMPACADO AL VACÍO			
SIMBOLOGIA	Nº	LISTADO DE ACTIVIDADES	TIEMPO ESTIMADO MINUTOS/HORAS
∇ ○ ⇒ □ D ⊕	A	Recepción de la materia prima (fréjol)	0.30
∇ ○ ⇒ □ D ⊕	B	Control de material prima	0.25
∇ ○ ⇒ □ D ⊕	C	Limpio y Enfundado	0.25
∇ ○ ⇒ □ D ⊕	D	Extracción del aire – sellado	0.30
∇ ○ ⇒ □ D ⊕	E	etiquetado	0.60
∇ ○ ⇒ □ D ⊕	F	Producto final y Embodegado	0.60
		TOTAL EN HORAS	2

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

RESUMEN	
COMBINADAS	3
SIMPLES	1
TRANSPORTE	0
ALMACENAMIENTO	0
ACTIVIDADES DE VERIFICACIÓN	0
DEMORA	1
TOTAL ACTIVIDADES	5

4.4.6 PRESUPUESTO TÉCNICO

➤ **INVERSIONES FIJAS**

➤ **TERRENO**

Para el proyecto se cuenta con un área de terreno aproximadamente de 120 m², el mismo que está avaluado en 600 dólares.

➤ **VEHÍCULO**

Se adquirirá un vehículo, modelo Chevrolet 2002 de segunda valorado en 7000 dólares, lo cual permitirá el transporte de materia prima como también la entrega oportuna de pedidos que realicen los clientes.

➤ **INFRAESTRUCTURA FÍSICA**

Los costos para la instalación de la nueva unidad productiva, se determinaron de acuerdo a la información entregada por empresas proveedoras de equipos de computación, muebles de oficina, entre otros.

➤ **CONSTRUCCIÓN DE LAS INSTALACIONES Y DE LA PLANTA**

Según proyecciones estimada por un Arquitecto, para la construcción de las instalaciones de la microempresa tendrá un costo total de \$7394, se calcula que aproximadamente el metro cuadrado de construcción está valorado de la siguiente manera:

CUADRO N° 28
CONSTRUCCIÓN DE LAS INSTALACIONES Y PLANTA

ÁREAS	M ²	COSTO	COSTO TOTAL POR M ²
Administrativa	34	56,00	1.904,00
Operativa	61	90,00	5.490,00
TOTAL			7.394,00

Fuente: Arquitecto Fernando Luna

CUADRO N° 29
CONSTRUCCIÓN DE LAS INSTALACIONES Y DE LA PLANTA

DETALLE	VALOR TOTAL
Cimientos (columna, pisos)	1.700,00
Paredes(columnas , paredes)	1.460,00
Cubierta y Acabados (techo, ventanas puertas, obras, otras)	2.054,00
Instalaciones Interiores (eléctricas, agua ,otros)	1.180,00
Instalaciones Exteriores (eléctricas , otros)	1.000,00
TOTAL	7.394,00

Fuente: Arquitecto Fernando Luna

➤ **MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN**

La maquinaria y equipo necesario para la producción de fréjol empacado al vacío, serán de fabricación nacional, debido a que se puede adquirir a costos menores que los fabricados en el extranjero.

CUADRO Nº 30
MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Selladoras	4	20,00	80,00
Máquina Empacadora	1	1.200,00	1.200,00
Balanza de plataforma	1	250,00	250,00
TOTAL			1.530,00

Fuente: Varios Proveedores
Elaborado: Autora

CUADRO Nº 31
HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesas	4	35,00	140,00
Zarandas	5	10,00	50,00
Fundas (cientos)	40	5,00	200,00
Herramientas Manuales	10	5,00	50,00
TOTAL			440,00

Fuente: Varios Proveedores
Elaborado: Autora

➤ **MUEBLES DE OFICINA Y EQUIPO DE OFICINA**

Para iniciar el funcionamiento de la Microempresa, se requiere de un equipo básico de oficina, a medida que la organización crezca los requerimientos de equipo de oficina aumentarán.

CUADRO Nº 32
MUEBLES DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios de Oficina	3	150.00	450.00
Muebles de oficina de espera	4	100.00	400.00
Sillas de Oficina	5	40.00	200.00
Sillones de Oficina gerencia	1	150.00	150.00
Archivadores	4	80.00	320.00
TOTAL			1520.00

Fuente: Varios Proveedores
Elaborado: La Autora

CUADRO N°33
EQUIPO DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono	3	80,00	240,00
Sumadora	2	45,00	90,00
TOTAL			330,00

Fuente: Varios Proveedores
Elaborado: Autora

➤ **SUMINISTROS DE OFICINA**

Los suministros de oficina necesarios para el funcionamiento de las operaciones relacionadas con la comercialización del producto se detallan de la siguiente manera:

CUADRO N° 34
SUMINISTROS DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Resmas de papel A4	3	4,50	13,50
Esferos	10	0,25	2,50
Grapas (caja)	2	1,00	2,00
Clips (caja)	2	1,00	2,00
Lápiz	10	0,15	1,50
Grapadora	3	2,00	6,00
Perforadora	3	2,00	6,00
Cuaderno Catedrático	4	1,50	6,00
Borrador	5	0,15	0,75
carpetas	10	0,35	3,50
TOTAL			43,75

Fuente: Varios Proveedores
Elaborado: Autora

➤ **EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

Los equipos de computación necesarios para la puesta en marcha de la administración de la microempresa son los básicos a utilizarse y se los detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO N°35
EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de Computación	3	900.00	2,700.00
Impresora normales	2	120.00	240.00
Impresoras multifunción	1	250.00	250.00
Otros equipos	2	30.00	60.00
TOTAL			3.250,00

Fuente: Varios Proveedores
Elaborado: Autora

CAPÍTULO V

5 ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

El presente estudio busca determinar la parte organizacional de la microempresa en la cual se incluye la filosofía, estructura de cargos, manual de funciones y procedimientos requeridos para su conformación.

5.1 ANÁLISIS INTERNO DE LA MICROEMPRESA

5.1.1 NOMBRE DE LA MICROEMPRESA

La microempresa que se encontrará ubicada en el Cantón Mira se denominará Empacadora de fréjol al vacío "Frijolito Cereales Sanos para una Vida Sana"

5.1.2 LOGOTIPO

GRÁFICO N° 32
LOGOTIPO



SLOGAN: "CEREALES SANOS , PARA UNA VIDA SANA"

SLOGAN: "CEREALES SANOS , PARA UNA VIDA SANA"

5.2 MISIÓN

Empacadora de fréjol al vacío "Frijolito Cereales Sanos para una Vida Sana" busca establecerse como una microempresa Agrícola pionera en la comercialización de fréjol empacado al vacío, encaminada a ofrecer un producto de calidad, y competitividad para poder satisfacer las necesidades gustos y preferencias de los clientes.

5.3 VISIÓN

Empacadora de fréjol al vacío "Frijolito Cereales Sanos para una Vida Sana" proyecta ser en el 2015 una microempresa líder a nivel regional en la comercialización de fréjol empacado al vacío satisfaciendo las necesidades del consumidor y con precios accesibles

5.4 OBJETIVOS MICRO EMPRESARIALES

- Instalar la microempresa comercializadora de fréjol empacado al vacío en el Cantón Mira.
- Potencializar la creatividad e iniciativa de los trabajadores para obtener competitividad en el mercado.
- Buscar el desarrollo y mejoramiento de las condiciones de vida .
- Mitigar el desempleo mediante la identificación de oportunidades de negocios para implantar microempresas.
- Comercializar productos de óptima calidad que satisfaga las necesidades de los consumidores
- Realizar reuniones periódicas con los empleados para evaluar su desempeño y conocer sus necesidades

5.5 POLÍTICAS DE LA MICRO EMPRESA

- Realizar eficientemente el trabajo asignado a cada puesto de acuerdo con lo que establece el reglamento interno, tomando en cuenta los planes operativos.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético
- Guardar respeto y consideración en el trato con sus superiores, y compañeros.
- La falta de puntualidad o inasistencia injustificada, serán sancionados y podrán dar lugar a la pérdida de la remuneración correspondiente.

5.6 PRINCIPIOS Y VALORES

5.6.1 PRINCIPIOS

➤ RESPONSABILIDAD

Es uno de los principios más importantes de la empresa, ya que mediante esta se cumplirán la puntualidad en el trabajo, entrega de pedidos, etc.

➤ MEJORAMIENTO CONTINUO

Tanto en procesos como en el producto a fin de que vaya acorde con la actualidad según las necesidades y exigencias del mercado.

➤ **COMPROMISO**

Actitud de responsabilidad sobre las acciones encaminadas y adquiridas, tanto con el intermediario como con el consumidor final del producto a ofertarse.

➤ **TRABAJO EN EQUIPO.**

Una actitud empresarial derivada del principio entre más somos más logramos, el trabajo en equipo es primordial en las actividades diarias de la empresa para satisfacción de las necesidades del cliente.

