



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE BABACO EN LA
PARROQUIA SAN ANTONIO, PROVINCIA DE
IMBABURA”**

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

AUTORA: CHILUISA, B. Gabriela E.

ASESORA: Dra. SORAYA RHEA.

IBARRA, ENERO 2012

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene la finalidad de determinar la factibilidad de la Creación de una microempresa productora y comercializadora de babaco en la parroquia San Antonio Provincia de Imbabura, en donde se conocerá las oportunidades que el proyecto tiene en el mercado, para mejor conocimiento se realiza un diagnostico situacional que permita conocer la situación actual del sector, es decir en que condiciones se encuentra la producción del babaco, con que servicios básicos cuenta el sector que favorezcan la ejecución del proyecto. También es importante tomar en cuenta las bases teóricas como ayuda para el desarrollo de cada capítulo. En el estudio de mercado se conocerá el comportamiento tanto de la oferta como la demanda del producto y las necesidades primordiales que se presentan en el mercado. Para tener éxito en el lugar donde se construirá la microempresa es necesario realizar un estudio técnico que ayude a identificar el lugar mas idóneo considerando los factores que influyen para el desarrollo del proyecto, el mismo determina que la parroquia San Antonio es el lugar adecuado porque cuenta con todos los factores para obtener una buena productividad. Con el análisis del estudio financiero se establece el monto fijo que se necesita para ejecutar el proyecto y de igual manera demuestra en que tiempo se puede recuperar la inversión y cuáles serán las utilidades que tendrá al inicio de la primera venta del producto. También se considera importante el análisis de los impactos los mismos demuestran que son una ventaja para el sector porque favorece de manera positiva al sector.

THE SUMMARIZE EXECUTIVO

The present study has the purpose of determining the feasibility of the Creation of a microempresa producer and babaco comercializadora in the parish San Antonio County of Imbabura where will be known the opportunities that the project has in the market, for better knowledge he/she is carried out an I diagnose situational that allows to know the current situation of the sector, that is to say in that condition he/she is the production of the babaco, with which service basic bill the sector that you/they favor the execution of the project. It is also important to take into account the theoretical bases as help for the development of each I surrender. In the market study it will be known the so much behavior of the offer like the demand of the product and the primordial necessities that are presented in the market. To be successful in the place where the microempresa will be built it is necessary to carry out a technical study that he/she helps to identify the place but suitable considering the factors that influence for the development of the project, the same one determines that the parish San Antonio is the appropriate place because it has all the factors to obtain a good productivity. With the analysis of the financial study he/she settles down the I mount fixed that one needs to execute the project and in a same way it demonstrates in that time can recover the investment and which will be the utilities that he/she will have to the beginning of the first sale of the product. It is also considered important the analysis of the impacts the same ones demonstrate that they are an advantage for the sector because it favors from a positive way to the sector.

AUTORÍA

Yo, Chiluisa Gabriela, portadora de la cédula de ciudadanía # 1002579447, 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

GABRIELA CHILUISA
1002579447

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

Yo, CHILUISA GABRIELA, con cédula de identidad Nro. 1002579447, expreso mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BABACO EN LA PARROQUIA SAN ANTONIO PROVINCIA DE IMBABURA**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**, 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.

.....

Gabriela, Chiluisa
1002579447

Ibarra a los 24 días del mes de enero del 2012



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1002579447		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Gabriela Chiluisa		
DIRECCIÓN:	Ciudadela Pilar de Tobar		
EMAIL:			
TELÉFONO FIJO:	2607-609	TELÉFONO MÓVIL:	

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BABACO EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTORA :	Gabriela Chiluisa
FECHA: AAAAMMDD	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ASESOR /DIRECTOR:	DRA. SORAYA RHEA

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, CHILUISA GABRIELA, con cédula de identidad Nro. 1002579447, 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 los24. días del mes de ...enero..... de 2012.....

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

(Firma).....

Nombre:

Nombre: Lic. Ximena

Vallejos

Cargo: JEFE

C.C.:

DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Chiluisa Gabriela, con cédula de identidad Nro. 1002579447, para optar por el Título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**. cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BABACO EN LA PARROQUIA SAN ANTONIO PROVINCIA DE IMBABURA”**, considero el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los 24 días del mes de enero del 2012.

Firma

**DRA. SORAYA REHA
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a las personas más especiales en mi vida a mis padres , a mis hijos y hermanos quienes junto a mí lucharon para que este sueño se haga realidad, brindando su apoyo económico y sobre todo moral quienes día a día se esforzaron por conseguir juntos mis sueños

GRACIAS A TODOS

GABRIELA

AGRADECIMIENTO

Al cumplir el trabajo de grado mi infinito agradecimiento a Dios por haberme dado la oportunidad de vida y por permitirme alcanzar una gran meta, a mi familia en especial a mis hijos por ser mi fuente de energía para seguir adelante, por brindarme su apoyo incondicional en los momentos más difíciles

De igual manera agradezco a las autoridades de la Universidad Técnica del Norte, especialmente a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas por permitirme terminar mi formación académica

Mi gratitud a la Dra. Soraya Rhea Directora de Tesis por compartir sus conocimientos y ayudar a que este proyecto se culmine con éxito

GABRIELA

PRESENTACIÓN

Con el estudio realizado se pudo determinar la factibilidad del proyecto de la creación de una microempresa de productora y comercializadora de babaco en la Parroquia de San Antonio Provincia de Imbabura, considerando que el babaco es muy buscado en el mercado y que existe una demanda del producto en la provincia

Se a considera importante analizar en el desarrollo del proyecto los siguientes capítulos:

Capítulo I Diagnóstico: En el diagnostico se analiza la situación actual del sector en donde se desarrolla el proyecto se determina las ventajas y desventajas que el lugar tiene y beneficiara al proyecto

Capítulo II Marco Teórico: Se considera las bases teóricas ms importantes y utilizadas en el desarrollo del proyecto, las mismas que servirán como guía en la aplicación del proyecto.

Capítulo III Estudio de Mercado: Este capítulo es muy importante porque determina el comportamiento del mercado, lo que permite realizar las proyecciones tanto de la oferta como de la demanda analiza la competencia y demuestra que oportunidades tiene el producto en el mercado.

Capítulo IV Estudio Técnico: En este capítulo se determina el lugar en donde estará ubicada la microempresa y también el diseño de la planta, es decir como estará distribuida sus áreas de trabajo.

Capítulo V Estudio Financiero: En el estudio económico financiero se analiza las inversiones del proyecto y se determina la factibilidad del proyecto y en que niveles se estará recuperando la inversión.

Capítulo VI Organización del a Microempresa: Se considera la forma administrativa que se aplicara en la microempresa, tomando como base la visión, misión, el orgánico estructural y funcional de la nueva unidad económica.

Capítulo VII Impactos: Este capítulo es de gran interés porque se analiza los efectos tanto positivos como negativos que genera el proyecto.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
THE SUMMARIZE EXECUTIVE	iii
AUTORÍA	iv
CESIÓN DE DERECHOS	v
CERTIFICACIÓN	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
INDICE GENERAL	xiii
INDICE DE CUADROS	xx
INDICE DE GRÁFICOS	xxiii
INDICE DE FOTOGRAFÍAS	xxiii
INTRODUCCIÓN	24
JUSTIFICACIÓN	25
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	26
METODOLOGÍA	27

CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes del diagnóstico	29
Objetivos	
General	32
Específicos	
Variables diagnósticas	
Indicadores de las variables	33
Producción	
Comercialización	
Talento humano	
Estructura administrativa	
Matriz de relación diagnóstica	34
Desarrollo operativo del diagnóstico	35

Identificación de la población	
Identificación de la muestra	
Instrumentos de recolección de información	36
Información primaria	
Información secundaria	
Evaluación de la información	37
Determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos	48
Aliados	
Oponentes	
Oportunidades	49
Riesgos	
Identificación del problema	50

CAPÍTULO II

BASES TEÓRICAS

El babaco	51
Características y morfología	
Condiciones ambientales para el cultivo de babaco	52
Microempresa	54
Importancia	
Características generales	55
Visión	56
Misión	
Estructura organizacional	
Aspectos del mercado	57
Estudio de mercado	
Demanda	58
Oferta.	
Demanda potencial insatisfecha	
Producto	59

Mercado.	
Precio	
Promoción	60
Publicidad	
Comercialización	
Aspectos técnicos	61
Localización optima del proyecto.	
Macrolocalización del proyecto	62
Microlocalización del proyecto	
Aspectos económicos financieros	63
Balance general	
Balance de resultados	
Estado de flujo de efectivo o de fondos.	
Evaluadores financieros	64
Valor presente neto.	
Tasa interna de rendimiento	65
Costo beneficio	66
Periodo de recuperación de la inversión	
Punto equilibrio	67
Sensibilidad del proyecto	

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Presentación	68
Objetivos de estudio de mercado	
General	
Específicos	
Investigación de campo	69
Determinación de la población de estudio	
Muestra	70
Resultados de la investigación de campo	71

Identificación del producto	81
Composición química del babaco.	
Mercado meta	82
Análisis de la demanda	
Comportamiento de la demanda actual	
Proyección de la demanda	83
Análisis de la oferta	84
Oferta histórica	
Oferta actual	85
Proyección de la oferta	
Balance de la demanda oferta	86
Demanda insatisfecha	
Análisis de precios	87
Estrategias comerciales	88
Estrategias de producto	
Estrategias de precio	
Estrategias de promoción y publicidad	
Estrategias de plaza	89
Conclusiones del estudio de mercado.	90

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Presentación	91
Localización Óptima del Proyecto	
Macrolocalización	92
Microlocalización	93
Tamaño del proyecto	94
Factores condicionantes	
La demanda	
Disponibilidad de materia prima	

Tecnología	
Financiamiento	
Capacidad de producción	
Distribución de la Planta	95
Diseño de instalaciones	96
Proceso de producción	98
Preparación del terreno	
Plantación	
Abonado	
Riego	
Control de malezas	
Plagas y enfermedades	100
Cosecha	
Manejo de pos cosecha	
Diagrama de Bloque	101
Flujograma de Producción	102

CAPÍTULO V

ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

Aspecto estratégico de la Microempresa	104
Nombre de la Microempresa	
Misión	
Visión	
Objetivos de la Compañía	105
Políticas de la microempresa	
Principios y Valores	106
Aspecto organizativo	
Organización Estructural	
Organigrama Estructural	107
Niveles Administrativos	108

Nivel Legislativo	
Nivel directivo	
Nivel Auxiliar	109
Nivel Operativo	111
Aspecto legal de funcionamiento	113
El registro único de contribuyente (RUC)	
Permiso de funcionamiento	

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

Estructura de la Inversión.	114
Costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio	115
Tasa de Rendimiento Medio	
Presupuesto de Inversiones	116
Inversión Fija	
Terreno	
Obra civil	
Vehículo	117
Maquinaria y equipo	
Herramientas agrícolas	
Mueble y enseres	118
Equipo de computación	
Equipo de Oficina	119
Inversión Diferida	120
Capital de trabajo	121
Ingresos.	122
Proyección de Ingresos	
Egresos	123
Costos de Producción.	124
Materia Prima Directa	
Mano de Obra Directa	

Costos indirectos de producción	
Gastos Administrativos.	125
Sueldos Administrativos.	
Servicios básicos	
Servicios de comunicación	
Suministros de Oficina.	
Mantenimiento Computación	
Gastos de Ventas	128
Sueldo en Ventas.	
Publicidad.	
Combustible Mantenimiento Vehículo	130
Gastos Financieros.	
Depreciación	
Amortización diferida	
Estados Proforma.	132
Balance de Arranque	
Estado de Resultados	133
Flujo de Caja con Protección	
Evaluación de la Inversión	134
Valor Actual Neto.	
Tasa Interna de Retorno	135
Periodo de Recuperación de la Inversión	136
Beneficio Costo	137
Punto de Equilibrio del Proyecto	
Sensibilidad del proyecto	138

CAPÍTULO VII

IMPACTOS

Matriz de valoración de impactos	139
Impacto socioeconómico	140
Impacto ambiental	

Impacto empresarial	142
Impacto general	143
CONCLUSIONES	144
RECOMENDACIONES	145
BIBLIOGRAFÍA	146
ANEXOS	150

ÍNDICE DE CUADROS

1. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	34
2. TIPO DE PRODUCTO	37
3. ÁREA DE TERRENO	38
4. CULTIVO DE BABACO	39
5. FINALIDAD DEL CULTIVO	40
6. PRODUCCIÓN DEL BABACO	41
7. CLIMA PARA EL CULTIVO	42
8. RENTABILIDAD DEL BABACO	43
9. FACTOR QUE IMPIDE EL CULTIVO	44
10. DESTINO DE LA PRODUCCIÓN	45
11. ASOCIACIÓN	46
12. CAPACITACIÓN	47
13. CONOCIMIENTO DEL VALOR NUTRITIVO	71
14. CONSUMO DEL BABACO	72
15. FORMA DE CONSUMO	73
16. FRECUENCIA DE CONSUMO	74
17. CANTIDAD DE CONSUMO	75
18. PRESENTACIÓN DEL BABACO	76
19. LUGAR DE COMPRA	77
20. PRECIO DEL BABACO	78
21. DISPONIBILIDAD DE COMPRA	79
22. PREFERENCIA DE COMUNICACIÓN	80

23. COMPOSICIÓN QUÍMICA DEL BABACO	81
24. CONSUMO ACTUAL DEL BABACO	83
25. CONSUMO FUTURO DEL PRODUCTO	83
26. OFERTA HISTÓRICA	84
27. OFERTA ACTUAL	85
28. OFERTA FUTURA EN UNIDADES	85
29. BALANCE DEMANDA-OFERTA	86
30. DEMANDA INSATISFECHA	86
31. PLAN DE PRODUCCIÓN ESTIMADO	95
32. DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES	96
33. EXTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	114
34. COSTOS DE OPORTUNIDAD	115
35. TERRENO	116
36. INFRAEXTRUCTURA	116
37. VEHÍCULO	117
38. MAQUINARIA Y EQUIPO	117
39. HERRAMIENTAS Y MATERIALES	118
40. MUEBLES Y ENSERES	118
41. EQUIPO DE COMPUTACIÓN	119
42. EQUIPO DE OFICINA	119
43. CANTIDAD DE PLANTAS	119
44. RESUMEN DE LA INVERSIÓN EN ACTIVOS	120
45. GASTOS CONSTITUCIÓN	120
46. CAPITAL DE TRABAJO	121
47. INGRESOS	122
48. PROYECCIÓN DE INGRESOS	122
49. MATERIA PRIMA DIRECTA	123
50. MANO DE OBRA DIRECTA	123
51. COSTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA	123
52. COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN	124
53. RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	124
54. SUELDOS ADMINISTRATIVOS	125