5.6.2 VALORES

➤ **HONESTIDAD**

Trabajo con honestidad, equidad y transparencia reflejada día a día en cuanto a la elaboración del producto y cada uno de los empleados de la misma.

➤ **CREATIVIDAD**

La capacidad de crear nuevas ideas, proyectos para beneficio de la empresa

➤ **ÉTICA**

Elaborar todas y cada una de las actividades dentro de la empresa como hacia el cliente, con transparencia y rectitud, siendo justo en cada decisión que se presente.

➤ **CALIDAD**

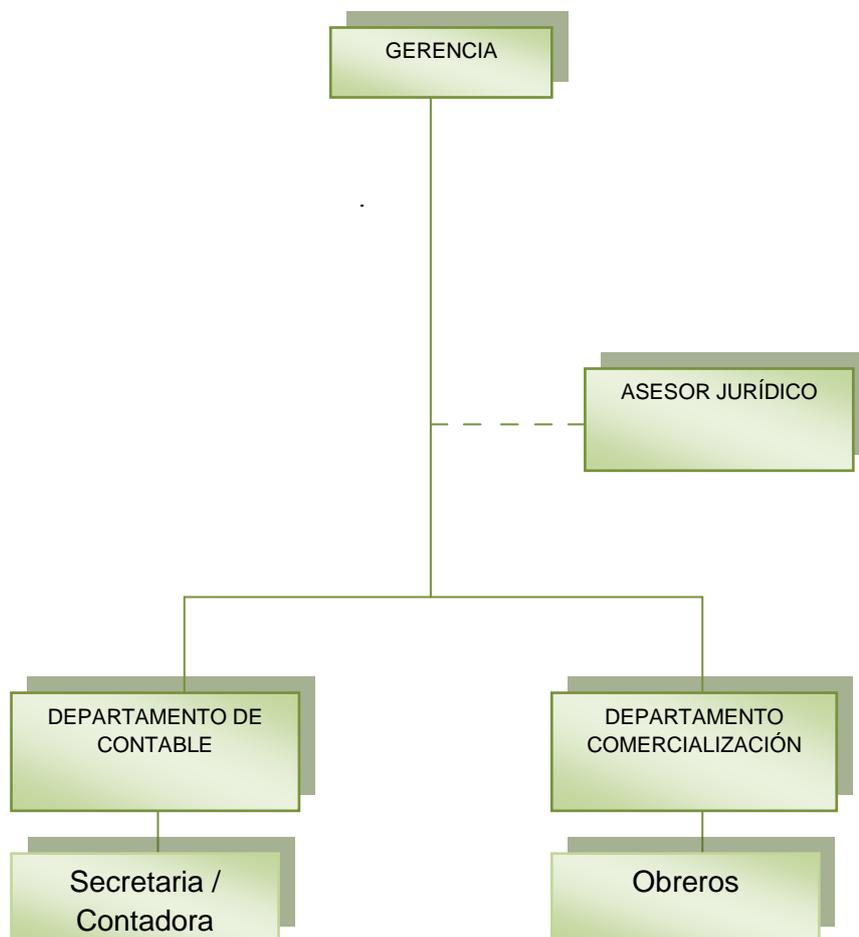
En el desempeño administrativo, organizacional ya que esto se refleja en el producto y en la satisfacción del cliente.

5.7 ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA MICROEMPRESA

5.7.1 ORGANIGRAMA DE LA MICROEMPRESA

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una microempresa que refleja en forma esquemática la posición de las áreas que la integran.

CUADRO N° 36
ORGANIGRAMA DE LA MICROEMPRESA



5.7.2 NIVELES ADMINISTRATIVOS

Los niveles administrativos de la microempresa comercializadora de fréjol empacado al vacío son:

- Nivel Ejecutivo
- Nivel Asesor
- Nivel Auxiliar
- Nivel Operativo

➤ **NIVEL EJECUTIVO**

Este nivel directivo o Ejecutivo está integrado por el Gerente de la microempresa, quien es responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar, la ejecución de las políticas, y las actividades de la microempresa.

➤ **NIVEL ASESOR**

El nivel asesor está conformado, por el Asesor Jurídico, constituye la instancia de consulta, consejo y asesoramiento, en la toma de decisiones, su relación de autoridad es indirecta respecto a las unidades de mando, su función se canaliza a través del Gerente.

➤ **NIVEL AUXILIAR**

El nivel auxiliar está integrado por la Secretaria, que realizará funciones de apoyo necesarias para el cumplimiento de las actividades de la microempresa.

➤ **NIVEL OPERATIVO**

Estará conformado por los trabajadores que se encontraran en cada uno de los departamentos como: Comercialización y Contabilidad quienes serán los responsables de ejecutar los planes para cumplir con los objetivos y metas que se ha trazado la microempresa.

5.7.3 ORGÁNICO FUNCIONAL

Para el correcto funcionamiento de la empresa deberá contar con el orgánico funcional que constituye una norma de cumplimiento obligatorio en el cual se indican los requisitos mínimos de control interno en cada puesto a implantar en la microempresa.

REQUERIMIENTO DE PERSONAL GERENTE GENERAL

FUNCIONES

- Representar legalmente a la Empresa en forma judicial y extrajudicial
- Orientar y ejecutar la política administrativa, técnica y financiera de la empresa.
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de los estatutos, reglamento interno que emanen a la empresa
- Presentar mensualmente los informes a los accionistas e caso de existir.

PERFIL

- Ser positivo
- Capacidad para dirigir empresas.
- Mantener un espíritu emprendedor y dinámico
- Contar con iniciativa y emprendimiento

COMPETENCIAS

PROFESIONALES

- Tolerancia a la Presión
- Capacidad de planificación y Organización
- Iniciativa e innovación

ESTRUCTURALES

- Amable
- Responsable
- Trabaje en equipo
- Puntual
- Prudencia y Autocontrol

REQUISITOS

- Título en Administración de Empresas y/o carreras a fines
- Tener experiencia mínima de 3 años en cargos similares.

REQUERIMIENTO DE PERSONAL SECRETARIA

FUNCIONES

- Ofrecer un trato cordial, amable y respetuoso al cliente.
- Poseer información básica sobre los productos y precios que oferta la Empresa.
- Facturar los productos a los clientes.
- Adquisición de suministros de oficina con autorización de gerencia.

PERFIL

- Tener buena Presencia
- Responsabilidad y cumplimiento de sus actividades
- Demostrar buen trato

- Saber trabajar en equipo

COMPETENCIAS

PROFESIONALES

- Aprendizaje continuo y búsqueda de información
- Tolerancia a la Presión

ESTRUCURALES

- Prudencia y autocontrol.
- Responsable

REQUISITOS

- Título de secretaria
- Tener experiencia de un año mínimo en cargos similares
- Conocimientos básicos de contabilidad
- Conocimientos de idiomas

REQUERIMIENTO DE PERSONAL CONTADOR

FUNCIONES

- Manejar el fondo de caja chica y su respectiva reposición mensual.
- Organizar y actualizar con claridad los inventarios de todos los bienes muebles e inmuebles de la empresa.
- Realizar los pagos correspondientes al personal que labora en la organización.
- Manejo de libro bancos de empresa
- Elaboración de declaraciones mensuales de impuestos con su respectivo anexo transaccional

PERFIL

- Disponibilidad para trabajar en cualquier área de la empresa si la situación lo requiere.
- Ser una persona íntegra ética profesionalmente.
- Trabajar en equipo.
- Capacidad de responder al trabajo bajo presión
- Buena presencia y excelente atención al cliente
- Confidencialidad de la información que se maneja en su trabajo diario

COMPETENCIAS

PROFESIONALES

- Iniciativa
- innovación

ESTRUCTURALES

- Responsable
- Puntual
- Trabajo en equipo

REQUISITOS

- Título de contador bachiller o contador público autorizado.
- Tener por lo menos 2 años de experiencia en cargos similares.
- Poseer conocimientos de computación
- Estar actualizados en conocimientos tributarios legales

REQUERIMIENTO DE PERSONAL COMERCIALIZACIÓN

FUNCIONES

- Asegurarse de que se siga todos los procesos para la elaboración del producto final es decir el empaçado al vacío del fréjol
- Verificar que el producto este en buen estado para ser distribuido.

PERFIL

- Poseer actitud de trabajo en equipo
- Tener buena iniciativa de trabajo
- Tener buenas relaciones personales
- Tener conocimiento sobre los productos empaçados al vacío

COMPETENCIAS

PROFESIONALES

- Tolerancia a la Presión
- Tener profesionalismo en su trabajo

ESTRUCTURALES

- Responsable
- Eficiente

REQUISITOS

- Tener conocimientos en el área de agroindustrias
- Tener experiencia en el manejo de máquinas empacadoras al vacío.

5.8 ANÁLISIS LEGAL

5.8.1 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

Empacadora de fréjol al vacío "Frijolito Cereales Sanos para una vida Sana"

5.8.2 FIGURA JURÍDICA

Se constituirá como una microempresa comercializadora de fréjol empacado al vacío.

➤ DOMICILIO:

El domicilio será en la República del Ecuador, Provincia del Carchi, Cantón Mira, Parroquia Mira.

➤ OBJETO:

La microempresa se dedicará a la comercialización de fréjol empacado al vacío.

➤ APERTURA DE CUENTA:

Se abrirá una cuenta corriente a nombre de la persona interesada en crear la microempresa.

➤ CONVENIO

Se firmará un convenio ante un notario con tres socios.

5.83 REPRESENTANTE LEGAL

Karina Margoth Paucar Cuastumal

5.8.4 CONFORMACIÓN DE LA MICROEMPRESA

La microempresa se formará con tres socios que son

NOMBRE	APORTE
➤ Acosta Fernando	2.800
➤ Paucar Karina	3.500
➤ Cerón Camilo	1.686
TOTAL	7.986

5.8.5 CAPITAL INICIAL

El capital inicial de la microempresa es de 26.620 dólares cuyo aporte de los socios es de 7.986 y un crédito de 18.634.

5.8.6 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

Los requisitos para el funcionamiento son los siguientes

- Registro Único de Contribuyentes
- Patente Municipal que es el permiso obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.
- Permiso sanitario para el funcionamiento

Los requisitos indispensables para la obtención del RÚC son:

- Cédula del representante legal
- Copia del certificado de votación

- Fotocopia del servicio básico en el cual indique la dirección donde se desarrollara la actividad económica

La Patente Municipal es un permiso obligatorio para la ejecución de una actividad económica habitual, esta se la debe obtener dentro de los 30 días siguientes al día final del mes en que se inician las actividades durante enero de cada año, los requisitos son los siguientes

- Recibos de pago del último impuesto predial
- Copia del RÚC
- Documentos personales del representante legal

El permiso sanitario de funcionamiento es un documento que exige el Municipio para el normal desenvolvimiento de las actividades comerciales, los requisitos son los siguientes

- Copia de la cédula
- Dos fotografías
- Examen Médico
- Llenar la solicitud de permiso de funcionamiento
- Inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios
- Entrega del informe final
- Estudio y emisión del permiso de funcionamiento, el cual tiene vigencia de un año.

CAPÍTULO VI

6 ESTUDIO FINANCIERO

El presente estudio financiero tiene como intención proporcionar elementos que permitan formar una opinión de las cifras que presentan los Estados Financieros de la empresa y su panorama en general para la toma de decisiones futuras, además nos permitirá determinar la rentabilidad del proyecto.

En este capítulo se presenta la proyección de los Estados financieros como el Flujo de caja, estado de resultados y para medir la rentabilidad se utilizará las herramientas financieras como: el VAN, TIR, el Costo – Beneficio, y el periodo de la Recuperación de la Inversión.

6.1 INVERSIÓN DEL PROYECTO

La inversión total que se necesita para la comercialización de fréjol empacado al vacío es la siguiente

CUADRO N° 38
INVERSIÓN TOTAL

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Activos Fijos	22.272,72
Activos Diferidos	1.500,00
Capital de Trabajo	2.847,20
TOTAL	26.620,00

Fuente: Estudio Técnico - Financiero
Elaborado: Autora

6.2 CÁLCULO DEL COSTE DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

CUADRO N° 39
CÁLCULO DEL COSTE DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA	VALOR
			PONDERACIÓN	PONDERADO
Capital Propio	7.986,00	30,00	4,00	120,00
Capital Financiado	18.634,00	70,00	15,00	1.050,00
TOTAL	26.620,00	100,00	19,00	1.170,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

COSTE DE OPORTUNIDAD = 1170/100
COSTE DE OPORTUNIDAD = 11.70%

6.2.1 TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

En esta tasa de rendimiento medio o tasa real del proyecto, nos muestra teóricamente cuanto generara el proyecto, en las condiciones y con los datos expuestos a la fecha del cálculo.

Coste Oportunidad=	11,70%
(inflación)=	4%
TRM=	$((1+ck)(1+if))-1$
TRM=	0,162
TRM=	16,2%

Tenemos una tasa de rendimiento medio de 16.2% Lo que nos indica que el proyecto generara el 16% de rentabilidad

6.3 INVERSIÓN FIJA

La inversión fija para la Microempresa, constará básicamente de los activos fijos necesarios para el desarrollo de las actividades, y se detallan a continuación.

6.3.1 TERRERO

Para iniciar las actividades de la Microempresa, se ha visto necesario adquirir un espacio físico para la construcción de las diferentes áreas, el precio del este terreno se ha fijado según el avalúa catastral.

CUADRO N° 40
TERRENO

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	M2	120	5	600,00
TOTAL				600,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

6.3.2 INFRAESTRUCTURA

La infraestructura que será utilizada para que funciones la microempresa, constará de dos área como son la Administrativa y el área Operativa.

CUADRO N° 41
INFRAESTRUCTURA

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Área Administrativa	m2	34	56,00	1.904,00
Área Operativa	m2	61	90,00	5.490,00
TOTAL				7.394,00

Fuente: Investigación propia, cuadro N° 28 , Estudio Técnico
Elaborado: Autora

6.3.3 VEHÍCULO

El vehículo que se adquiriera será un Chevrolet año 2005, de segunda es decir que este en buen estado y poco recorrido, el mismo que será utilizado para transportación de la materia prima a la microempresa.

CUADRO N° 42
VEHÍCULO

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vehículo Chevrolet Año 2005	1	7.000,00	7.000,00
TOTAL			7.000,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

6.3.4 MAQUINARIA Y EQUIPO

La maquinaria y el equipo que se utilizará para empacar el fréjol al vacío y proporcione mayor durabilidad, serán los siguientes:

CUADRO N° 43
MAQUINARIA Y EQUIPO

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Selladora	4	20,00	80,00
Maquinaria Empacadora	1	1.200,00	1.200,00
Balanza de plataforma	1	250,00	250,00
TOTAL			1.530,00

Fuente: Investigación propia , cuadro N° 30 , Estudio Técnico
Elaborado: Autora

6.3.5 HERRAMIENTAS Y MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN

CUADRO N° 44
HERRAMIENTAS Y MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Zarandas	10	5,00	50,00
Mesas	4	35,00	140,00
Fundas (cientos)	40	5,00	200,00
Herramientas manuales	10	5,00	50,00
TOTAL			440,00

Fuente: Investigación propia, cuadro N° 31, Estudio Técnico
Elaborado: Autora

6.3.6 MUEBLES Y ENSERES

Los muebles y enseres necesarios para el desarrollo de las actividades de la empacadora se describen a continuación:

CUADRO N° 45
MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios de Oficina	3	150,00	450,00
Muebles de oficina de espera	4	100,00	400,00
Sillas de Oficina	5	40,00	200,00
Sillones de Oficina gerencia	1	150,00	150,00
Archivadores	4	80,00	320,00
TOTAL			1.520,00

Fuente: Investigación propia , cuadro N° 32 , Estudio Técnico
Elaborado: Autora

6.3.7 EQUIPO DE COMPUTACIÓN

El equipo de computación a usarse en la Empacadora y sus respectivos costos son los siguientes.

CUADRO N° 46
EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de computación	3	900,00	2.700,00
Impresora normales	2	120,00	240,00
Impresoras multifunción	1	250,00	250,00
Otros equipos	2	30,00	60,00
			3.250,00

Fuente: Investigación propia, cuadro N° 35, Estudio Técnico
Elaborado: Autora

6.3.8 EQUIPO DE OFICINA

El equipo de Oficina que se empleará para el funcionamiento de la Microempresa serán los siguientes los mismos que serán de mucha utilidad para su emprendimiento.

**CUADRO N° 47
EQUIPO DE OFICINA**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono	3	80,00	240,00
Sumadora	2	45,00	90,00
TOTAL			330,00

Fuente: Investigación propia , cuadro N° 33 , Estudio Técnico
Elaborado: Autora

A continuación se presenta el cuadro resumen de las inversiones fijas que se necesitará en la implementación de la microempresa.

**CUADRO N° 48
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS**

DETALLE	VALOR TOTAL
Terreno	600,00
Infraestructura	7.394,00
Vehículo	7.000,00
Maquinaria y equipo	1.530,00
Muebles y enseres	1.520,00
Equipo de computación	3.250,00
Equipo de oficina	330,00
Imprevistos 3%	648,72
TOTAL	22.272,72

Fuente: Investigación propia , cuadro N° 28, 30,31,32,33,35,40
Elaborado: Autora

6.4 INVERSIÓN DIFERIDA

La Inversión diferida lo constituye los gastos de constitución es decir los diferentes permisos que se necesita sacar para el funcionamiento de la Empacadora

**CUADRO N° 49
GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Estudios y Diseños	1	400,00
Trámites de Constitución	1	700,00
Gastos de Instalación	1	400,00
TOTAL		1.500,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

6.5 CAPITAL DE TRABAJO

Para el capital de trabajo se tomó en cuenta lo requerido para la operación de un mes.