55. SERVICIOS BÁSICOS	125
56. SERVICIOS DE COMUNICACIÓN	126
57. ÚTILES DE OFICINA	126
58. MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN	127
59. RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	127
60. SUELDO EN VENTAS	127
61. PUBLICIDAD	128
62. COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO	128
63. RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS	128
64. TABLA DE AMORTIZACIÓN	129
65. GASTOS FINANCIEROS	129
66. DEPRECIACIÓN	130
67. AMORTIZACIÓN DIFERIDOS	130
68. RESUMEN COSTOS Y GASTOS	130
69. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	131
70. ESTADO DE RESULTADOS	132
71. ESTADO DE FLUJO DE CAJA	133
72. VALOR ACTUAL NETO	133
73. TASA INTERNA DE RETORNO	134
74. PRI CON VALORES CORRIENTES	135
75. FLUJOS DESCONTADOS	135
76. PRI CON VALORES CONSTANTES	135
77. COSTO BENEFICIO	136
78. SENSIBILIDAD ESCENARIO UNO	137
79. SENSIBILIDAD ESCENARIO DOS	137
80. RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA	138
81. MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS	139
82. IMPACTO SOCIOECONÓMICO	140
83. IMPACTO AMBIENTAL	141
84. IMPACTO EMPRESARIAL	142
85. IMPACTO GENERAL	143

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. TIPO DE PRODUCTO	37
2. ÁREA DE TERRENO	38
3. CULTIVO DE BABACO	39
4. FINALIDAD DEL CULTIVO	40
5. PRODUCCIÓN DEL BABACO	41
6. CLIMA PARA EL CULTIVO	42
7. RENTABILIDAD DEL BABACO	43
8. FACTOR QUE IMPIDE EL CULTIVO	44
9. DESTINO DE LA PRODUCCIÓN	45
10. ASOCIACIÓN	46
11. CAPACITACIÓN	47
12. CONOCIMIENTO DEL VALOR NUTRITIVO	71
13. CONSUMO DEL BABACO	72
14. FORMA DE CONSUMO	73
15. FRECUENCIA DE CONSUMO	74
16. CANTIDAD DE CONSUMO	75
17. PRESENTACIÓN DEL BABACO	76
18. LUGAR DE COMPRA	77
19. PRECIO DEL BABACO	78
20. DISPONIBILIDAD DE COMPRA	79
21. PREFERENCIA DE COMUNICACIÓN	80
22. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	114

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

1. CANAL DE DISTRIBUCIÓN INDIRECTO	89
2. MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA	92
3. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	93
4. DISEÑO DE INSTALACIONES	96

INTRODUCCIÓN

El babaco, es un híbrido de origen ecuatoriano, posiblemente de la provincia de Loja, resultante del cruce entre *Caricapubescens* (chamburo) y de *CaricaStipulata*H (toronche).

Su cultivo al aire libre está localizado fundamentalmente en los valles de la región interandina en las provincias de Imbabura (Atuntáqui, Perucho y Otavalo), Pichincha (Tumbaco, San Antonio de Pichincha, San José de Minas, Guayllabamba), Tungurahua (Patate, Baños, Pelileo), Chimborazo (Penipe, Pallatanga y Huigra), Azuay (El Valle de Cuenca, Paute, Gualaceo), Loja (Loja, Malacatos y Vilcabamba), entre otros.

Con la introducción del cultivo bajo invernadero, el babaco se puede cultivar en todo el callejón interandino de la sierra ecuatoriana, en altitudes que oscilan entre los 2.400 a 3.200 msnm, con esto se ha logrado cultivar este frutal en el rango altitudinal que anteriormente no era posible.

Este cultivo en sus inicios fue visitado por varios especialistas de otros países como Nueva Zelanda, en 1973, los mismos que realizaron varios estudios y trasladaron las primeras muestras y plantas para adaptar a ese país. Posteriormente en Italia es introducido en 1985, a Francia en 1987 y en España hay plantaciones comerciales desde 1989, en los Estados Unidos existen plantaciones de babaco bajo invernadero específicamente en California, además existe este cultivo en el Reino Unido e Israel.

Planta arbustiva, cultivo semi perenne, de tallo de más de 2 m, creciendo en invernadero hasta 3 m. Sistema radicular conformado por raíces carnosas verticales de las cuales se desprenden raíces absorbentes superficiales y delicadas encargadas de la absorción de nutrientes. El sistema radicular del babaco es susceptible a labores de remoción del

suelo posterior a su plantación. El tronco es recto, cilíndrico, no leñoso, verde cuando joven para tornarse de tono castaño grisáceo en edad adulta. Tiene hojas insertadas al tronco alternadamente, limbo lobulado con cinco a siete lóbulos, nervadura marcada de pecíolo largo. Su verde cambia de tonalidades, según la fase de desarrollo.

JUSTIFICACIÓN

Tomando en cuenta la gran importancia que tiene la producción agrícola dentro de nuestro país y en el resto del mundo como fuente de desarrollo es necesario la creación de nuevas empresas a través de la ejecución de proyectos factibles con una adecuada utilización de prácticas contables que nos permitan relacionar a la contabilidad con el impacto que tiene la actividad productiva en el país.

En la actualidad se puede decir que la provincia de Imbabura en especial en Cantón San Antonio es considerado un sector artesanal y además productivo en el ámbito agrícola, ya que dispone de las mejores tierras para el cultivo de los diferentes productos.

Por otro lado se puede observar que a pesar de su riqueza natural, la falta de incentivos a la producción, las dificultades económicas y técnicas han creado inconvenientes para poder plantear alternativas de solución a los problemas de pequeños y medianos productores que miran con mucha expectativa la comercialización del babaco.

Cabe recalcar que varias de las Instalaciones de la Agroindustria en el Ecuador en la última década, ha puesto las bases requeridas, para un posible despegue de esta rama en calidad y en cantidad, los mismos que se están incursionando con éxito en el mercado, como es el caso de los frutales, leguminosas conservas que tiene buena acogida en el mercado internacional.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, podemos justificar la factibilidad de la presente investigación, ya que existen buenas razones para estar seguros que el negocio de la producción y la comercialización de babaco continuara como una industria que va a crecer durante un largo tiempo.

La información recopilada en esta investigación de la producción y comercialización de babaco en la Parroquia de San Antonio servirá como un aporte para fomentar en cultivo de la fruta generando la utilización de la mano de obra local e ingresos económicos que repercutirán en el desarrollo de un alto nivel de vida del agricultor, evitando el abandono de las tierras y la afluencia a las grandes ciudades del país.

El proyecto de producción y comercialización de babaco en la Parroquia de San Antonio, es un proyecto de interés local y nacional el mismo que está basado en la búsqueda de nuevas alternativas de desarrollo en la actividad agrícola, la explotación de este frutal con fines de comercialización regional, necesariamente debe ir acompañado del desarrollo tecnológico con el fin de generar prácticas acordes al manejo nacional de los recursos y que a la vez permitan que el cultivo sea económicamente rentable, habrá varios beneficiarios directos e indirectos, entre los directos estarán los propios productores del babaco, y los beneficiarios indirectos serán los diferentes mercados.

El proyecto es factible de realizarlo debido a que se encuentra en la propia zona, otro factor para el desarrollo del mismo es que se dispone del terreno en el barrio de San Agustín, en lo referente al financiamiento se optará por créditos obtenidos de instituciones financieras del Cantón.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de Babaco en la Parroquia San Antonio, Provincia de Imbabura.

ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional de la Parroquia San Antonio, que permita identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación de la microempresa productora y comercializadora de babaco.
- Elaborar un marco teórico que sustente el proyecto mediante la investigación bibliográfica y documental actualizada.
- Efectuar un estudio de mercado para determinar la oferta, la demanda existente en el mercado y los precios del producto, mediante la investigación de campo.
- Realizar un estudio técnico para determinar las capacidades operativas del proyecto basado en la eficiencia.
- Diseñar una propuesta estratégica de constitución de la microempresa y determinar la estructura organizativa para la administración.
- Realizar un estudio económico financiero que permita determinar las inversiones necesarias y la rentabilidad que genere la gestión del proyecto.

- Conocer la influencia de los principales impactos que generará el presente proyecto.

METODOLOGÍA

La presente investigación es un estudio descriptivo, pues trata de investigar la producción y comercialización del babaco, ya que se busca conocer el sector donde se implantara la microempresa, como también determinar las características principales del mercado, los requerimientos técnicos, necesidades de capital entre los más importantes. Esto se alcanzará a través de la recolección de datos de fuentes primarias tales como: encuestas, entrevistas, observación directa, a posibles demandantes y competidores. Además, se utilizará fuentes secundarias de información, tales como libros actuales, tesis y otro tipo de estudios, que buscan sustentar la investigación.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES DEL DIAGNÓSTICO

La Provincia de Imbabura cuenta con una superficie de 4559.3 Km. Con una población superior a los 350.000 habitantes. Imbabura creada en 1824 tiene 6 cantones: Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Pimampiro, Urcuqui, cuya capital de la provincia es la ciudad de Ibarra, la cual posee una gran diversidad natural, tierras fértiles con una buena capacidad de agua, un relieve ventajosamente muy particular y condiciones micro climáticas excepcionales que favorecen a los agricultores.

En la Parroquia de San Antonio, específicamente en el barrio San Agustín se desea implantar una microempresa dedicada al cultivo de Babaco, este sector reúne las condiciones necesarias, como el clima, el tipo de suelo, el cual está considerado dentro de los requerimientos para el cultivo. La ubicación del lugar de este proyecto, posee diversas características como; vías de acceso no muy lejanas a la ciudad, cuenta con los servicios básicos como energía eléctrica, agua potable y de riego, talento humano disponible lo cual ayudara para que el proyecto se desarrolle con éxito.

El babaco, es un híbrido de origen ecuatoriano, posiblemente de la provincia de Loja, resultante del cruce entre *Caricapubescens*L (chamburo) y de *CaricaStipulata*H (toronche).

Su cultivo al aire libre está localizado fundamentalmente en los valles de la región interandina en las provincias de Imbabura (Atuntaqui, Perucho y Otavalo), Pichincha (Tumbaco, San Antonio de Pichincha, San José de Minas, Guayllabamba), Tungurahua (Patate, Baños, Pelileo), Chimborazo

(Penipe, Pallatanga y Huigra), Azuay (El Valle de Cuenca, Paute, Gualaceo), Loja (Loja, Malacatos y Vilcabamba), entre otros.

Con la introducción del cultivo bajo invernadero, el babaco se puede cultivar en todo el callejón interandino de la sierra ecuatoriana, en altitudes que oscilan entre los 2.400 a 3.200 msnm, con esto se ha logrado cultivar este frutal en el rango altitudinal que anteriormente no era posible.

Este cultivo en sus inicios fue visitado por varios especialistas de otros países como Nueva Zelanda, en 1973, los mismos que realizaron varios estudios y trasladaron las primeras muestras y plantas para adaptar a ese país. Posteriormente en Italia es introducido en 1985, a Francia en 1987 y en España hay plantaciones comerciales desde 1989, en los Estados Unidos existen plantaciones de babaco bajo invernadero específicamente en California, además existe este cultivo en el Reino Unido e Israel.

La investigación tiene como objetivo hacer compatible el desarrollo económico del país con la producción de babaco tratando de relacionar a la contabilidad con el impacto que esta actividad tiene en el medio socio-económico, ya que el Ecuador ha sufrido una serie de trastornos y empates de distinto orden afectando al desarrollo del país, con la consecuente recuperación sobre el sistema financiero y por ende en el sector productivo.

Además, tiene un carácter multidisciplinario, por lo que se analiza la unión de disciplinas como: Teoría Económica y Contabilidad de la actividad productiva de Babaco, por lo que se toma en cuenta posibles funciones y contribuciones de la profesión contable con el ámbito de gestión empresarial, proponiendo políticas y estrategias de gestión como la valoración del producto en este caso el babaco, evaluación y control de costos por medio de informes, propuestos y análisis de producción,

aprovechando las habilidades, técnicas y experiencia de la gestión económica-financiera.

Se analizará las condiciones de las actividades o ejes de desarrollo económico de la provincia de Imbabura y en especial de la Parroquia rural de San Antonio, con el fin de fomentar la constitución de empresas para ejecutar un plan de mejoramiento permanentemente de la calidad del producto, tomando como base las normas de calidad ISO 9001 de manera de que estos puedan ser vendidos en el mercado nacional y puedan romper fronteras al mercado internacional, llenando las expectativas de estándares de calidad internacional.

De esta manera la producción del babaco se puede realizar en cualquier momento sin tener que preocuparnos de la comercialización que es el mayor problema en los cultivos tradicionales, la producción del babaco posee una oferta mínima he ahí la oportunidad de comercializarlo a un precio real sin tener problemas de competitividad interna.

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

Frente al problema descrito se plantea estructurar una microempresa de producción y comercialización de babaco siendo promotores de actividades nuevas y organizadas de cultivos, es importante destacar que con esta microempresa se generara plazas de trabajo.

1.2. OBJETIVOS

GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional de la Parroquia San Antonio, que permita identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación de la microempresa productora y comercializadora de babaco.

ESPECÍFICOS

- Analizar los sistemas de producción utilizados para el cultivo de babaco en el sector de estudio.
- Identificar las formas de comercialización que utilizan los productores.
- Determinar la calidad del talento humano que labora en el sector.
- Identificar los sistemas de organización existentes en la zona de influencia del proyecto.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

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

- Producción
- Comercialización
- Talento humano
- Estructura administrativas

1.4. INDICADORES DE LAS VARIABLES

PRODUCCIÓN

- Formas de producción
- Volumen de producción
- Mano de obra
- Productividad
- Clima
- Rentabilidad

COMERCIALIZACIÓN

- Demanda
- Competencia
- Tipo de mercado
- Estrategia de venta

TALENTO HUMANO

- Nivel educativo
- Experiencia de trabajo
- Capacitación
- Cualificación

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

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

1.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO No. 1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICAS	PÚBLICO META
Analizar los sistemas de producción utilizados para el cultivo de babaco en el sector de estudio.	Producción	Formas de producción Volumen de producción Mano de obra Productividad Clima Rentabilidad	Primaria Secundaria	Encuesta, observación Encuesta Encuesta Encuesta Opinión de Expertos	Población Ing. Agrónomo
Identificar las formas de comercialización que utilizan los productores.	Comercialización	Demanda Competencia Precio Tipo de mercado Estrategia de venta	Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Población
Determinar la calidad del talento humano que labora en el sector.	Talento Humano	Nivel educativo Experiencia de trabajo Capacitación Cualificación	Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Población
Identificar los sistemas de organización existentes en la zona de influencia del proyecto.	Estructura Administrativa	Organización Formas organizativa Nivel de organización Canal de información	Primaria Secundaria	Encuesta Encuesta Encuesta Documentos	Población Junta parroquial

Elaborado por: La Autora

1.6. DESARROLLO OPERATIVO DEL DIAGNÓSTICO

Para realizar el presente diagnóstico situacional se aplicó el siguiente procedimiento que se detalla como la identificación de la población y muestra

IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para el presente estudio el universo a investigar es la población que posee áreas de terreno ya sea pequeña o grande, ya que mediante observación directa se pudo determinar que el cultivo de babaco no es intensivo, existen plantas en áreas de los habitantes de San Antonio.

El número de población a investigar es 6408 que representa el 23% del total de la población de san Antonio que posee áreas de terreno según el Catastro municipal de la Ciudad de Ibarra.

IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Tomando en cuenta que la población a investigar es significativa se procedió a obtener una muestra representativa, utilizando la siguiente

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

fórmula:

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

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

σ = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

N = 6408

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

e = 5%

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,25 \cdot 6408}{0,05^2 \cdot (6408 - 1) + (1,96)^2 \cdot 0,25}$$

n= 350

Aplicando la fórmula, da como muestra a 350 personas a las que se debe levantar la información.

1.7. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

INFORMACIÓN PRIMARIA

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

Encuestas: las encuestas se realizaran a la población que posee área de terreno de la parroquia San Antonio.

Opinión de expertos: Se solicitó información a un ingeniero agrónomo con experiencia en el cultivo.

Observación directa: consiste en visitar los lugares de estudio personalmente.

INFORMACIÓN SECUNDARIA

La información secundaria utilizada: Textos especializados, Documentos oficiales, Manuales, Publicaciones, Periódicos, Revistas, Internet.

1.8. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

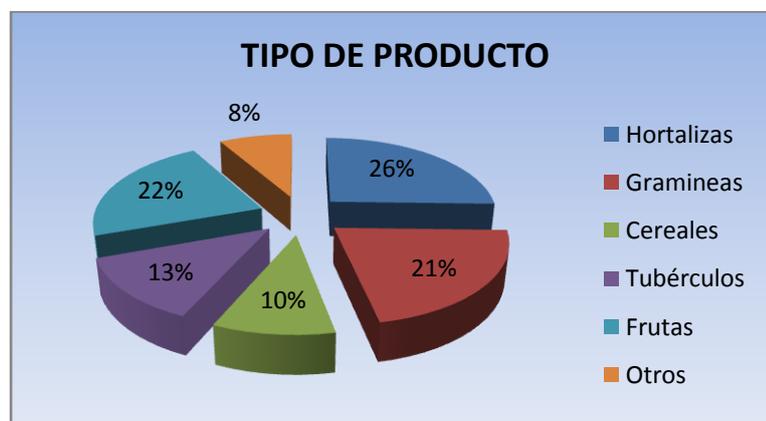
RESULTADO DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE SAN ANTONIO.

1. ¿Qué tipo de productos cultiva usted?

**CUADRO No. 2
TIPO DE PRODUCTO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hortalizas	89	25
Gramíneas	75	21
Cereales	34	10
Tubérculos	45	13
Frutas	78	22
Otros	29	8
TOTAL	350	100

GRÁFICO No. 1



Fuente: Agricultores

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

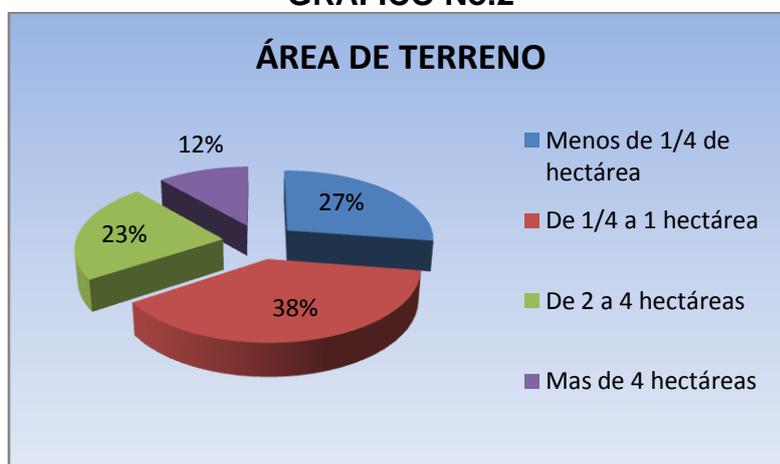
En el sector de San Antonio la mayoría de agricultores acostumbran cultivar, hortalizas, gramíneas, frutas, existe en un pequeño porcentaje que prefieren otras opciones, el sector cuenta con un clima que favorece el desarrollo y la producción de los productos cuenta con factores que son claves para obtener una producción rentable.

2. ¿Cuál es el área de terreno que posee?

CUADRO No.3
ÁREA DE TERRENO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 1/4 de hectárea	96	27
De 1/4 a 1 hectárea	134	38
De 2 a 4 hectáreas	80	23
Mas de 4 hectáreas	40	11
TOTAL	350	100

GRÁFICO No.2



Fuente: Agricultores
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

Para cultivar sus sementeras en su gran mayoría ocupan de $\frac{1}{4}$ de hectárea a 1 hectárea, no extienden mas la producción porque no cuentan con ningún tipo de apoyo en la agricultura sus costos los realiza por cuenta propia, tampoco tienen un destino fijo para el producto donde les ofrezcan precios razonables que cubran los costos de producción.

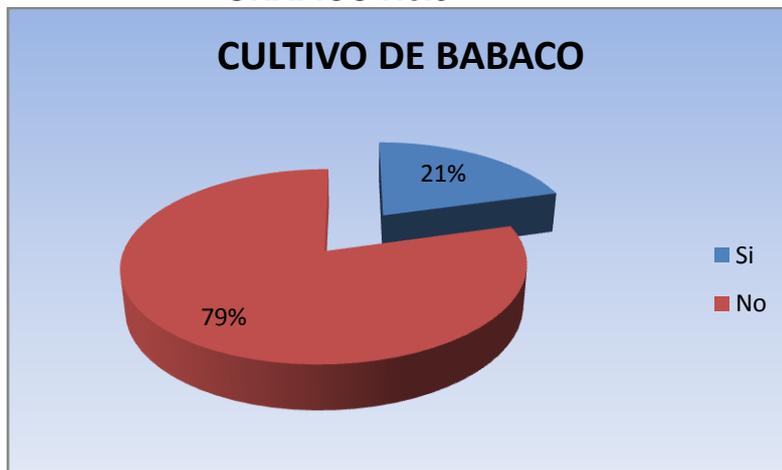
También existen productores que cultivan menos y más de lo mencionado anteriormente, pero los que siembran en gran mayoría son un porcentaje muy bajo.

3. ¿Cultiva usted babaco?

**CUADRO No.4
CULTIVO DE BABACO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	72	21
No	278	79
TOTAL	350	100

GRÁFICO No.3



Fuente: Agricultores
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

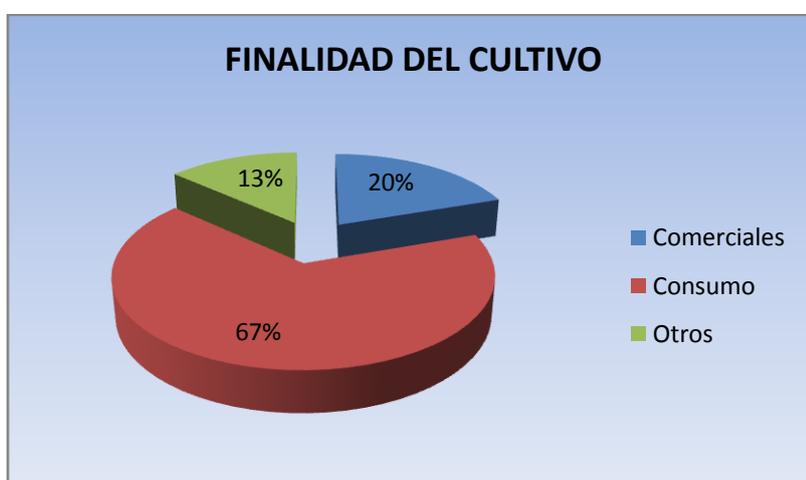
En San Antonio la mayoría de agricultores no siembran el babaco, consideran que es una siembra muy costosa y riesgosa, ya que se necesita de mucha inversión, requiere de muchos cuidados durante su proceso de crecimiento, esta fruta antes y después de que se la coseche se le debe aplicar ciertos cuidados para que llegue en perfectas condiciones a su destino, logrando así satisfacer al cliente y logrando una buena imagen del producto.

4. ¿Con que fines cultiva el babaco?

**CUADRO No.5
FINALIDAD DEL CULTIVO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comerciales	69	20
Consumo	234	67
Otros	47	13
TOTAL	350	100

GRÁFICO No.4



Fuente: Agricultores
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

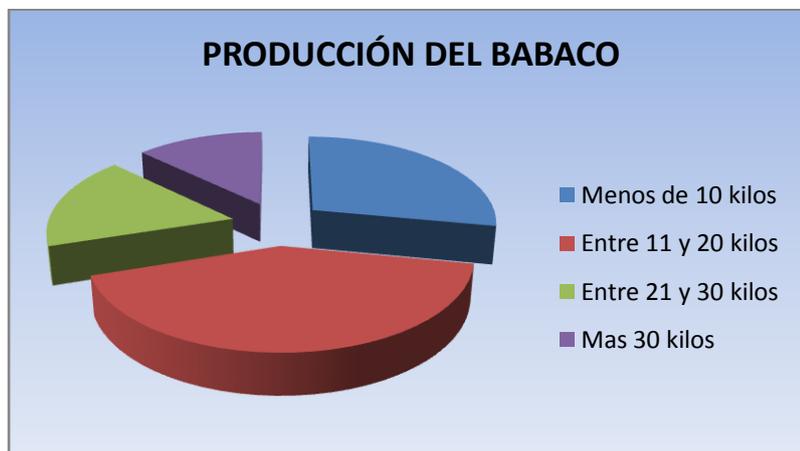
Cultivan esta fruta con la finalidad de consumo y dar al mercado una fruta rica en proteínas, también para comercializar y obtener una utilidad y mejorar sus ingresos, ya que el babaco es una fruta muy consumida por las persona, y que tiene un valor estable que no varía mucho en el mercado.

5. Cuál es la producción del babaco mensualmente

**CUADRO No.6
PRODUCCIÓN DEL BABACO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 10 kilos	98	28
Entre 11 y 20 kilos	147	42
Entre 21 y 30 kilos	60	17
Mas 30 kilos	45	13
TOTAL	350	100

GRÁFICO No.5



Fuente: Agricultores
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

En el sector de San Antonio los agricultores de babaco producen entre 11 y 20 kilos, no incrementa la producción porque la inversión es muy costosa y el cultivo es riesgoso en caso de no atenderlo a tiempo, también existe en un porcentaje reducido que producen 30 kilos pero son aquellos que tiene su producto ya destinado a un mercado conocido

6. Considera apropiado el clima para el cultivo de esta fruta

**CUADRO No.7
CLIMA PARA EL CULTIVO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	311	89
No	39	11
TOTAL	350	100

GRÁFICO No.6



Fuente: Agricultores

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

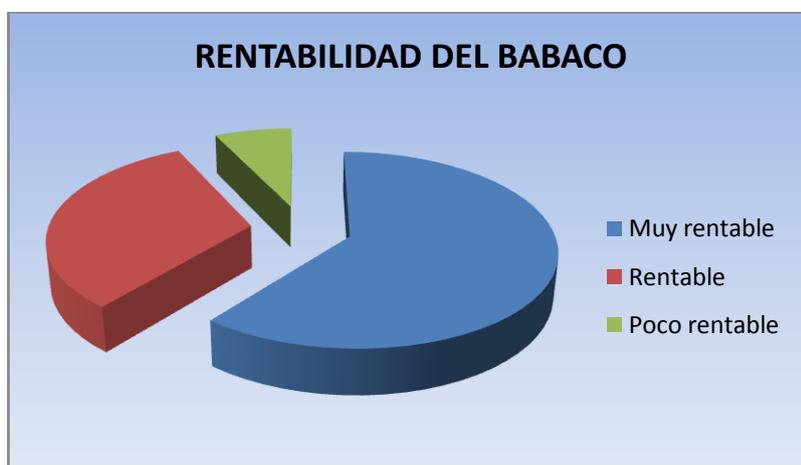
Los factores con los que cuenta el sector son favorables para este tipo de cultivo el clima, el suelo son acondicionados para el desarrollo y crecimiento de la planta, ya que el babaco es una planta de lugar tropical y de tierra arenosa, su producción es considerada rentable para los agricultores, generalmente en el sector en su mayoría no lo cultiva pero lo está realizando como un producto nueva para cambiar su producción.

7. Considera rentable la producción del babaco

**CUADRO No.8
RENTABILIDAD DEL BABACO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy rentable	213	61
Rentable	112	32
Poco rentable	25	7
TOTAL	350	100

GRÁFICO No.7



**Fuente: Agricultores
Elaborado por: La Autora**

ANÁLISIS

La producción del babaco es muy rentable, depende mucho a que mercado se lo comercialice, en la actualidad existen muchas opciones de comercialización ya que en los países extranjeros es muy solicitado y es comprado a un precio razonable en donde el productor recupera su inversión y obtiene una utilidad.