CUADRO N° 50
CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN		1.729,76
MATERIA PRIMA DIRECTA		
Fréjol	1.274,58	
MANO DE OBRA DIRECTA		
Obreros	362,08	
COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN		
Empaques	81,11	
Mantenimiento maquinaria y equipo	12,00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		824,51
Sueldos	770,53	
Suministros de oficina	30,00	
Servicios básicos	3,98	
Mantenimiento Computación	20,00	
GASTOS DE VENTAS		210
Publicidad	70	
Combustible y mantenimiento vehículo	140	
SUBTOTAL		2.764,27
Imprevistos 3%		82,93
TOTAL		2.847,20

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autora

6.6 INGRESOS

Son los ingresos que la microempresa obtendrá por la venta del fréjol empacado al vacío de 500 gramos por cada unidad, para esto se tomó como base el Estudio de Mercado.

6.6.1 PROYECCIÓN DE INGRESOS

Para la proyección de los ingresos está considerado las ventas realizadas por la Empacadora “Frijolito” identificado en el estudio de mercado, el precio del producto se incrementa en un 4% cada año de acuerdo a la tendencia de la inflación de los últimos cinco años,

CUADRO N° 51
PROYECCIÓN DE INGRESOS DE FRÉJOL

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Funda de Fréjol 500 gramos	27.809	31.981	36.778	42.295	48.639
Precio por Funda	1,50	1,56	1,62	1,69	1,75
Ingresos proyectados	41.713,50	49.890,36	59.668,63	71.364,18	85.351,13

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

6.7 EGRESOS

Los egresos son los valores que se pagarán por costos y gastos necesarios para la ejecución del proyecto a continuación se detallan:

6.7.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN

En cuanto se refiere a los costos de producción estará conformado por materia prima, Mano de obra y los gastos generales de producción los cuales están detallados a continuación

6.7.1.1 MATERIA PRIMA

Para determinar la adquisición de la materia prima se tomó en cuenta, que cantidad se necesita para la venta, el precio de la materia prima se determinó en base a precios históricos del producto, obteniendo un valor de 55 dólares promedio, el mismo que crecerá anualmente según la inflación.

**CUADRO N° 52
MATERIA PRIMA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Fréjol por quintales	278	320	368	423	486
Precio del fréjol	55,00	57,20	59,49	61,87	64,34
TOTAL	15.294,95	18.293,13	21.878,50	26.166,87	31.295,41

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

6.7.1.2 MANO DE OBRA

En lo referente a la mano de obra está conformado por los obreros quienes se encargarán de llevar a cabo todos los procesos de empaclado al vacío.

**CUADRO N° 53
MANO DE OBRA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Obrero	4345	4519	4699	4887	5083
TOTAL	4345	4519	4699	4887	5083

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

6.7.1.3 COSTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN

Estos costos están conformados por los empaques a utilizarse y el diferente mantenimiento cada una de las máquinas necesitan.

➤ **EMPAQUES**

**CUADRO N° 54
EMPAQUES**

AÑO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Fundas y etiquetas	27.809	0,035	973,32
2	Fundas y etiquetas	31.981	0,04	1164,11
3	Fundas y etiquetas	36.778	0,04	1392,27
4	Fundas y etiquetas	42.295	0,04	1665,16
5	Fundas y etiquetas	48.639	0,04	1991,53

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

➤ **MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO**

**CUADRO N° 55
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento maquinaria y equipo	144	150	156	162	168

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

**CUADRO N° 56
RESUMEN GENERAL DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Empaques	973,32	1164,11	1392,27	1665,16	1991,53
Mantenimiento maquinaria y equipo	144,00	149,76	155,75	161,98	168,46
TOTAL	1.117,32	1.313,87	1.548,02	1.827,14	2.159,99

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

**CUADRO N° 57
RESUMEN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima Directa	15.294,95	18.293,13	21.878,50	26.166,87	31.295,41
Mano de Obra Directa	4.344,91	4.518,71	4.699,46	4.887,44	5.082,93
Costos generales de producción	1.117,32	1.313,87	1.548,02	1.827,14	2.159,99
Depreciación Infraestructura	351,22	351,22	351,22	351,22	351,22
Depreciación Maquinaria y Equipo	137,70	137,70	137,70	137,70	137,70
Imprevistos 3%	637,38	738,44	858,45	1001,11	1170,82
TOTAL	21.883,47	25.353,06	29.473,33	34.371,47	40.198,06

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

6.7.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos son los gastos que el proyecto tendrá en el desarrollo del mismo y los que servirá para poner en marcha a la microempresa, estos crecen anualmente en función de la tendencia de la inflación de los últimos cinco años como son:

6.7.2.1 SUELDOS Y SALARIOS

Se identifica los sueldos y salarios que el personal administrativo percibirán en un año y proyectado hasta los cinco años de durabilidad del proyecto.

CUADRO N° 58
SUELDOS Y SALARIOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	4.901	5.097	5.301	5.513	5.734
Contadora	4.345	4.519	4.699	4.887	5.083
TOTAL	9.246	9.616	10.001	10.401	10.817

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

6.7.2.2 SERVICIOS BÁSICOS

Los servicios básicos se refiere a lo que la microempresa tendrá para su desarrollo como: agua potable, luz eléctrica.

CUADRO N° 59
SERVICIOS BÁSICOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	120	124,80	129,79	134,98	140,38
Luz	240	249,60	259,58	269,97	280,77
TOTAL	360	374,40	389,376	404,95	421,15

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

6.7.2.3 SUMINISTROS DE OFICINA

Los suministros de oficina que a continuación se detallan son los que se utilizará para el funcionamiento de la microempresa.

CUADRO N° 60
SUMINISTROS DE OFICINA

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Suministros de oficina	47,75	49,66	51,65	53,71	55,86

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

6.7.2.4 MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN

El mantenimiento del equipo de computación será indispensable para que cada una de las máquinas se encuentran actualizadas y fuera de amenazas como los virus que se presentan en la actualidad.

CUADRO N° 61
MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento Computación	240	250	260	270	281

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

CUADRO N° 62
RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	9246,31	9616,16	10000,81	10400,84	10816,88
Servicios Básicos	360,00	374,40	389,38	404,95	421,15
Suministros de Oficina	47,75	49,66	51,65	53,71	55,86
Mantenimiento Computación	240,00	249,60	259,58	269,97	280,77
Depreciación equipo de computación	722,22	722,22	722,22	758,33	758,33
Depreciación equipo de oficina	29,70	29,70	29,70	29,70	29,70
Depreciación muebles y enseres	136,80	136,80	136,80	136,80	136,80
Imprevistos 3%	323,48	335,36	347,70	347,70	374,98
TOTAL	11.106	11.514	11.938	12.416	12.874

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

6.7.3 GASTOS VENTAS

Los gastos de ventas están básicamente relacionados con aquellas actividades para dar a conocer la existencia de esta nueva microempresa,

un plan de publicidad en medios de la comunidad y prensa, hablada y escrita, los cuales crecen al ritmo de la inflación proyectada.

6.7.3.1 PUBLICIDAD

Indica el valor de la publicidad que costará en los años que el proyecto durará.

**CUADRO N° 63
PUBLICIDAD**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Trípticos	360	374	389	405	421
Afiches	480	499	519	540	562
TOTAL	840,00	873,60	908,54	944,89	982,68

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autora

6.7.3.2 COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO

El presente cuadro indica el valor del combustible y mantenimiento del vehículo que la empacadora tendrá

**CUADRO N° 64
COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Combustible Vehículo	1200	1248	1298	1350	1404
Mantenimiento Vehículo	480	499	519	540	562
TOTAL	1.680	1.747	1.817	1.890	1.965

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 65
RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	840,00	873,60	908,54	944,89	982,68
Combustible y Mantenimiento Vehículo	1680,00	1747,20	1817,09	1889,77	1965,36
Depreciación Vehículo	630,00	630,00	630,00	630,00	630,00
TOTAL	3150	3251	3356	3465	3578

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 66
RESUMEN GENERAL DE GASTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de producción	21.883	25.353	29.473	34.371,47	40.198
Gastos de Administrativos	11.106	11.514	11.938	12.416	12.874
Gastos de Ventas	3.150	3.251	3.356	3.465	3.578
Otros Gastos	440	462	485	509	535
Gastos Financieros	2.795	2.381	1.904	1.356	725
Gasto de Amortización Diferidos	300	300	300	300	300
TOTAL	39.675	43.260	47.466	52.417	58.210

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

6.8 FINANCIAMIENTO

En cuanto se refiere al financiamiento, se tramitará un crédito al Banco Nacional de Fomento, con un interés del 15% de interés para microempresas dedicadas a la comercialización, el mismo que ayudará a la implantación del mismo

Datos:

Capital: 18.634

Tiempo: 5

Cuota: anual

Tasa: 15%

CUADRO N° 67
TABLA DE AMORTIZACIÓN

PERIODO	CUOTA DE PAGO	INTERES	PAGO AL PRINCIPAL	SALDO INSOLUTO
0				18.633,94
1	5.558,79	2.795,09	2.763,70	15.870,24
2	5.558,79	2.380,54	3.178,26	12.691,98
3	5.558,79	1.903,80	3.655,00	9.036,98
4	5.558,79	1.355,55	4.203,25	4.833,73
5	5.558,79	725,06	4.833,73	0.00
TOTAL	27.793,97	9.160,03	18.633,94	

6.9 Depreciación y Amortización

CUADRO N° 68
DEPRECIACIÓN

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	VR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Infraestructura	7.394,00	369,7	351,215	351,215	351,215	351,215	351,215
Maquinaria y Equipo	1.530,00	153	137,7	137,7	137,7	137,7	137,7
Muebles y Enseres	1520,00	152	136,8	136,8	136,8	136,8	136,8
Equipo de Computación	3.250,00	1083,33	722,22	722,22	722,22		
Renovación de equipo de Comp.	3.412,50	1137,50				758,33	758,33
Equipo de Oficina	330,00	33	29,7	29,7	29,7	29,7	29,7
Vehículo	7.000,00	700	630	630	630	630	630
TOTAL	24.437	3.639	2.008	2.008	2.008	2.044	2.044

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

DESCRIPCIÓN	VALOR INICIAL	AMORTIZACIÓN ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Diferidos	1.500,00	20%	300	300	300	300	300

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

6.10 BALANCE DE ARRANQUE

El balance de arranque presenta la situación financiera y económica del proyecto, de manera estimada, registrando fuentes de capital, los activos fijos que la microempresa tendrá y además el patrimonio con el que cuenta para iniciar sus actividades.

CUADRO N° 69
BALANCE DE ARRANQUE
AÑO CERO

ACTIVO		PASIVO				
ACTIVOS CORRIENTE		2.847	PASIVOS LARGO PLAZO		18.634	
Caja - Bancos	2.847		Préstamo por pagar	18.634		
ACTIVOS FIJOS		22.273				
Terreno	600		CAPITAL		7.986	
Infraestructura	7.394		Inversión propia	7.986		
Vehículo	7.000					
Equipo de Computación	3.250					
Equipo de Oficina	330					
Maquinaria y Equipo	1.530					
Muebles y enseres	1.520					
otros	649					
ACTIVO DIFERIDO			1.500			
Gastos de Constitución	1.500					
TOTAL ACTIVOS		26.620	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL		26.620	

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autora

6.11 ESTADOS FINANCIEROS DE RESULTADOS

Los Estados de Resultados muestran la gestión de la microempresa para obtener utilidades o pérdidas al término de un año y proyectado para los 5 años que durará el proyecto

CUADRO N° 70
ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	41.714	49.890	59.669	71.364	85.351
Costos de Producción	21.395	24.864	28.984	33.883	39.709
(=)Utilidad Bruta	20.319	25.026	30.684	37.482	45.642
Gastos Administrativos	10.218	10.625	11.049	11.491	11.950
Gastos de Venta	2.520	2.621	2.726	2.835	2.948
Otros Gastos	440	462	485	509	535
Depreciación	2.008	2.008	2.008	2.044	2.044
Amortización Diferidos	300	300	300	300	300
(=)Utilidad Operativa Proyectada	4.834	9.011	14.117	20.303	27.866
(-)-Gastos Financieros Intereses	2.795	2.381	1.904	1.356	725
(=)Utilidad neta proyectada	2.039	6.630	12.213	18.947	27.141

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autora

6.12 FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN

Este Flujo de caja muestra los excedentes de dinero que se obtienen al restar lo ingresos proyectados de los egresos operacionales.

CUADRO N° 71
FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Inversión Inicial	-26.620					
Ingresos						
(=) Utilidad Proyectada		2.039	6.630	12.213	18.947	27.141
Reinversión					3.413	
Valor de rescate						3.629
Depreciación		2.008	2.008	2.008	2.044	2.044
(=) Total Ingresos		4.046	8.638	14.221	24.403	32.813
EGRESOS						
Pago al Principal		2.764	3.178	3.655	4.203	4.834
Otros Gastos						
(=) Total Egresos		2.764	3.178	3.655	4.203	4.834
(=) FLUJO DE CAJA DE NETO PROYECTADO	-26.620	1.283	5.459	10.566	20.200	27.979

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autora

6.13 EVALUACIÓN FINANCIERA

Los aportes que implican recursos financieros requiere un análisis para cuantificar y evaluar los beneficios que se obtendrán de estos, por tanto el proyecto debe estar sustentado teóricamente.

6.13.1 VALOR ACTUAL NETO

Este nos muestra la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente de la inversión.

CUADRO N° 72
VALOR ACTUAL NETO

AÑO	FLUJOS NETOS	FLUJO ACTUAL 16,16%
0	-26.620	-26.620
1	1.283	1104
2	5.459	4.046
3	10.566	6.740
4	20.200	11.092
5	27.979	13.225
VAN		9.587

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} - InversiónInicial$$

$$VAN= 9.587$$

El cálculo del VAN indica el valor del dinero en tiempo real para este caso el proyecto tienen un VAN de 9.587 dólares lo que significa que existe factibilidad.

6.13.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno muestra la rentabilidad que devuelve el proyecto durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento que el VAN es = 0

CUADRO N° 73
TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	FLUJO NETOS	FLUJO 16,16%	FLUJO 26%
0	-26.620	-26.620	-26.620
1	1.283	1104	1.018
2	5.459	4.046	3.439
3	10.566	6.740	5.282
4	20.200	11.092	8.014
5	27.979	13.225	8.810
VAN		9.587	-57

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

$$TIR = \sum_{t=1}^n \frac{Fn}{(1+i)^t} - InversiónInicial = 0$$

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

TIR= 25,9%

El TIR indica la rentabilidad del proyecto, se obtuvo el 25,9 % lo que se determina que el proyecto es factible en términos económicos.

6.13.3 SENSIBILIDAD DEL TIR

ESCENARIO A

Quando las ventas disminuyen en un 5%

CUADRO N° 74
SENSIBILIDAD DEL TIR 5%

AÑO	FLUJOS NETOS	FLUJO 16,16%	FLUJO 20%
0	-26.262	-26.262	-26.262
1	1.708	1808	1.745
2	4.487	3.622	3.384
3	8.298	5.294	4.790
4	15.886	8.723	7.711
5	21.164	10.004	8.531
VAN		3.190	-98

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

TIR= 18,6

Al disminuir las ventas en un 5% el proyecto se sigue manteniendo en condiciones de factibilidad, ya que el TIR es mayor a la tasa de rendimiento medio.

ESCENARIO B

Cuando las ventas disminuyen en un 6%

CUADRO N° 75
SENSIBILIDAD DEL TIR 6%

AÑO	FLUJOS NETOS	FLUJO 16,16%	FLUJO 26%
0	-26.262	-26.262	-26.262
1	772	682	697
2	3.297	2.835	2.976
3	6396	3.520	4.378
4	14.520	6.798	7.876
5	17.722	7.786	10.965
VAN		4.096	-72

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

TIR= 10,6 %

Por el contrario al disminuir las ventas en un 6% el proyecto tiende al fracaso lo que quiere decir que es muy sensible, porque el TIR es menor que la tasa de redimiendo medio.

6.13.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

CUADRO N° 76
PRI INVERSIÓN CON VALORES CORRIENTES

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO	RECUPER. CAPITAL	
1	26.619,92	1.282,6	1.282,60	1 AÑO
2		5.459,44	5.459,44	2 AÑO
3		10.565,56	10.565,56	3 AÑO
4		20.200,22	9.312,32	6 MESES

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

La recuperación de la inversión con valores corrientes será en un tiempo de 3 años.

CUADRO N° 77
FLUJOS DEFLACTADOS

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR	FLUJO DEFLACTADO
1	1.283	0.86	1.104,1
2	5.459	0.74	4.045,5
3	10.566	0.64	6.739,6
4	20.200	0.55	11.092,0
5	27.979	0.47	13.225,2

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

CUADRO N° 78
PRI CON VALORES CONSTANTES

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL		
1	26.619,20	1.104,09	1.104,09	1	AÑO
2		4.045,52	4.045,52	2	AÑO
3		6.739,58	6.739,58	3	AÑO
4		11.092,00	11.092,00	4	AÑO
5		13.225,20	3.638,72	3	MESES

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

En cambio la recuperación de la inversión con flujos deflactados será en 4 años.

6.13.5 BENEFICIO – COSTE

CUADRO N° 79
BENEFICO – COSTE

AÑOS	INGRESOS	Tasa redescuento	EGRESOS	Tasa redescuento
		0.16168		0.16168
1	4.046	3.483	2.764	2.379
2	8.638	6.401	3.178	2.355
3	14.221	9.071	3.655	2.331
4	24.403	13.400	4.203	2.308
5	32.813	15.510	4.834	2.285
SUMAN...		47.865		11.658,48

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autora

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

$$B/C = \frac{47.865}{11.658,48}$$

$$B/C = 4,11$$

Con el análisis de este indicador se determina que, por cada dólar que se está invirtiendo para que el proyecto se desarrolle de manera eficiente, se tendrá una rentabilidad de 3.11 dólares.