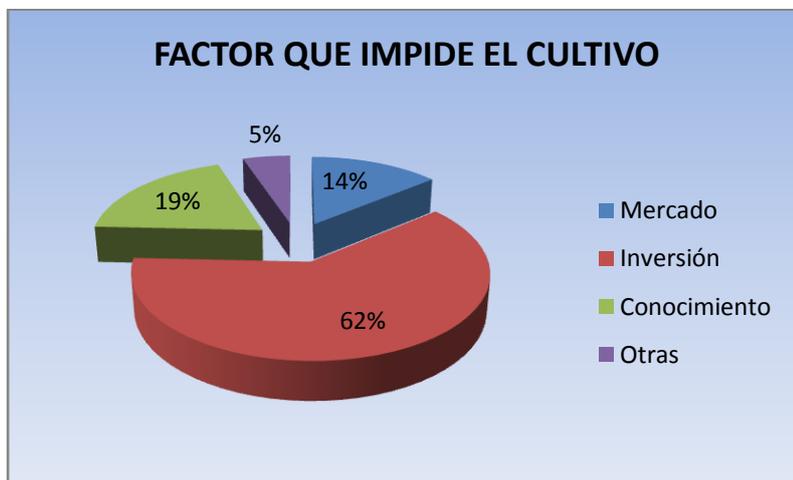
También depende de que estrategias aplique al momento de ofrecer su producto, el mercado al cual va dirigida es el principal factor para conocer si la producción es rentable o no.

8.Cuál es el factor que impide el cultivo del babaco a gran escala

**CUADRO No.9
FACTOR QUE IMPIDE EL CULTIVO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mercado	49	14
Inversión	216	62
Conocimiento	67	19
Otras	18	5
TOTAL	350	100

GRÁFICO No.8



Fuente: Agricultores

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El factor que impide el crecimiento de la producción del babaco es la inversión, porque los agricultores no se les facilitan obtener créditos a bajas tasas de interés, para que ellos pueda comprar todos los insumos que necesitan para la producción, y poder cultivar correctamente sin correr el riesgo obtener pérdida.

9. Cuál es el destino de la producción

**CUADRO No.10
DESTINO DE LA PRODUCCIÓN**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Local	335	96
Regional	12	3
Nacional	3	1
TOTAL	350	100

GRÁFICO No.9



Fuente: Agricultores

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

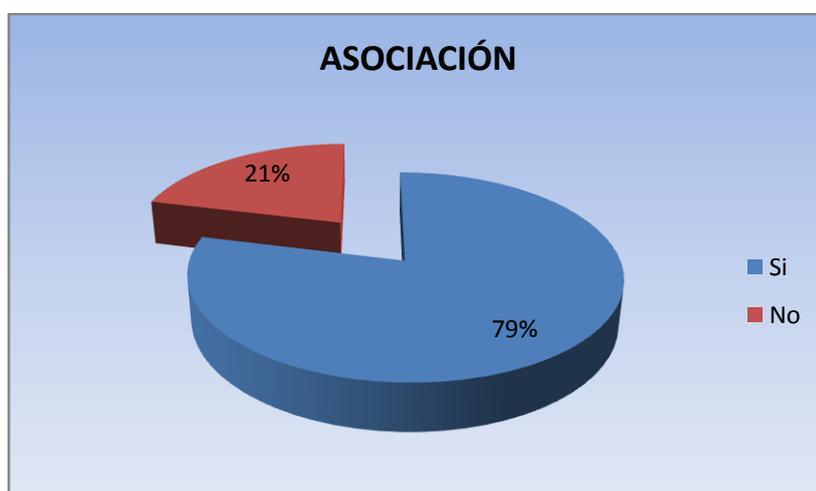
El destino del producto es local, lo prefieren porque no asumen costos de transporte a otros lugares, claro que no encuentran tantas ofertas de precios, lo que hace que el producto no sea valorado como debe ser, pocos son los productores que comercializan su producto a otras regiones, o nivel nacional lo realizan cuando tienen contratos con empresa que les realizan pedidos directos del producto.

10. Forma parte de alguna asociación

**CUADRO No.11
ASOCIACIÓN**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	276	79
No	74	21
TOTAL	350	100

GRÁFICO No.10



Fuente: Agricultores

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

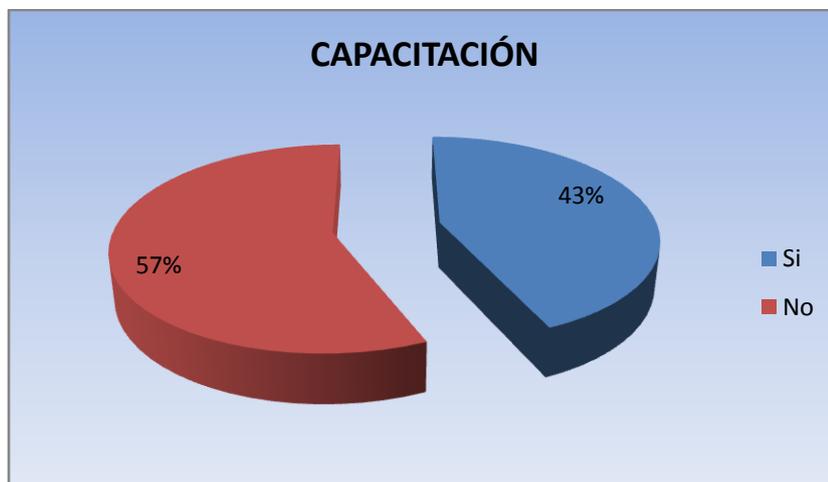
La mayoría de ellos pertenecen a una asociación la cual se dedica a buscar apoyo de otras organizaciones, que les brinden curso de capacitación en los diferentes temas que ellos necesitan conocer, como también buscan alternativas para la producción y comercialización del babaco.

11. Ha recibido capacitación para el cultivos de sus productos

**CUADRO No.12
CAPACITACIÓN**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	152	43
No	198	57
TOTAL	350	100

GRÁFICO No.11



Fuente: Agricultores

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

La mayoría de los agricultores no han recibido capacitación para el manejo del cultivo, ya que no cuentan con apoyo de parte del ministerio de agricultura el cual debería estar al frente de capacitar a los agricultores, pero también se encontró un porcentaje alto en donde ellos han recibido capacitaciones por cuenta propia o por algunas organizaciones que se preocupan por mejorar la producción del sector.

1.10. DETERMINACIÓN DE ALIADOS, OPONENTES, OPORTUNIDADES Y RIESGOS

ALIADOS

- Existe las condiciones ambientales adecuadas para la producción de babaco en la parroquia de San Antonio.
- Trabajo estratégico con los agricultores dedicados a actividades agrícolas.
- La buena predisposición de los productores de babaco de la zona a formar parte del proyecto.
- Existe organizaciones de agricultores en la parroquia.
- Obtención de certificaciones de calidad.

OPONENTES

- Desconocimiento de técnicas agrícolas y variedades para producción de la babaco por parte de los productores.
- Carencia de mano de obra cualificada en el sector.
- Falta de recursos económicos para aumentar la producción.
- Falta de experiencia en el cultivo.

OPORTUNIDADES

- Adaptar nuevas técnicas agrícolas para aumentar la productividad.
- Oportunidad de exportar el producto a países vecinos
- Mercado en crecimiento para el producto.
- Convenios con entidades estatales y privadas para comercializar el producto.
- Existencia de nuevos nichos de mercado.
- Comercializar el producto a nivel local y regional

RIESGOS

- Inclemencias del tiempo ocasionan pérdidas en los cultivos.
- Inestabilidad del mercado genera incertidumbre en el productor.
- Incremento del número de competidores en el mercado.
- Créditos con altas tasas de interés.
- Importación del producto.
- Volatilidad de la inflación provoca riesgos en las inversiones.

1.11. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Después de haber realizado el diagnóstico situacional en la parroquia de San Antonio, utilizando variables que definirán los estudios posteriores del proyecto. Se ha identificado lo siguiente: los productores de babaco a nivel local desconocen la rentabilidad que genera el cultivo, como también las técnicas adecuadas para la producción, existen áreas muy pequeñas de babaco las cuales son para consumo familiar.

Con este antecedente y aprovechando que las condiciones ambientales del sector se plantea lo siguiente: “ REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BABACO, EN LA PARROQUIA SAN ANTONIO, PROVINCIA DE IMBABURA, acorde a las expectativas y realidad del mercado desarrollando una cultura de consumo de productos alternativos y de calidad.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. EI BABACO

Según la dirección electrónica www.babaco.com menciona: “El babaco, es un híbrido de origen ecuatoriano, posiblemente de la provincia de Loja, resultante del cruce entre *Caricapubescens*L (chamburo) y de *CaricaStipulata*H (toronche)”.

Este cultivo en sus inicios fue visitado por varios especialistas de otros países como Nueva Zelanda, en 1973, los mismos que realizaron varios estudios y trasladaron las primeras muestras y plantas para adaptar a ese país. Posteriormente en Italia es introducido en 1985, a Francia en 1987 y en España hay plantaciones comerciales desde 1989, en los Estados Unidos existen plantaciones de babaco bajo invernadero específicamente en California, además existe este cultivo en el Reino Unido e Israel.

Características y morfología

Planta arbustiva, cultivo semi perenne, de tallo de más de 2 m, creciendo en invernadero hasta 3 m. Sistema radicular conformado por raíces carnosas verticales de las cuales se desprenden raíces absorbentes superficiales y delicadas encargadas de la absorción de nutrientes. El sistema radicular del babaco es susceptible a labores de remoción del suelo posterior a su plantación. El tronco es recto, cilíndrico, no leñoso, verde cuando joven para tornarse de tono castaño grisáceo en edad adulta. Tiene hojas insertadas al tronco alternadamente, limbo lobulado con cinco a siete lóbulos, nervadura marcada de pecíolo largo. Su verde cambia de tonalidades, según la fase de desarrollo.

Las flores son femeninas, solitarias, pétalos blanco-amarillento-verdoso y sépalos verde oscuros, aparecen de manera continua en las axilas de

las hojas, un mes después del trasplante si ha existido una adecuada abonadura y riego.

El fruto es una baya sin semilla, no necesita de polinización para desarrollarse, es alargado de sección pentagonal, mediana de unos 30 cm de largo por 10 a 15 cm de diámetro, los obtenidos dentro de invernadero. En una misma planta pueden encontrarse frutos de diferentes tamaños. El número de frutos por planta varía, ésta produce de acuerdo a como va creciendo pero se han estimado en 60 frutos promedio por planta durante su ciclo de vida de 24 meses.

La producción de babaco, bajo invernadero se inicia a los 12 o 13 meses de edad después del trasplante, dependiendo de la altitud y zona donde se encuentre.

Condiciones Ambientales para el Cultivo de babaco

Temperatura

La temperatura promedio adecuada para el desarrollo de este cultivo, está entre los 14 y 27 °C.

Se presentan desórdenes fisiológicos si las temperaturas son exageradamente bajas o altas 5 o 35°C respectivamente, causando, caída de flores, frutos y también deficiencias nutricionales.

Humedad

La humedad ambiental más recomendada para el desarrollo del cultivo esta dentro del rango del 70 al 80 % el mismo que puede ser controlado en los invernaderos, mediante una adecuada ventilación. Caso contrario se presentarán enfermedades como el OIDIO o CENICILIA y plagas como la ARAÑITA ROJA, cuando la humedad relativa alcanza niveles bajos (60 % o menos por más de 8 días).

Luminosidad

Este cultivo no es muy exigente en horas luz, pero si necesita un mínimo de 4.5 horas luz por día.

Riegos

El riego del cultivo de babaco bajo invernadero, necesita riegos espaciados cada 12 o 15 días de acuerdo con el clima y las condiciones texturales del suelo.

La recomendación para suelos francos es: iniciar regando 5 litros por planta cada 12 días para terminar con alrededor de 20 litros por planta cada 12 días.

En suelos francos arenosos es recomendable realizar riegos cada 8 días en las cantidades anteriormente indicadas.

Para riego por goteo se recomienda iniciar el riego de 1 litro por planta día para luego avanzar a 3 litros por planta día, colocando siempre dos goteros por planta alejados mínimo 30 cm del tallo de la planta.

Suelos

a textura ideal del suelo es la franca o franca arenosa arcillosa, ricos en materia orgánica, alrededor del 5%. Se adapta también a suelos limosos de fácil drenaje.

Se debe tener especial cuidado con el exceso de agua en el suelo para evitar pudriciones radiculares.

El pH adecuado para un buen desarrollo del cultivo y asimilación de los nutrientes, se encuentra entre 5.5 y 6.8.

Propagación

El babaco se puede reproducir solamente por vía asexual o vegetativa, debido a que posee un fruto parte nocarpico, es decir que no produce semilla.

2.2. Microempresa

Según, MONTEROS Edgar. (2005, Pág.15) en su obra menciona: "La microempresa es una asociación de personas que operando en forma organizada utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos, y tecnológicos para la elaboración de productos o servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación".

La microempresa está constituida por un grupo de personas que aportan con un capital propio para iniciar sus actividades esperando obtener un lucro que les ayude a mejorar sus ingresos económicos. También tienen como objetivo principal alcanzar un lugar importante en el mercado que su producto sea reconocido y valorado por los clientes.