6.13.6 PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PROYECYO

$$PEP = \frac{Inversión.Fija + CostosFijos}{PVu - CVu}$$

Inversión Fija: 22.273

Costo Fijo: 17.791

Precio de Venta: 1.50

Costo de Venta: 0,79

$$PE = \frac{22.273 + 17.791}{1.50 - 0,79}$$

PE: 56.184

Con el análisis del punto de equilibrio se determina que la microempresa necesita vender 56.184 para comenzar a recuperar inversión fija y costos fijos.

6.13.7 RESUMEN DE EVALUACIÓN

CUADRO Nº 80
RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA

RATIO EVALUADOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM =		16,16%	
VAN =	$VAN > 0$	9.587	Aceptable
TIR % =	$TIR > TRM$	25,9%	Aceptable
Sensibilidad -5% en ventas	TIR	18,6%	Aceptable
Sensibilidad -6% en ventas	TIR	10,6%	No se acepta
PRI con valores corrientes		3,6	Año muy bueno
PRI con valores constantes		4,3	Años bueno
B/C =	$R B/C > 1$	4,11	Aceptable

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Autora

CAPÍTULO VII

7 ESTUDIO DE IMPACTOS

En este capítulo se analizará los posibles impactos que representan efectos y consecuencias positivas y negativas, existentes en la investigación realizada en el proyecto, dentro de los ámbitos: económico, social, empresarial, y ambiental.

Con la finalidad de efectuar un análisis cuantitativo y cualitativo se ha realizado una matriz de valoración, instrumento con el cual analizaremos individualmente a cada impacto para luego concluir con un análisis general como se muestra a continuación en la matriz se señala una valoración -3 a 3 que se califica de acuerdo a los siguientes criterios:

CUADRO N° 81
MATRIZ DE VALORACIÓN

VALORACION	NIVEL DE IMPACTO
3	Impacto alto positivo
2	Impacto medio positivo
1	Impacto bajo positivo
0	No hay impacto
-1	Impacto bajo negativo
-2	Impacto medio negativo
-3	Impacto alto negativo

Una vez establecido los niveles de Impacto a cada indicador, se procede a la sumatoria de los valores, esta medición se la realiza en base a una medida ponderada que nos indicará si el resultado es positivo o negativo.

$$\frac{\sum \text{SumatoriadeIndicadores}}{N1} = \frac{\text{Número de Indicadores}}{\text{Número de Indicadores}}$$

7.1 MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL

CUADRO N° 82
MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Calidad de Vida						x		2
Seguridad Familiar						x		2
Migración					x			1
Bienestar Comunitario						x		2
TOTAL					1	6		7

$$\Sigma = \frac{7}{4}$$

$$= 1,75$$

El resultado del Impacto Social equivale a 2 lo cual tendrá un Impacto medio positivo.

ANÁLISIS:

Con la implementación de la microempresa propuesta en el presente proyecto permitirá la participación directa de los agricultores del Cantón Mira, dándoles la oportunidad de ser los que promuevan la mejora de su producción y de esta manera promover el bienestar comunitario lo cual tendrá un impacto medio positivo, como también mejorar la calidad de vida de todas las familias, ya que con la ejecución del proyecto tendrá un impacto medio positivo porque permitirá evitar la migración de los trabajadores del campo a la ciudad como fuera del país.

7.2 MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

CUADRO N° 83
MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Oferta de Empleo							x	3
Demanda de Mano de Obra					x			1
Estabilidad Económica Familiar						x		2
Capacidad de Compra						x		2
TOTAL					1	4	3	8

$$\Sigma = \frac{8}{4}$$

$$= 2$$

El resultado del Impacto Económico equivale a 2 lo cual tendrá un Impacto medio positivo.

ANÁLISIS:

Dentro del Impacto Económico se puede evidenciar que existirá oferta de empleo obteniendo un impacto alto positivo porque mediante la creación de la microempresa permitirá el ingreso de varios agricultores que deseen formar parte de la misma. Al solucionar el problema del desempleo, también se evitará problemas sociales como la delincuencia, drogadicción, alcoholismo, entre otros, y de esta manera se contribuirá a mejorar la estabilidad económica familiar de esta zona cuyo impacto será medio positivo, en lo que se refiere a capacidad de compra tendrá un impacto medio positivo porque existirá un lugar en donde se pueda adquirir un producto de acuerdo a las exigencias del consumidor es decir de buena calidad y presentación

7.3 MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO N° 84

MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Clima Organizacional						x		2
Trabajo Corporativo							x	3
Manejo de Recursos						x		2
Gestión de Comercialización						x		2
TOTAL						6	3	9

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

$$= 2,25$$

El resultado del Impacto Empresarial equivale a 2 lo cual tendrá un Impacto medio positivo.

ANÁLISIS:

Dentro del Impacto Empresarial se prevé que será positivo es aspectos como clima organizacional, tendrá un impacto medio positivo porque existirá una buena comunicación y respeto entre las personas que conformaran el proyecto , dentro trabajo corporativo se obtendrá un impacto alto positivo porque al ser un trabajo asociado con diferentes personas se promoverá la participación y coordinación de todos y lograr objetivos planteados , en lo que se refiere al manejo de recursos tendrá un impacto medio positivo porque mediante el buen manejo financiero en actividades comerciales será el éxito en lograr eficientemente el desarrollo del proyecto. Dentro de la gestión de comercialización tendrá un impacto medio positivo porque las políticas y principios que se gestionen para la administración de la microempresa permitirán llegar a alcanzar el éxito dentro de la actividad de comercialización

7.4 MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO N° 85
MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Manejo de Productos Químicos							x	3
Contaminación Auditiva						x		2
Conservación y uso Racional Suelo					x			1
Polución Ambiental						x		2
TOTAL					1	4	3	8

$$\begin{aligned} \Sigma &= \frac{8}{4} \\ &= 2 \end{aligned}$$

El resultado del Impacto Ambiental equivale a 2 lo cual tendrá un Impacto medio positivo.

ANÁLISIS:

El Impacto Ambiental es uno de mayor importancia en el desarrollo de este tipo de proyectos ya que el buen manejo de este permitirá mantener al medio ambiente en buenas condiciones, es por ello que con la ejecución del proyecto tendrá como resultado un impacto medio positivo en lo que se refiere a polución ambiental porque se evitará el uso excesivo de abonos agroquímicos que se usa para la siembra, como también permitirá la conservación y uso racional del suelo obteniendo un impacto bajo positivo porque se implementará nuevas maneras de siembra y cosecha, se mejorará el manejo de productos químicos obteniendo un impacto alto positivo porque se utilizarán bajo contenido de químicos durante el proceso de la siembra del fréjol, en lo que se refiere a contaminación Auditiva como resultado se obtiene un impacto medio positivo porque en el proyecto se utilizará máquinas en donde se minimiza el ruido que afecte a las personas.

7.5 MATRIZ GENERAL DE IMPACTOS

CUADRO N° 86
MATRIZ GENERAL DE IMPACTOS

IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Económico						x		2
Social						x		2
Empresarial						x		2
Ambiental						x		2
TOTAL								8

$$\Sigma = \frac{8}{4}$$

$$= 2$$

ANÁLISIS:

Como resultado del análisis de impactos se obtiene que con la ejecución del proyecto tenga un Impacto medio positivo, ya que con la puesta en marcha de la micro empresa, beneficiará significativamente por que no afectara a ningún sector sino, más bien beneficia a la población en general

CONCLUSIONES

Una vez concluido el presente estudio, se llegó a las siguientes conclusiones:

- Con el análisis del diagnóstico se pudo conocer la situación actual de los productores fréjol en el Cantón Mira, donde se evidencia el bajo precio del producto ya que en la comercialización lo hacen a través de intermediarios, también se pudo constatar que existe suficiente materia prima que puede ser utilizada para el proyecto. Los resultados obtenidos de la investigación de campo confirma que el producto si tiene aceptación, como también la no existencia de competencia local significativa, lo que hace atractiva la propuesta de creación de la microempresa
- La información bibliográfica fue fundamental para el desarrollo del proyecto, ya que se obtuvo datos relevantes, que ayudaron a conocer más a fondo sobre el fréjol empacado al vacío.
- Del estudio técnico se determinó que la Ciudad de Mira es un lugar estratégico para la implantación del proyecto, lo cual garantiza una rápida distribución del producto, ya que se encuentra cerca de vías de primer orden, como también se definió un proceso productivo basado en la eficiencia.
- Del estudio organizativo se llegó a concluir que la microempresa cuanta con una buena estructuración para su funcionamiento tanto en aspectos legales, nivel administrativo con el que contara para desempeñar de manera eficiente sus diferentes funciones.

- Del análisis financiero se establece que la inversión para el proyecto es 26.620 dólares, al aplicar los evaluadores clásicos financieros confirman la posible factibilidad del proyecto en los escenarios estudiados.
- Por último se concluye que los posibles impactos que genera el proyecto son positivos, en el ámbito social, económico, empresarial ambiental.