Importancia

La microempresa es importante por su capacidad de adaptación a su entorno económico, donde puede superar con relativa facilidad los inconvenientes del proceso de dolarización, los productores y vendedores eficientes puedan enfrentar el alza inflacionaria, reduciendo márgenes de ganancia, reduciendo stocks y finalmente equilibrando la producción y los costos. Pág. 19

Características Generales

- Las microempresas en su mayoría están dedicadas a la actividad comercial, esto es el hecho más notorio, ya que se dedican a la transformación de sus productos y los comercializan ellas mismas, dejan de lado a los intermediarios.
- La actividad de la microempresa tiene una importancia fundamental dentro de la vida empresarial, pues cerca del 80% se dedican al comercio o a la prestación de servicios, y el 20% restante a las actividades de transformación.
- Las microempresas son de tipo familiar, pero constituida como sociedades de personas, pues el dueño es el que aporta el capital necesario para sus operaciones.
- Como característica general podemos decir que carecen de una estructura formal en todas sus áreas. El trabajo que realiza el dueño se asemeja al de un hombre orquesta y eventualmente recurre a la asesoría externa.
- La microempresa, en función de orientación determina si cumple o no satisfactoriamente su responsabilidad social, entregando a la comunidad lo que realmente necesitan, para lo cual se concentran en incrementar la participación de su producto en el mercado local que conoce y maneja de la mejor manera sus productos. Pág. 21.

Visión

Según FRANCES Antonio, (2006, Pág.45) en su libro de Estrategia y Planes para la Empresa. Afirma: “La visión necesita un gran objetivo hacia el cual dirigir sus esfuerzos, para definirlo deben preguntarse como desea llegar hacer en cinco a diez años, también se puede

concebir como el logro mas global e importante de la empresa u organización en el mediano o largo plazo, y debe servir de norte a las acciones de sus miembros y mantenerlos motivados. La visión se la puede definir en tres dimensiones: posicionamiento, ámbito geográfico y alcance sectorial”.

La visión está encaminada a obtener un logro un propósito que se desea para la microempresa, logrando satisfacer las necesidades del mercado y de los consumidores mayoritarios, meta es cubrir la demanda local que se encuentra en ese momento.

Misión

Según FRANCES Antonio, (2006, Pág.40) en su libro Estrategia y Planes para la Empresa menciona: “La empresa se define por su producto, para ello busca identificar necesidades de atender del cliente que son más permanentes y más importantes”.

La misión debe apoyarse en la formulación de objetivos estratégicos los mismos que son enunciados generales de una situación determinada que la institución espera alcanzar en el marco de su finalidad y mediante el cumplimiento de sus funciones

Estructura Organizacional.

GALAN Z. José (2006, Pág 18-19) afirma: “Es el conjunto de relacione explicitas por la dirección, en consecuencia son relaciones conscientemente deliberadas. Es decir la estructura real de la organización resulta de la combinación de los aspectos formales e informales siendo posible, en la práctica, la separación de los mismos salvo con los propósitos analíticos”.

Se considera indispensable la estructura organizacional porque se preocupa en corregir las anomalías incorrectas que se encuentre en el ámbito organizacional, ya que la base fundamental para el crecimiento de

la microempresa depende de mucho de la organización que se tenga dentro de la microempresa.

2.3. ASPECTOS DEL MERCADO

Estudio de Mercado

Según, CESPEDES S. Alberto, (2005, Pág. 386) en su libro Principios de Mercadeo afirma: “El estudio de mercado es el primer paso o fase del proceso de integración de mercadeo, también necesitamos evaluar el grado de aceptación o rechazo del público consumidor hacia nuestros productos o servicios. Es decir consisten en reunir, registros y análisis de todos los datos sobre problemas relacionados con la transferencia de venta de servicios y de productos del productor al consumidor”.

El estudio de mercado permite conocer como se encuentra el mercado en relación al producto mencionado, dándole ciertas directrices para que se guie para saber cómo actual ante la demanda y la oferta que se encuentra actualmente en el mercado.

Demanda

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007, Pág. 27) en su obra Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión, manifiesta: “la demanda es la cantidad de productos o servicios que se requiere o solicita en el mercado con el fin de satisfacer una necesidad específica a un precio determinado”.

La demanda es la base fundamental para conocer en que situación se va a encontrar el nuevo producto lanzado al mercado, ya que depende mucho de la demanda para conocer si existe necesidad del producto.

Oferta.

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007, Pág. 27) en su obra Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión, manifiesta: “la oferta es la cantidad de productos o servicios que un cierto número de empresas o productores están

dispuestos a llevar al mercado por un precio determinado”.

La oferta tiene como finalidad hacer que el producto lo adquieran consumidores con la espera de que parte de ellos lo adopten, también se refiere al comportamiento de la misma y a las definiciones de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveedores de bienes y servicios similares.

Demanda Potencial Insatisfecha

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

Producto.

CHARLES W. Lamb, (2006). En su libro de Marketing dice: “Al producto se lo define como aquello, sea favorable y desfavorable que una persona recibe en un intercambio, un producto puede ser un bien tangible, sin embargo los servicios y las ideas también son productos”.

El producto es conocido también como el bien o servicio que esta disponible en el mercado para ser adquirido por las personan que tengan la necesidad del mismo y por ello pagar un precio razonable que esta establecido en el mercado.

Mercado.

KOTLER, Philip. (2008, Pág.9) en su obra “Principios de Marketing, afirma.”Es el conjunto de compradores actúales y potenciales de un producto o servicio”.

El mercado es el punto clave donde se ofrecerá el nuevo producto y en donde se conoce a la competencia que persigue la misma finalidad ganar a los consumidores potenciales, ofreciendo un producto o servicio de calidad y a un precio razonable que este acorde con las demás ofertas.

Precio

STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J.(2007, Pág. 338), en su texto Fundamentos de Marketing, aseveran que: “Es la cantidad de dinero u otros elementos de utilidad(es un atributo con el potencial para satisfacer necesidades o deseos) que se necesitan para adquirir un producto”.

El precio es fijado ya sea para un bien o servicio, el mismo que está de acuerdo al mercado y también a la calidad del producto y en ciertas ocasiones depende de acuerdo al nivel de mercado en donde dependiendo del consumidor el producto toma un precio preferencial.

Promoción

Según MONTAÑO, S. Francisco (2005, Pág. 126), en su Obra Mercadotecnia, Investigación y Análisis para el éxito, enuncia que: “Son programas, actividades o eventos, que tienen por finalidad, ayudar a vender, estimulando una respuesta rápida de compra, en el lugar de la venta, mediante una diversidad de medios de comunicación e incentivos a corto plazo”.

La promoción es una estrategia de venta que permite dar a conocer al nuevo producto que está disponible en el mercado, cuya finalidad es conseguir que el cliente prefiera comprar y conozca que lo hace diferente de los demás productos.

Publicidad

KOMIYA S. Raúl (2004, Pág. 128) en su libro Marketing para PYMES manifiesta: “es un anuncio pagado que aparece en un medio, es cual está diseñado para llegar a una gran parte de la población”.

Según, PHILIP K. Gary (2007, Pág. 461) en su obra Marketing Versión para Latinoamérica expresa: “Es una buena manera de informar y persuadir, ya sea que el propósito sea en vender y lograr que los consumidores prefieran el producto, ya que es una tarea específica de comunicación que se realiza con un público meta específico, durante un periodo determinado”.

En la actualidad la mayoría de empresas, microempresas utilizan la publicidad como una estrategia rápida y confiable para llegar al cliente, en donde permite que el cliente conozca los beneficios, calidad, ya que esta estrategia llega a las partes apropiadas donde el producto debe ser conocido.

Comercialización.

En CHARLES W. Lamb, (2006, Pág. 342).en su obra Marketing menciona: “Es la decisión de llevar un producto al mercado, ya que esto incide varias tareas como el embarque del producto a los puntos de distribución capacitación de los vendedores y anuncios de nuevos productos a los negocios y a los consumidores potenciales”.

La comercialización busca los mecanismos mas apropiados para la entrega de los bienes es decir del productor al consumidor, comprende el almacenamiento, transporte y posicionamiento del producto en su lugar fijado.

2.4. ASPECTOS TÉCNICOS

En los aspectos técnicos se busca responder a los interrogantes para la realización del proyecto

Localización Optima del Proyecto.

Según CORDOBA P. Marcial, (2006) en su obra Formulación y elaboración de Proyectos afirma: “Es el

análisis de las variables que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes”.

Este punto es muy importante depende muchas veces de la selección en donde está ubicado el proyecto para tener mejores resultados.

Macro localización del Proyecto

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

La macro localización es muy importante para el proyecto ya que de esto depende la determinación del éxito y del fracaso de un negocio. Se analiza ciertos aspectos antes de tomar la decisión en qué lugar se ejecuta el proyecto.

Microlocalización del Proyecto

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

La micro localización toma en cuenta los factores que intervienen en el desarrollo del proyecto, los mismos que le permitirá tener un mejor desarrollo en sus actividades y elegir un lugar en el cual el proyecto se encuentre con las mejores condiciones para comenzar con su trabajo.

2.5. ASPECTOS ECONÓMICOS FINANCIEROS

Balance General

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

El balance general representa la situación financiera de la empresa, la misma que permitirá tomar decisiones a tiempo para evitar una pérdida mayor en sus inversiones, y aplicar nuevos mecanismos para salvaguardar los intereses de la microempresa.

Balance de Resultados

El Autor ZAPATA, S. Pedro. (2008. Pág. 306), en su libro Contabilidad General, expone que: “es un informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el fin de medir los resultados económicos durante un periodo determinado”.

Permite conocer la utilidad y la pérdida que va obteniendo la microempresa en ciertos periodos, ya que es de gran importancia conocer el rendimiento económico que está generando.

Estado de Flujo de Efectivo o de Fondos.

ROMERO, Javier (2006. Pág. 302) en su libro Principios de Contabilidad afirma: “es un estado financiero que comunica los cambios en los recursos de una entidad y sus fuentes en un periodo determinado, mostrando las actividades de operación, financiamiento, e inversión y su reflejo final en el efectivo”.

El flujo de efectivo forma uno de los elementos esenciales del estudio del proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuara sobre los

resultados que se determinen en ella. La información básica para realizar esta proyección está basada tanto en los estudios de mercado, técnico, organizacional, como en el cálculo de los beneficios.

Evaluadores Financieros.

Para, FLORES U. Juan (2007, Pág. 115). En su libro de Proyectos de inversión para las PYMESS Creación de Empresas: “Se estudia en forma conjunta los indicadores con el objeto de tomar una adecuada decisión, se asocia en forma juiciosa, la interpretación de cada uno de ellos, de acuerdo con los criterios establecidos para efectos de análisis financieros.”

Los evaluadores financieros son índices que evalúan la rentabilidad y determinan el grado de factibilidad de un proyecto estos permiten guiar los aspectos financieros para la toma de decisiones oportunamente.

Valor Presente Neto.

BRIGHAN, Eugene. HOUSTON Joel. (2005, Pág. 398). Fundamentos de Administración Financiera, afirma: “Método de clasificar las propuestas de inversión usando el valor presente neto, el cual equivale al valor presente de los futuros flujos netos de efectivo, descontado al costo del capital”. Esta técnica se calcula restando la inversión inicial de un proyecto del valor presente de sus entradas de efectivo descontadas a una tasa equivalente al costo de capital de la empresa, en donde se debe comparar si su valor actual es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos.

Su fórmula es la siguiente:

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

Cuando se utiliza el valor presente neto para decisiones de aceptación y rechazo, los criterios son los siguientes:

- Si el valor presente neto es mayor que 0, se acepta el proyecto.
- Si el valor presente neto es menor que 0, se rechaza el proyecto.

Si el valor presente neto es mayor que cero, la empresa ganará un rendimiento mayor y su costo de capital. Tal acción debe mejorar el valor de mercado de la empresa y, por lo tanto, La riqueza de sus propietarios.

Tasa Interna de Rendimiento.

Para GITMAN, Laurence J. (2007, Pág. 359) en su obra Principios de Administración financiera afirma. Es la tasa de rendimiento anual compuesta que la empresa ganará si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas.

Según FONTAINE R. Ernesto, (2008, Pág. 100) en su libro Evaluación Social de Proyectos manifiesta: “Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero”.

El (TIR) consiente en calcular la utilidad esperada del proyecto antes de iniciar cualquier inversión. Es decir da a conocer si el proyecto es factible o no realizarlo e invertirlo.

La tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de la única tasa de rendimiento por periodo con el cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual y su fórmula es la siguiente:

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

Cuando se utiliza la tasa interna de retorno para tomar decisiones de aceptación y rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

Costo beneficio

El escritor SAPAG, CH. Nassir (2007, Pág. 256), en su texto Proyectos de inversión, Formulación y Evaluación, manifiesta que: “Compara el valor actual de los

beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión”.

El índice de rentabilidad o costo / beneficio nos permite decidir si aceptamos todos los proyectos con un índice mayor a 1. Si el índice de rentabilidad es mayor a 1 el valor actual es mayor que la inversión y por lo tanto exactamente a la misma decisión que el valor actual neto.

Formula:

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

Periodo de recuperación de la inversión

Para CORDOBA, Marcial. (2006, Pág. 362) en su obra Formulación y Evaluación de Proyectos afirma: “Es como el número esperado de períodos que se requieren para que se recupere una inversión original”.

Cuando se utiliza el periodo de recuperación para tomar decisiones de aceptación o rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si el periodo de recuperación es menor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se acepta el proyecto.
- Si el periodo de recuperación es mayor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se rechaza el proyecto.

Punto Equilibrio.

CHILQUINGA Manuel, (2001, Pág. 60), Costos de Producción Manifiesta: “Es el punto donde las empresa iguala sus ingresos totales y costos totales es una situación donde no se genera ni utilidad ni pérdida”.

El punto de equilibrio es la igualdad de ingresos y egresos en donde no existe ni perdida ni ganancias, permite analizar cuál es el volumen de ventas necesario para mejorar sus ingresos.

Sensibilidad del proyecto

Para DÍAZ, M. Ángel. (2008, Pág. 148) en su Obra David y Goliat Iniciación del Proyecto afirma: “Es el método utilizado para conocer la incidencia de un determinado parámetro sobre los objetivos del proyecto; se dan diferentes valores a este parámetro y se calculan los indicadores que se crea conveniente”.

Tomando como base el concepto anterior la sensibilidad del proyecto muestra cómo influyen los cambios de algunos de los parámetros del proyecto, como por ejemplo si disminuyen las ventas ¡qué pasaría!, o el aumento de los costos que consecuencias se tendría en el proyecto, esto ayudaría a formular planes de mitigación para evitar el fracaso.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación

En la actualidad en la Provincia de Imbabura se ha ido retomado nuevas alternativas de cultivo tratando de mejorar los ingresos económicos de sus habitantes buscando caminos diferentes a los tradicionales, una de las opciones más ambiciosa es producir y comercializar el babaco, ya que esta fruta es muy utilizada para ser procesada

Debido a las características y beneficios nutricionales que el babaco ofrece con su sustancia, es una de las frutas más buscadas en el mercado y que en la actualidad presenta una demanda existiendo muchos escasos del producto. A través del análisis del mercado se llegara a determinar las oportunidades que este producto tiene.

3.2. Objetivos de estudio de mercado

General

Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda, y la oferta existente en el mercado y los precios del producto, mediante la investigación de campo.

Específicos

- Conocer el consumo de babaco en la Ciudad de Ibarra.
- Determinar la oferta del producto en el mercado local
- Analizar el comportamiento de los precios del babaco

- Diseñar estrategias comerciales para incentivar al consumo de babaco.

3.3. Investigación de campo

Tomando en cuenta que en el sector de implantación existen poca población de demandantes y productores de babaco.

La investigación de campo se la efectuara como mercado potencial a la población de la Ciudad Ibarra y a ofertantes (productores) del babaco de la provincia de Imbabura.

Determinación de la población de estudio

Según los datos proporcionados por el INEC la población del Ciudad de Ibarra es de 121435 habitantes, la cual se la ha dividido para cinco (numero del componente familiar según la canasta familiar) para obtener las familias, las cuales son consideradas posibles consumidoras de la fruta.

$$\text{Número de familias} = \frac{\text{Población de la Ciudad de Ibarra}}{\text{Componente familiar}}$$

$$\text{Número de familias} = \frac{121435}{5}$$

$$\text{Número de familias} = 24287$$

Para la oferta se tomo en cuenta datos proporcionados por MAGAP, donde se determina que existe en la provincia de Imbabura 16productores babaco.

Muestra

Para la primera población representada por consumidores de la fruta se ha decidido obtener una muestra, ya que el número es significativo y mayor a 50. Para ello se aplicó la siguiente fórmula:

La fórmula a utilizar es la siguiente:

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

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

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

σ = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

N = 24287

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25) (24287)}{(0,05)^2 (24287 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

e = 5%

n= 378

Aplicando la fórmula, da como muestra a 378 familias a las que se debe levantar la información a través de encuestas.

Resultados de la investigación de campo

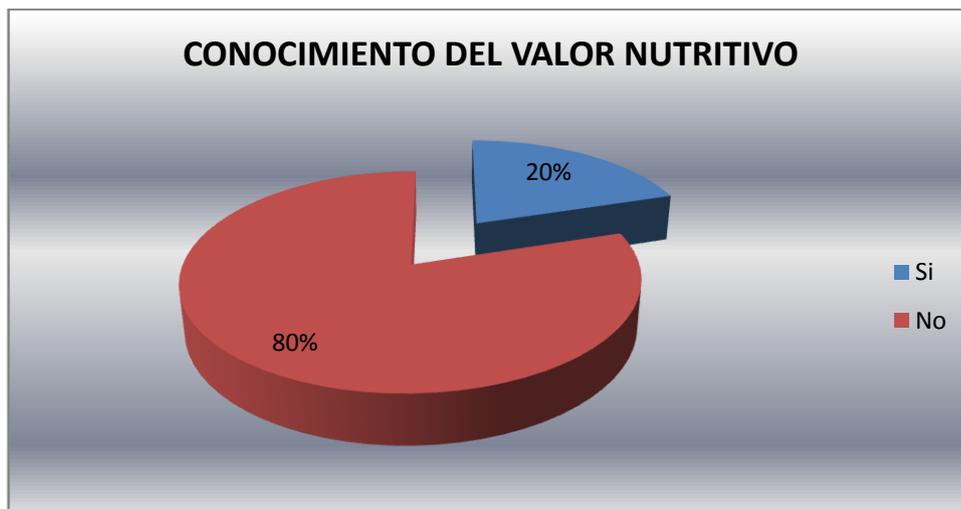
FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES FAMILIARES DE LA CIUDAD DE IBARRA.

1. ¿Usted tiene conocimiento sobre el valor nutritivo del babaco?

**CUADRO No.13
CONOCIMIENTO DEL VALOR NUTRITIVO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	76	20
No	302	80
TOTAL	378	100

GRÁFICO No.12



Fuentes: Consumidores
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

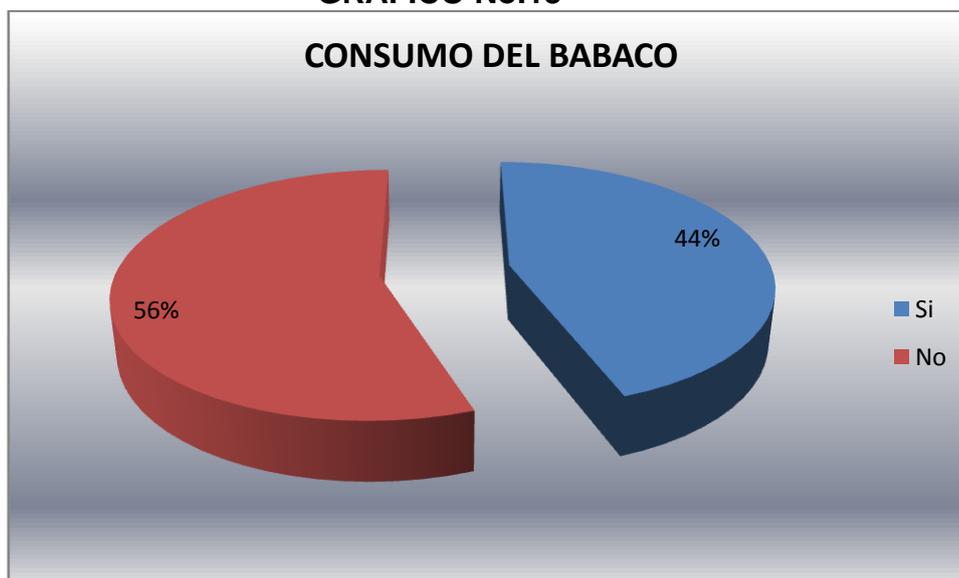
Según la información recopilada mediante encuestas la mayor parte de población de la ciudad de Ibarra no conocen el valor nutritivo, ya que esta fruta no es difundida es su totalidad en la provincia, como también no existe una significativa oferta en los mercados de la ciudad de Ibarra.

2. ¿Consume en forma frecuente el babaco como parte de su alimentación diaria?

CUADRO No.14
CONSUMO DEL BABACO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	168	44
No	210	56
TOTAL	378	100

GRÁFICO No.13



Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

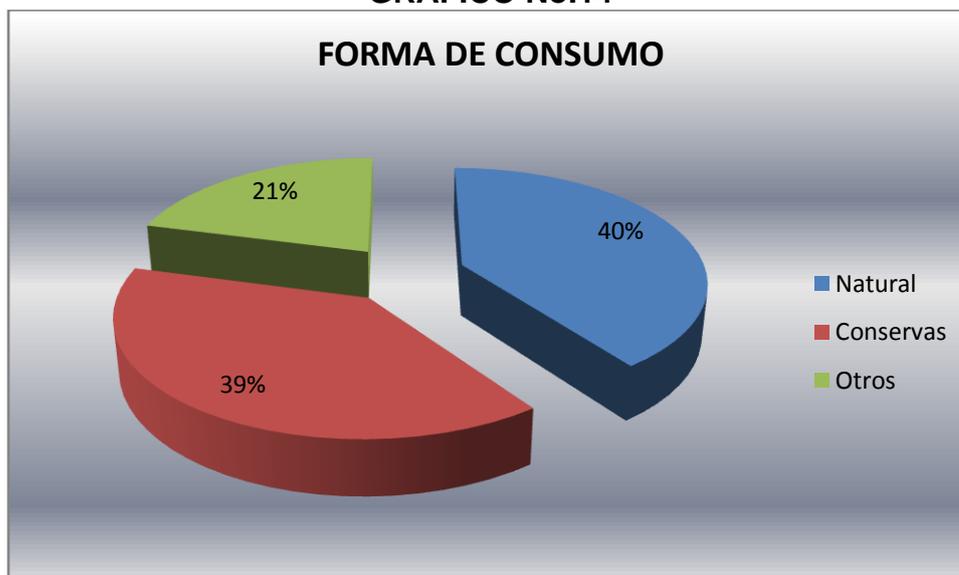
Las familias de la ciudad de Ibarra consumen con frecuencia el babaco, ya que poco a poco se va difundiendo y reconociendo la exquisitez del producto, como también la diversidad de preparación de platos para la degustación familiar.

3. ¿En qué forma le gustaría consumir el babaco?

CUADRO No.15
FORMA DE CONSUMO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Natural	151	40
Conservas	148	39
Otros	79	21
TOTAL	378	100

GRÁFICO No.14



Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

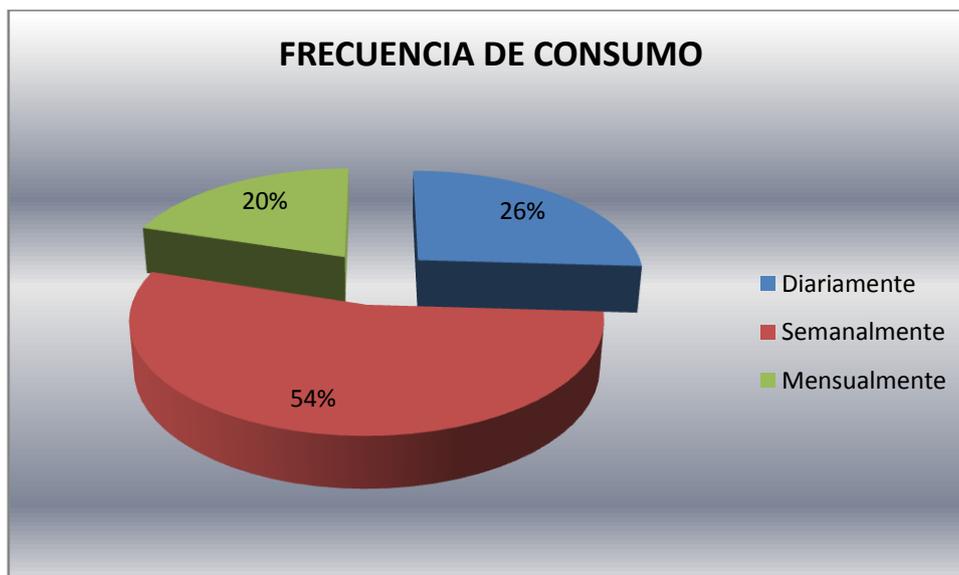
Tomando en cuenta la información recopilada se determina que la mayor parte de la población prefiere consumir el babaco en forma natural, seguido de un porcentaje similar que está de acuerdo en consumir conservas a base de babaco.

4. ¿Con que frecuencia adquiere el babaco en el mercado?

CUADRO No.16
FRECUENCIA DE CONSUMO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	98	26
Semanalmente	204	54
Mensualmente	76	20
TOTAL	378	100

GRÁFICO No.15



Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

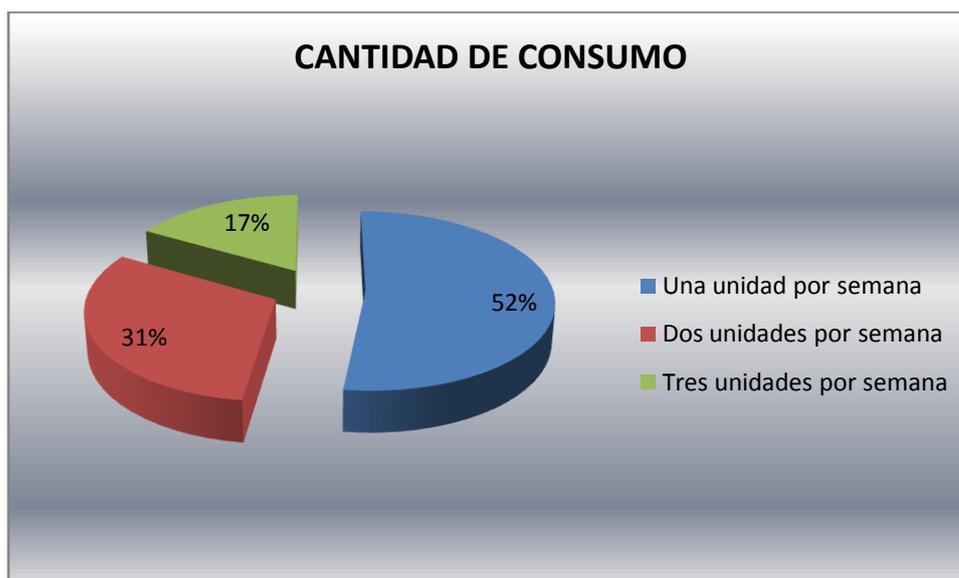
La frecuencia de consumo que mas sobresale es la semanal según datos obtenidos mediante las encuestas, ya que la dieta la componen también otras frutas, seguido de porcentajes similares entre consumo diario y mensual, estas personas prefieren al babaco en forma natural

5. ¿Qué cantidad consume?