RECOMENDACIONES

- Con la ejecución de la microempresa, los agricultores pueden asociarse y buscar mercado, satisfaciendo al consumidor, y por ende lograr que exista mayor demanda, logrando así a que el producto sea reconocido a nivel local, y regional.
- Captar el mercado paulatinamente utilizando un producto de calidad, diseñando un plan de estrategias de comercialización acorde a las expectativas de los consumidores finales.
- Aprovechar la ubicación estratégica del Cantón Mira para efectuar la distribución masiva del producto.
- Se sugiere implantar el proyecto ya que los resultados del análisis financiero confirman su factibilidad potencial, por lo tanto las inversiones tendrán rentabilidad.
- Estar siempre en alerta por posibles afectaciones que puedan surgir por la implementación del proyecto, para aplicar los posibles planes de contingencia o amortiguamiento.

BIBLIOGRAFÍA

- AUGUSTO, Cesar. (2006) “Metodología de la Investigación” Segunda Edición Bearson Educación México
- BACA URBINA, Gabriel. (2006) “Evaluación de Proyectos”. Quinta Edición Mac Graw Hill, México
- BRAVO, Mercedes (2007) “Contabilidad General”, Séptima Edición, Editorial Nuevo Día.
- BRIGHAN, Eugene. Y HOUSTON Joel (2005). “Fundamentos de la Investigación Financiera”. Décima Edición .Thomson Editores, México
- CHILQUINGA, Manuel(2007)“Clasificación de las Microempresas” Offset GRAFICOLOR -Ecuador
- GITMAN, Laurence J. (2007)“Principios de Administración Financiera” Decimo Primera Edición , Pearson Educación México
- HAREAU,Fernando.(2000) “Contabilidad Agropecuaria”Hemisferio Sur Tercera edición
- JÁCOME Walter (2005)Bases“Teóricas Practicas para el diseño y evaluación de Proyectos Productivos y de inversión” –CUDIC Editorial Universitaria Ibarra Ecuador
- KLOTTER, Philip. (2008) “Principios de Marketing”Doceava Edición Prentice Hall, México.

- MONTEROR, Edgar. (2005), Manual de Gestión Microempresarial Editora Universitaria del Ecuador.
- NASSIR S. Chain, (2007), "Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación" Primera Edición, Pearson Prentice Hall México.
- POLIMENI Ralph (2003) "Contabilidad de Costos – Conceptos y Aplicaciones para la toma de Decisiones Generales" Tercera Edición Mac Graw Hill – Bogotá Colombia.
- POSSO, Miguel .(2005) "Metodología de la Investigación" Segunda Edición NINA Comunicaciones Quito – Ecuador
- QUIROS , J.E (2003) "Producción del fréjol" Impresos Begon Ltda
- SARMIENTO, Rubén; (2005); "Contabilidad General"; Ecuador.
- SOLORZANO Y ENGLEMAN (2001) "Diagnostico Agro Socioeconómico del cultivo del fréjol en la sierra ecuatoriana" INIAP
- VASCONES José Contabilidad General para el siglo xxi Edición 2001
- ZAPATA, Pedro, (2004) "Contabilidad General", Cuarta Edición Mc Graw Hill.

LINCOGRAFÍA

- [Es.wiktionary.org/wiki/champi%C3%B1on.](http://es.wiktionary.org/wiki/champi%C3%B1on)
- <http://www.monografias.com/trabajos14/administracion-emorasas>
- [administracion-empradas.shtml](http://www.monografias.com/trabajos14/administracion-emorasas/administracion-empradas.shtml)
- <http://www.monografias.com/trabajos5/contab.shtml>
- [www.monografias.com/Administraciony Finanzas/Contabilidad](http://www.monografias.com/AdministracionyFinanzas/Contabilidad)
- www.monografias.com/trabajos/mercado
- <http://www.foromarketing.com>
- www.marketing-xxi.com/estrategias-de-marketing
- [“Publicaciones del INIAP\(Instituto Nacional Autónomo investigaciones](http://www.iniap.gub.ve/publicaciones)
- [agropecuariaslhttp://www.produccion/fréjol.com.ec](http://www.produccionfrjol.com.ec)
- [“Población de la Provincia del Carchi”www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)
- [http://www.adoos.com.co/post/1487264/frijol rojo de ecuador al p
or mayor:/2009/](http://www.adoos.com.co/post/1487264/frijol-rojo-de-ecuador-al-por-mayor-2009)
- [http://www.quiminet.com/ar8/ar_hgsAvcdbcBu-maquinas-para-
empaque-de-alimentos-al-alto-vacio.htm](http://www.quiminet.com/ar8/ar_hgsAvcdbcBu-maquinas-para-empaque-de-alimentos-al-alto-vacio.htm)

- http://html.rincondelvago.com/organigramas_2009.html
- <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/localizacion-tamaño-proyecto>

- <http://www.gilbertorojas.co.cc/index35.html>

- <http://wiki.sumagecuador.com/2008/es/Frijol>

- <http://www.monografias.com/trabajos51/activos-fijos/activos-fijos.shtml>

- [http://es.wikipedia.org/wiki/Capital de trabajo](http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_de_trabajo)

GLOSARIO DE TÉRMINOS

CONCEPTOS BÁSICOS FINANCIEROS

COSTOS.- Es el valor que se asigna a la elaboración de un producto o la prestación de un servicio.

INGRESOS.- Es una contrapartida o equivalente monetario de una cantidad de bienes vendidos o servicios prestados.

DEPRECIACIÓN.- Es la pérdida de valor de una moneda con respecto a otra u otros en los mercados libres de divisas.

AMORTIZACIÓN.- Es la operación contable mediante la cual se va reduciendo el valor de algún elemento del activo fijo como consecuencia del desgaste sufrido en la actividad productiva a lo largo del tiempo.

RENTABILIDAD.- Es la capacidad que tiene una inversión para generar o no, un beneficio neto, relación existente generalmente expresada en términos porcentuales entre un capital invertido y los rendimientos netos que de él se obtienen.

PUNTO DE EQUILIBRIO.- Es el nivel o volumen de venta necesaria para que una empresa cobre todos los costos fijos de un ejercicio económico y las variables reducidas de la cifra de ventas y a partir de la cual la empresa comienza a obtener elementos.

VAN.- Valor actual neto de una inversión, es igual a la suma algebraica de los valores actualizados de los flujos netos de caja asociados a esa inversión, si el valor actual neto de una inversión es positivo la inversión debe aceptarse y rechazarse si es negativa.

TIR.- Tasa interna de rendimiento es aquella por la cual se expresa el lucro o beneficio neto que proporciona una determinada inversión en función de porcentaje anual que permita igualar el valor actual de los beneficios y costos, en consecuencia el resultado del valor actual neto es igual a cero. Si la tasa interna de rendimiento es igual o sobrepasa el costo estimado de oportunidad o de sustitución del capital de inversión permitirá, por lo menos recuperar todos los gastos de explotación y de capital

ANEXOS

ANEXO N° 1

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS AGRICULTORES DE FRÉJOL EN LAS PARROQUIAS RURALES DEL CANTÓN MIRA

OBJETIVO:

Recopilar información para conocer la situación actual de los agricultores de la zona.

INDICACIONES:

Leer detenidamente y contestar con claridad y precisión ya que la información que usted nos brinde será muy valiosa para el proyecto de investigación a realizar.

Marque con una X la alternativa de su elección.

1 ¿A qué tipo de actividad económico se dedica?

- a. Agricultura ()
- b. Comercio ()
- c. Agropecuaria ()
- d. Otras.....

2 ¿Cuáles son servicios básicos con los que cuenta Ud.?

- a) Agua potable ()
- b) Alcantarillado ()
- c) Letrina ()
- d) Energía eléctrica ()

3 ¿Las vías de acceso que tiene la parroquia para transportar de los productos son?

- a. Adoquinado ()
- b. Empedrado ()

c. Tierra ()

4 ¿Su producto lo vende a?

a) Intermediarios ()

b) Consumidores finales ()

5 ¿Para la preparación del terreno que medios utiliza?

a. Maquinaria agrícola ()

b. Arado de mano ()

c. Herramientas manuales ()

d. Otras ()

6 ¿ De la lista a continuación señale los productos que mayor Demanda tienen en La zona?

a. Yuca ()

b. Fréjol ()

c. Arveja ()

d. Otros ()

7 ¿Ha recibido capacitación y asesoramiento en las áreas de?

a. Producción ()

b. Comercialización ()

c. Costos ()

d. Contabilidad ()

e. Administración ()

8¿Qué elementos toma en cuenta para fijar el precio de venta?

a. Costos de producción ()

b. El precio de mercado ()

c. Niveles de rentabilidad deseados ()

9 ¿El capital con el que trabaja usted es?

- a. Capital propio ()
- b. Préstamos ()
- c. Capital propio y préstamos ()

10 ¿Estaría Ud. de acuerdo en que funcione una microempresa en el Cantón Mira comercializadora de fréjol empacado al Vacío?

- a) SI ()
- b) NO ()

11 ¿Estaría de acuerdo en formar parte de esta microempresa?

- a) SI ()
- b) NO ()

DATOS PERSONALES

➤ **Edad.**

- Menores de 22 años
- 22 a 26 años
- 27 a 30 años
- 31 años en adelante

➤ **Sexo:** Masculino Femenino

ANEXO N° 2

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE SUPERMERCADOS, TIENDAS Y CENTROS DE ABASTOS DE LA PROVINCIA DEL CARCHI

OBJETIVO:

Recopilar información para conocer la frecuencia y en qué cantidad adquieren productos empacados al vacío y la aceptación que tendría nuestro nuevo producto.

1 ¿Estaría interesado en adquirir fréjol empacado al vacío producido en el Cantón Mira?

SI () NO ()

Porque.....

2 ¿De las siguientes aspectos cuál es de mayor influencia al de adquirir un producto empacado al vacío?

Precio ()	Presentación ()
Marca ()	Peso ()
Calidad ()	
Todos ()	

3 ¿Cuál sería la presentación más adecuada para el fréjol empacado al vacío?

Medio kilo ()
Un kilo ()

4 ¿La entrega de los productos empacados al vacío ,de qué forma le gustaría que lo hagan?

Congelados ()

Al clima ()

5 ¿Con qué frecuencia y en qué cantidad adquiere Usted del empacado al vacío de fréjol para su venta?

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

Otros ()

6 Considera que el precio del producto empacado al vacío es:

Alto ()

Normal ()

Bajo ()

7 ¿Qué tipo de envase prefiere Usted para la comercialización del empacado al vacío de fréjol?

Con logotipo ()

Sin logotipo ()

8 ¿Cuál es la marca del producto empacado al vacío más reconocida en la Provincia?

Hortana ()

Delivalle ()

Parcela ()

9 ¿Cree Usted que es importante la marca al momento de realizar la compra?

Si () No ()

10 ¿Con qué frecuencia y cantidad estaría dispuesto adquirir Producto empacado al vacío de fréjol para su comercialización?

Diaria ()

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

ANEXO N° 3
ENTREVISTA PARA LA COMPETENCIA

1 ¿Con qué frecuencia adquiere fréjol empacado al vacío para su Comercialización?

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

2 ¿Qué cantidad adquiere de fréjol empacado al vacío para su comercialización?

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

3 ¿Cuáles son sus principales proveedores del producto?

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

4 ¿Cuáles son las marcas de los productos empacado al vacío que comercializa?

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

5 ¿Cuáles son los productos empacados de mayor demanda?

.....
.....

ANEXO N° 4
ENTREVISTA A INGENIERO AGRÓNOMO

Esta entrevista estuvo dirigida a un Ingeniero Agrónomo con gran experiencia en este tipo de cultivos sobre el manejo de producción en lo referente a aspectos como suelo, maquinaria, productividad entre otros.

1 ¿Qué sugerencias nos podría dar usted como técnico para producir Fréjol?

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

2¿Qué tipo de maquinaria, herramientas y condiciones técnicas se utiliza para producir el fréjol?

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

3¿Cuáles son las exigencias en conocimientos para los productores de Fréjol?

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

4¿Qué clase de semilla debe utilizarse en la producción del fréjol?

.....
.....

5 ¿Qué materia orgánica y fertilizante se debe utilizar en la producción de fréjol?

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

6 ¿Considera usted que es posible minimizar el uso de químicos para poder evitarla Contaminación al medio ambiente?

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

7 ¿Cree usted que el fréjol de otras Provincias sea mejor en precio y en calidad que las que se produce aquí?

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

ANEXO N° 5
ASOCIACIÓN INTEGRAL CAMINANDO POR PROGRESO
PRECIOS DEL FRÉJOL AÑO 2010

MESES	PRECIOS
ENERO	54
FEBRERO	55
MARZO	58
ABRIL	55
MAYO	54
JUNIO	53
JULIO	55
AGOSTO	55
SEPTIEMBRE	58
OCTUBRE	54
NOVIEMBRE	55
DICIEMBRE	54
PROMEDIO PRECIO FRÉJOL	\$ 55

ANEXO N° 6
ROL DE PAGOS

N° EMPLEADOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO IV SUELDO	DÉCIMO III SUELDO	APORTE PATRONA L 12,15%	FONDO RESERVA	TOTAL
1	Gerente	300	3600	264	300	437.4	300	4901.4
1	Contador	264	3168	264	264	384.912	264	4344.9
1	Obrero	264	3168	264	264	384.912	264	4344.9

ANEXO N° 7

PROCESO DE PRODUCCIÓN DE SEMILLA

PREPARACIÓN DEL SUELO

Una labor de arado debe hacerse con la suficiente anticipación a la siembra, con el objeto de incorporar los rastrajos y disminuir la presencia de plagas del suelo



ÉPOCA DE SIEMBRA

Existe dos épocas de siembra: fréjol a marzo y septiembre a octubre pudiendo sufrir ligeros retrasos.



DENSIDAD DE POBLACIÓN

En el sistema convencional se recomienda disponer de un 50% de plantas de la población para la producción de semilla



FERTILIZACIÓN Y ABONAMIENTO

El análisis del suelo permite identificar los posibles problemas debido a la deficiencia o exceso de elementos químicos y hacer recomendaciones sobre el uso de abonos y fertilizantes

CONTROL DE MALEZAS

Algunos semilleros lo hacen manualmente dependiendo del tamaño de lote



RIEGOS

El riego debe realizarse preferentemente por gravedad (surcos), cuidando de no causar encharcamiento



REMOCIÓN DE PLANTAS EXTRAÑAS (DESMEZCLA) O ENFERMAS

Este es un requisito que exige el sistema convencional de semillas, que es practicado sin dificultad con semilleristas.





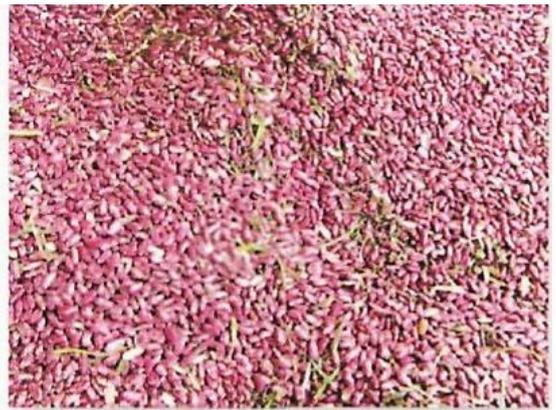
COSECHA OPORTUNA DE LA SEMILLA

La cosecha es el último requisito importante en el proceso de producción de semilla de buena calidad en campo

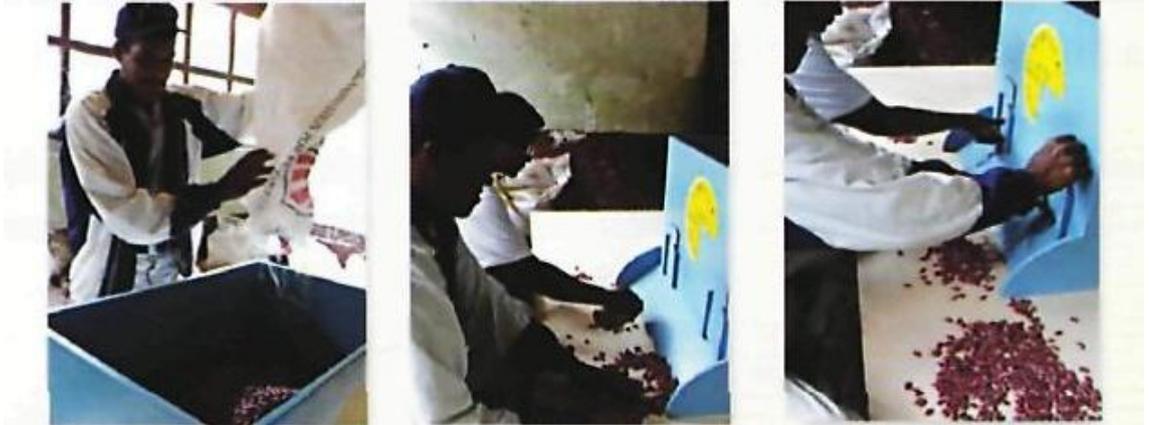


TRILLA

La trilla puede hacerse manualmente o con máquina, para la trilla la semilla debe tener una humedad de 16 a 18% .



ANEXO N° 7
ACTIVIDADES DE POSCOSECHA





CERTIFICACION

A petición de la parte interesada la señorita: **Karina Margoth Paucar Cuastumal** con cédula N. 0401538657 estudiante de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte, Escuela de Contabilidad Superior y Auditoria 5to C3.

Me permito indicar que el Gobierno Provincial del Carchi y la Dirección de Gestión de Desarrollo Económico Local da la apertura necesaria para colaborar en su trabajo de tesis en lo que se refiere a logística, información, y asuntos similares los cuales serán coordinados previamente en cuanto al estudio de factibilidad de CREACION DE MICREMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE FREJOL EN EL CANTON MIRA PROVINCIA DEL CARCHI.

Ing. Washington Avalos

DIRECTOR DE GESTIÓN DESARROLLO LOCAL