CUADRO No.17
CANTIDAD DE CONSUMO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una unidad por semana	197	52
Dos unidades por semana	118	31
Tres unidades por semana	63	17
TOTAL	378	100

GRÁFICO No.16



Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Según la información recopilada mediante encuestas los consumidores afirman consumir el babaco en su mayoría con una frecuencia de una unidad por semana, lo que significa que existe una aceptación del

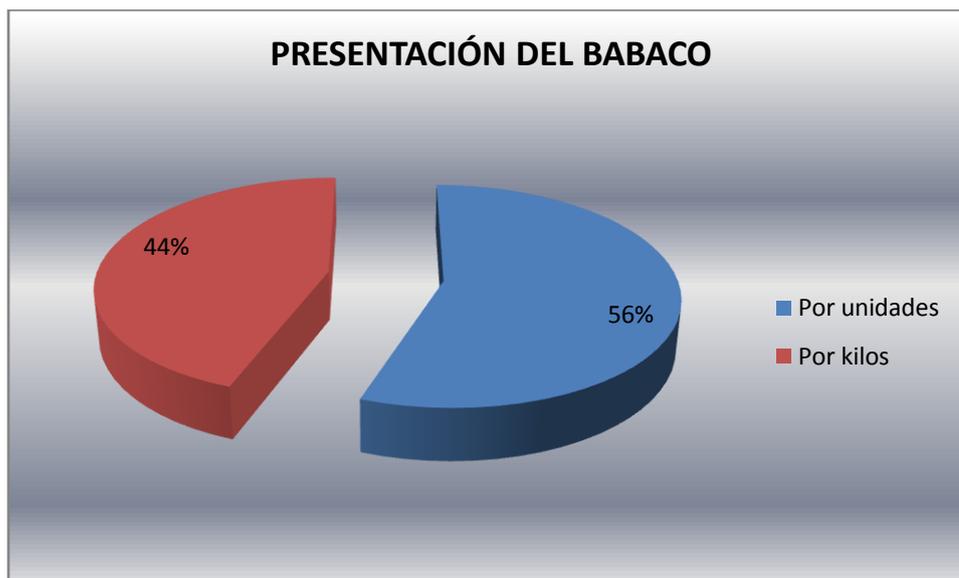
producto, claro está que por el factor precio los consumidores no han aumentado la cantidad de adquisición

6. ¿Cual presentación prefiere en la compra del babaco?

CUADRO No.18
PRESENTACIÓN DEL BABACO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por unidades	210	56
Por kilos	168	44
TOTAL	378	100

GRÁFICO No.17



Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

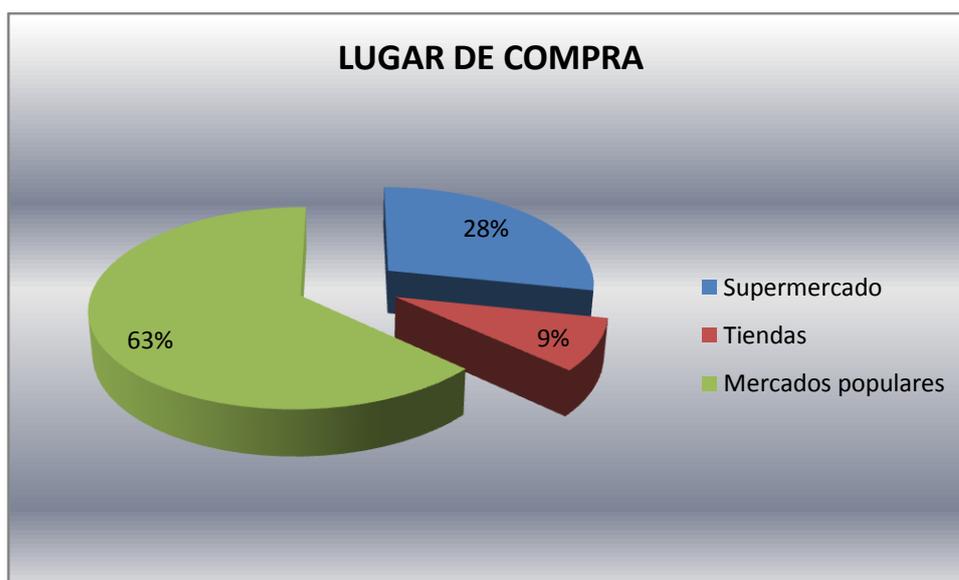
La presentación del babaco que es aceptado el producto en el mercado por parte de los consumidores es por unidades, como también existe una cantidad significativa que lo hacen por kilos esto se debe al lugar de compra ya que se lo comercializa de las dos presentaciones.

7. ¿Dónde prefiere comprar la fruta?

CUADRO No.19
LUGAR DE COMPRA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Supermercado	107	28
Tiendas	32	8
Mercados populares	239	63
TOTAL	378	100

GRÁFICO No.18



Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

Según los datos recopilados a través de encuestas el producto en su mayor parte se lo adquiere en los mercados populares ya que su precio es más accesible, como también es adquirido en supermercados, estos

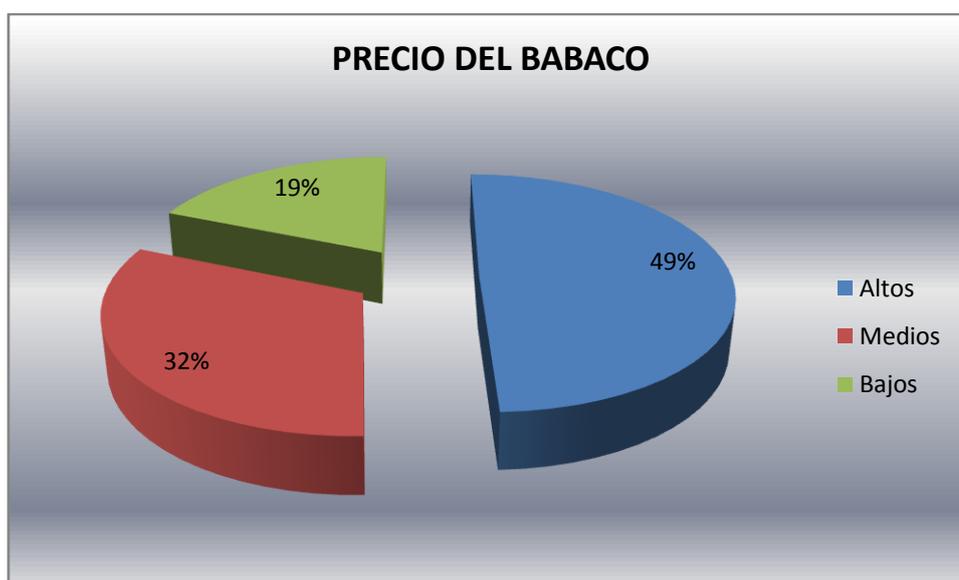
lugares de compra depende del segmento de mercado que se recopiló la información

8. ¿Cómo considera el precio actual del babaco?

CUADRO No.20
PRECIO DEL BABACO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Altos	187	49
Medios	120	32
Bajos	71	19
TOTAL	378	100

GRÁFICO No.19



Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

La mayor parte de los encuestados manifiestan que el precio del babaco son altos y medios, ya que el producto se encuentra ofertado en el

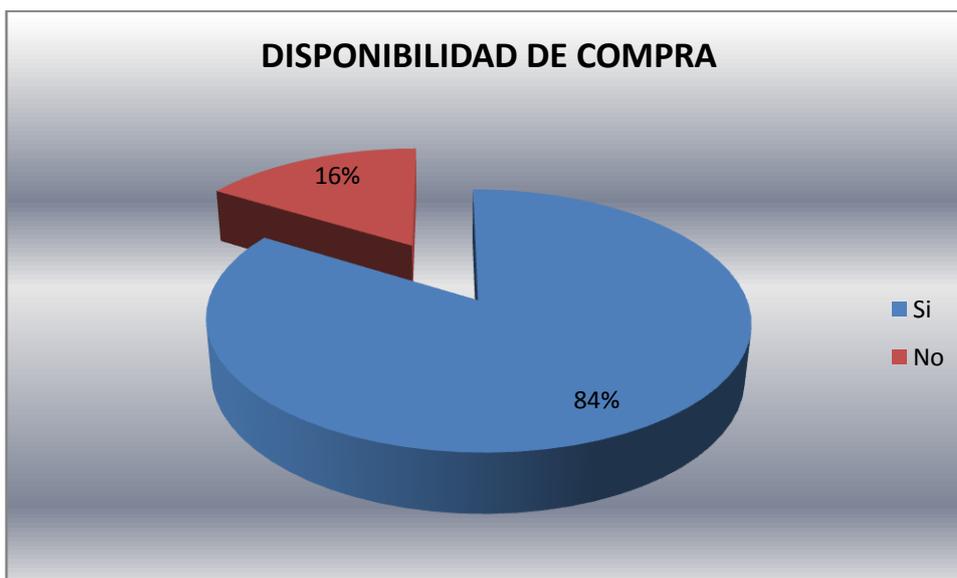
mercado en mínimas cantidades, por tal motivo sus precios son especulados en forma irracional.

9. ¿Si la fruta cumple sus expectativas estaría dispuesto en aumentar el periodo de consumo?

**CUADRO No.21
DISPONIBILIDAD DE COMPRA**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	317	84
No	61	16
TOTAL	378	100

GRÁFICO No.20



Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Con esta pregunta se pudo detectar que cada vez el producto esta teniendo mayor acogida ya que los consumidores están dispuestos en aumentar el periodo de consumo, la razón puede ser por reconocimiento

de la fruta que posee altas propiedades nutricionales las cuales benefician a la salud humana.

10. ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría conocer al babaco?

CUADRO No.22
PREFERENCIA DE COMUNICACIÓN

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Prensa	93	25
Radio	50	13
Televisión	67	18
Trípticos	168	44
TOTAL	378	100

GRÁFICO No.21



Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Mediante la investigación de campo realizada y a través de encuestas los consumidores prefieren los trípticos, seguido de la prensa, estos dos

medios son los que más sobresalen, la razón puede ser que estos son considerados más accesibles para poder informarse.

3.4. Identificación del producto

El babaco es un fruto que no necesita polinización para desarrollarse, es alargado de sección pentagonal, se lo consume cuando alcanza su grado de madurez es decir cuando el fruto se vuelve amarillo y aromático; puede consumirse en su estado natural, en ensaladas y jugos, además se utiliza en la industria alimenticia en la elaboración de varios productos como: pulpas, mermeladas y vino.

Los principales componentes del babaco, resultan por alto contenido de vitamina C, además protege el sistema digestivo por ser rico en fibras y carbohidratos.

Composición química del babaco.

La composición química del babaco es la siguiente:

**CUADRO N°23
COMPOSICIÓN QUÍMICA DEL BABACO**

Agua	93.0
Proteína	0.9
Lípidos	0.1
Carbohidratos	6.0
Fibra	0.7
Grasas	0.2
Otros componentes	(mg)
Sodio	1.3
Potasio	220.0
Hierro mineral	0.3
Calcio	12.0
Fósforo	17.0
Azufre	12.0
Carotenos	0.05

Tiamina	0.02
Riboflavina	0.03
Piridoxina	0.05
Ácido ascórbico	31.0
Calorías	8.0

Fuente: www.ecuador.export.org

Elaborado por: La Autora

3.5. Mercado meta

El mercado meta al cual va dirigido el producto, en un inicio es la población de la ciudad de Ibarra, cuando la microempresa adquiera prestigio la cobertura será regional.

3.6. Análisis de la demanda

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado

Para realizar el análisis de la demanda se considero información de fuentes primarias a través de encuesta, con el firme propósito de conocer los patrones de comportamiento.

La producción del babaco es un proyecto muy ambicioso ya que a través de las investigaciones realizadas y análisis existe un alto porcentaje de demanda del producto en el mercado.

Para su análisis de tomo en cuenta las familias de la ciudad de Ibarra.

Comportamiento de la demanda actual

Con la información recopilada se pudo establecer la demanda del babaco en unidades, para esto se determinó las familias dispuestas a consumir babaco, con su respectiva frecuencia y cantidad de consumo, al realizar lo

operación matemática de multiplicación se obtuvo los siguientes resultados.

**CUADRO N°24
CONSUMO ACTUAL DE BABACO**

POBLACIÓN TOTAL POR FAMILIAS	44% DE FAMILIAS CONSUMIDORAS	FRECUENCIA DE CONSUMO	% POBLACIÓN	N° DE FAMILIAS	N° VECES DE CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO POR UNIDADES	CONSUMO ANUAL EN UNIDADES
24287	10686	Una unidad por semana	52	5557	52	1	288957
		Dos unidades por semana	31	3313	52	2	344526
		Tres unidades por semana	17	1817	52	3	283400
		TOTAL	100	10686			

Fuente: Consumidores

Elaborado por: La autora

Como se puede observar la demanda actual de babaco, para el año 2011 es 916883 unidades.

Proyección de la demanda

Para la proyección se utilizó la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad que del 2,03% según el INEC, ya que el consumo tiene relación con la tendencia de crecimiento de demandantes (población).

**CUADRO No.25
CONSUMO FUTURO DEL PRODUCTO**

AÑO	CONSUMO FUTURO EN UNIDADES
2012	937971
2013	959544
2014	981614
2015	1004191
2016	1027288

Fuente: Consumidores

Elaborado por: La autora

3.7. Análisis de la oferta

Oferta es la predisposición o el comportamiento del oferente a estar dispuesto a vender su producto a un precio determinado

Para el análisis de la oferta se utilizó información proporcionada por el MAGAP donde tiene identificado a 16 productores en la actualidad, como también a la producción de los últimos 5 años.

3.8. Oferta histórica

La oferta histórica del babaco se determinó según los datos proporcionados por el MAG, estos ayudarán a determinar la tendencia de crecimiento anual.

Este índice de crecimiento se lo obtuvo de la siguiente forma:

CUADRO No.26
OFERTA HISTÓRICA

AÑOS	OFERTA HISTÓRICA	$i = \frac{C_n}{C_o} - 1$
2006	121100	
2007	124263	0,026
2008	126491	0,018
2009	127786	0,010
2010	130150	0,018
		$\sum i = 0,073$

Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

Entonces:

$$IC = \frac{\sum i}{n}$$

$$IC = \frac{0,073}{4}$$

$$IC = 0,018$$

$$IC = 1,8\%$$

Oferta actual

Considerando los datos de producción de babaco proporcionados por el MAGAP hasta el 2010 se procedió a determinar la producción del 2011 utilizando a la tasa de crecimiento identificado anteriormente.

**CUADRO No.27
OFERTA ACTUAL**

AÑO	OFERTA ACTUAL EN UNIDADES
2011	132518

Fuente: MAGAP

Elaborado por: La autora

De ahí, se puede decir que la producción de babaco para el año 2011 es de 132518 unidades.

Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta de babaco en unidades se utilizó la tasa identificada con los datos históricos proporcionados por el MAGAP, a continuación los resultados.

CUADRO No.28 OFERTA FUTURA EN UNIDADES

AÑO	OFERTA FUTURA EN UNIDADES
2012	134930
2013	137385
2014	139885
2015	142430
2016	145022

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

3.9. Balance de la demanda oferta

En este punto se contrastó la información analizada de las variables demanda y oferta para poder determinar la oportunidad en el mercado representado por la demanda insatisfecha.

CUADRO No.29

BALANCE DEMANDA - OFERTA

AÑO	CONSUMO DE BABACO EN UNIDADES	OFERTA DE BABACO EN UNIDADES	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER
2011	916883	132518	784365

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Con este análisis se confirma la oportunidad de mercado que existe, el cual puede ser aprovechado por el proyecto propuesto.

3.10. Demanda potencial a satisfacer

Comparando la oferta y la demanda se determina que existe una buena oportunidad para producir y comercializar el producto ya que existe poca oferta de babaco en la Ciudad de Ibarra.

CUADRO No.30

DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA
-------------	----------------	---------------	----------------

PROYECTADOS			POTENCIAL A SATISFACER
2012	937971	134930	803041
2013	959544	137385	822160
2014	981614	139885	841729
2015	1004191	142430	861761
2016	1027288	145022	882266

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

3.11. Análisis de precios

Para efectuar el análisis del precio del babaco se utilizó la observación directa acudiendo a los diferentes lugares de comercialización de la fruta en la ciudad de Ibarra, como mercados, supermercados entre los más importantes, identificando aspectos que definen el precio de venta del producto, como:

- Origen de la fruta
- Calidad
- Presentación
- Contenido

Razón por la cual no existen precios estandarizados, el precio de venta el mercado oscila entre 0,9 a 1,20 centavos de dólar por unidad.

3.12. Estrategias comerciales

Las estrategias a utilizar por parte de la microempresa para hacer conocer y persuadir a los consumidores hacia la compra de la fruta están basadas en las cuatro Ps.

Estrategias de producto

La fruta será distribuida en estado natural, estará empacada en cubetas sellada para evitar la contaminación directa, y garantizar la calidad de la misma con un peso neto de 40 kilos, en la cara frontal se ubicará la marca del producto, el logotipo de la microempresa, y en la parte posterior la fecha de empaque, caducidad, valor nutricional, número telefónico para pedidos y/o sugerencias para el mejoramiento del producto.

Estrategias de precio

Para establecer el precio del producto se ha tomado en cuenta los siguientes parámetros.

- Un precio accesible al cliente, tomando en cuenta el criterio del consumidor final.
- El precio que se le da al producto debe estar considerado en base a la demanda existente por la competencia que exista en el mercado.
- Para establecer el precio tomamos en cuenta los costos de producción del producto y el porcentaje de utilidad que requiere la microempresa para lograr mantenerse, obteniendo una utilidad aceptable.
- Además se tomará en cuenta la posición del cliente sobre el producto, el agrado que tiene por adquirirlo, las condiciones de calidad que debe reunir el producto para ser reconocido en el mercado.

Estrategias de promoción y publicidad

Para dar a conocer el producto es importante aplicar estrategias que permitan llegar al consumidor, y buscar mecanismos necesarios para que el producto logre posesionarse en el mercado y especialmente sea preferido por los consumidores potenciales.

Para dar a conocer el producto se van a utilizar las siguientes estrategias de promoción, a fin de incentivar la aceptación de la fruta por parte de los consumidores, tratando de lograr un posicionamiento en la mente, la misma que se realizará por medio de estrategias tales como:

- Promover el consumo de este importante alimento, destacando su importancia y valores nutritivos, a través de presentaciones en las, Radios, portadas en la prensa, página web, folletos, entre otros.
- Además se difundirán recetas caceras, para que el consumidor conozca la variedad de platos que se pueden preparar con esta fruta.

Estrategias de plaza

Un aspecto muy importante dentro del estudio de mercado es sin lugar a duda determinar los canales de distribución más apropiados, ya que permite que el producto llegue al lugar adecuado en el momento oportuno.

La distancia geográfica que existe entre compradores y vendedores, hace necesario el traslado de los productos desde el lugar de producción hasta el consumidor final, a lo que se le denomina distribución.

La forma de distribución del producto es indirecta, ya que va de la microempresa al intermediario y finalmente al consumidor final.

ILUSTRACIÓN N° 1 CANAL DE DISTRIBUCIÓN INDIRECTO



Elaborado por: Autora

PRODUCTOR: Microempresa dedicada a la producción y comercialización de babaco

INTERMEDIARIO: Son los lugares donde se comercializan frutas de la ciudad de Ibarra.

CONSUMIDOR: son las poblaciones de la ciudad de Ibarra.

3.13. Conclusiones del estudio de mercado.

Después de analizar las principales variables del estudio de mercado se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- De la demanda se puede decir que existe una preferencia significativa por la fruta, ya que en el año 2011 su consumo asciende a 916883 unidades
- La oferta del babaco está dada por el número de proveedores de la fruta en los distintos mercados de la Ciudad, el producto es nacional
- La demanda insatisfecha que se obtuvo, confirma una buena oportunidad de éxito del producto en el mercado ya que existe desabastecimiento, razón por la cual genera expectativas con la gestión del proyecto.
- El diseño de un buen plan comercial incentivara al consumo, ya que estará diseñado tomando en cuenta las necesidades de los consumidores potenciales y finales.

CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO

Presentación

El objetivo principal de este capítulo es determinar los aspectos técnicos del proyecto en función del manejo de los recursos existentes tomando en cuenta la utilización óptima de los mismos.

En este capítulo se analizarán los siguientes aspectos:

- La localización del proyecto
- El tamaño del proyecto
- Capacidad del proyecto
- La distribución de la planta
- El proceso productivo
- Presupuesto de inversión

Dichos aspectos responden a las preguntas: ¿Dónde se implementara el proyecto?, ¿Qué tamaño y capacidad tendrá?, ¿Cómo se realizara la producción y comercialización del producto?, ¿Cuánto serán las inversiones para iniciar la gestión?, los resultados obtenidos direccionara su ejecución.

5.1. Localización Óptima del Proyecto

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

Macrolocalización

La Macrolocalización se refiere al lugar geográfico donde se llevará el desarrollo del proyecto tomando en cuenta ciertos parámetros que son muy importantes.

El lugar seleccionado debe tener ciertas características que beneficien directamente al desarrollo del proyecto, considerando las necesidades principales para su desenvolvimiento en las actividades.

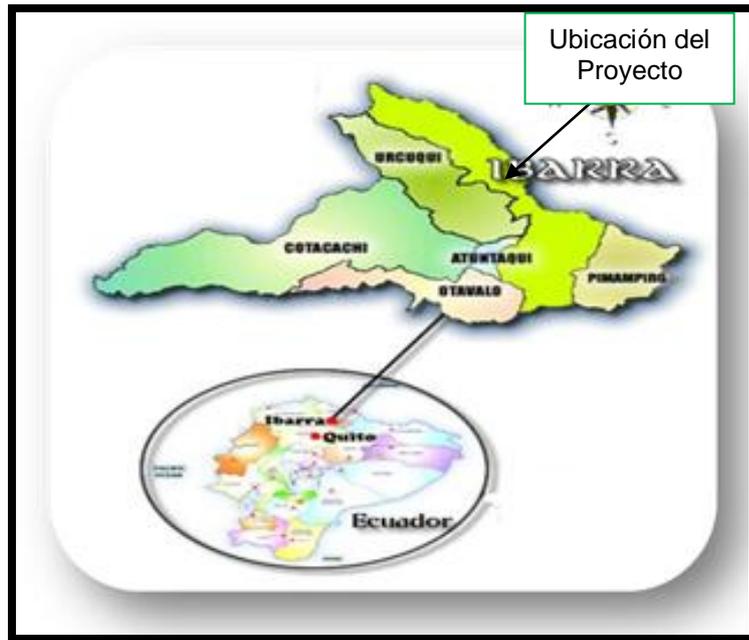
La Macrolocalización del proyecto es la siguiente:

País: Ecuador

Provincia: Imbabura.

Cantón: Ibarra.

ILUSTRACIÓN No.2 MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA



Fuente: Internet.

Elaborado por: La Autora

Microlocalización

La parte de la microlocalización consiste en definir el lugar exacto de la ejecución del proyecto, por tanto la microempresa productora y comercializadora de babaco, estará ubicada en:

Cantón: Ibarra

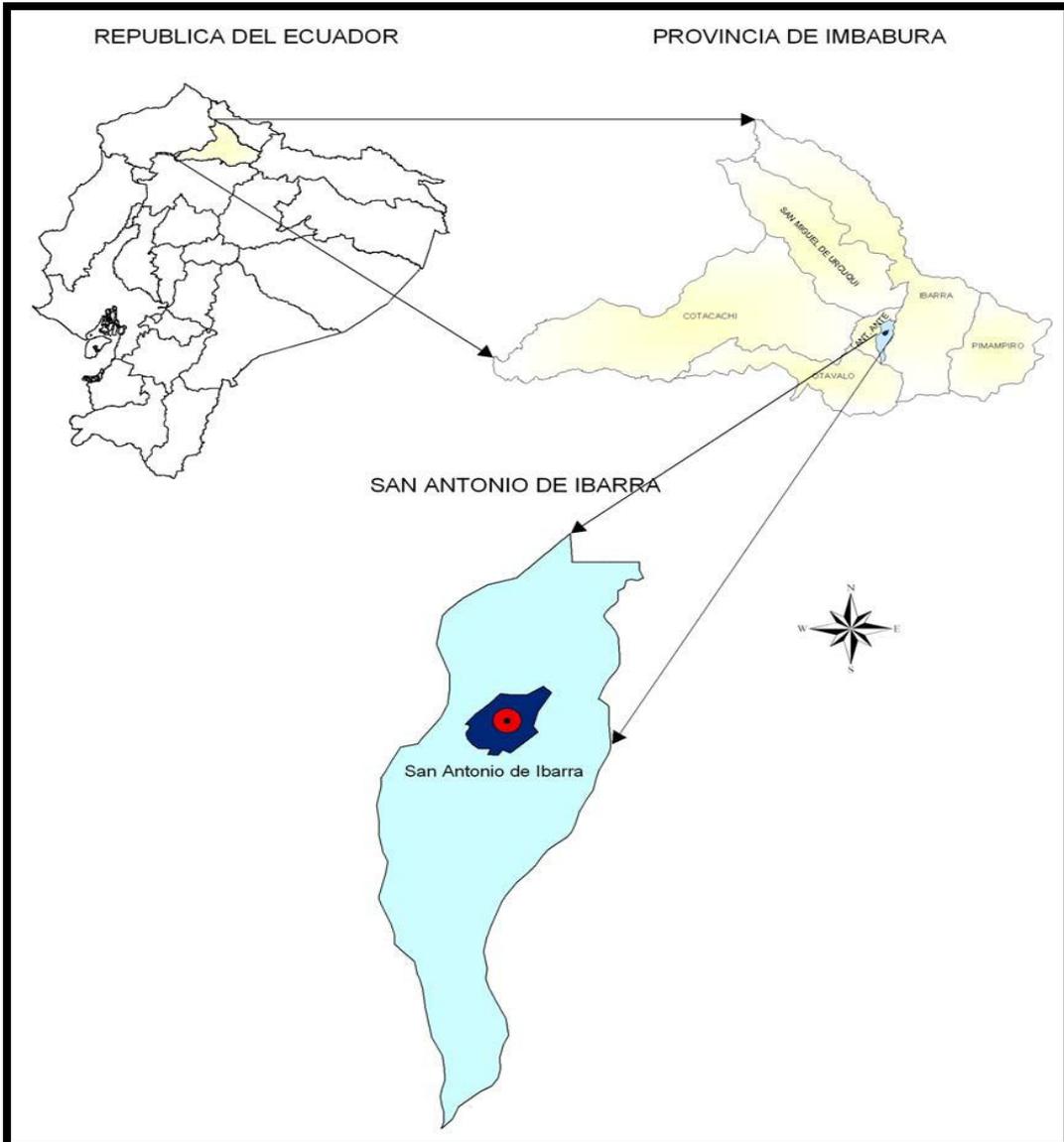
Parroquia: San Antonio

Barrio: San Agustín

Calle: 27 de noviembre y las Américas, vía al cerro.

ILUSTRACIÓN No.3

MAPA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



Elaborado por: La autora

5.2. Tamaño del proyecto

- **Factores condicionantes al tamaño del proyecto**

Como factores que determinan el tamaño del proyecto se ha tomado en cuenta los siguientes:

- La demanda
- Disponibilidad de la materia prima.
- Tecnología.

- Financiamiento.

- **La demanda**

La demanda se le considera como un factor muy importante que determina el tamaño del proyecto, ya que a través del estudio de mercado realizado se llega a determinar que la creación de la microempresa productora y comercializadora de babaco es factible porque existe mucha escasez de la fruta.

- **Disponibilidad de materia prima.**

Es importante tener al alcance toda materia prima que sea utilizada y necesaria para la producción de la fruta cultivo, estaremos hablando de las plantas y los insecticidas necesarios para su cuidado.

- **Tecnología**

La tecnología es de gran importancia tomar en cuenta, porque permitirá mejorar la producción obtener mejor rendimiento económico para la microempresa, permite encontrar nuevos métodos para el manejo y cultivo del producto. Ayuda a evitar que se desarrollen plagas y enfermedades que pueden destruir toda la producción.

- **Financiamiento**

La microempresa deberá presupuestar el capital que se necesita para dar inicio las actividades, si fuese necesario se obtendrá un crédito, este aspecto se lo analiza con mayor detalle en el capítulo financiero, esta inversión servirá para cubrir las erogaciones por las actividades de la microempresa productora y comercializadora de babaco.

- **Capacidad de producción**

El proyecto tendrá la siguiente capacidad de producción: la producción del primer año se realiza cada semana durante 4 meses, la producción de los

siguientes años cada semana durante 7 meses en promedio, con un rendimiento de 2 frutos por planta.

CUADRO No.31
PLAN DE PRODUCCIÓN ESTIMADO

AÑO	NÚMERO DE PLANTAS	PRODUCCIÓN POR PLANTA SEMANALMENTE	COSECHAS AL AÑO	TOTAL ANUAL (UNIDADES)
1	2438	2	16	78016
2	2438	2	28	136528
3	2438	2	28	136528
4	2438	2	28	136528
5	2438	2	28	136528

Elaborado por: La autora

5.3. Distribución de la Planta

El área que se destina para la construcción de la infraestructura es de 125 m² distribuida de la siguiente manera:

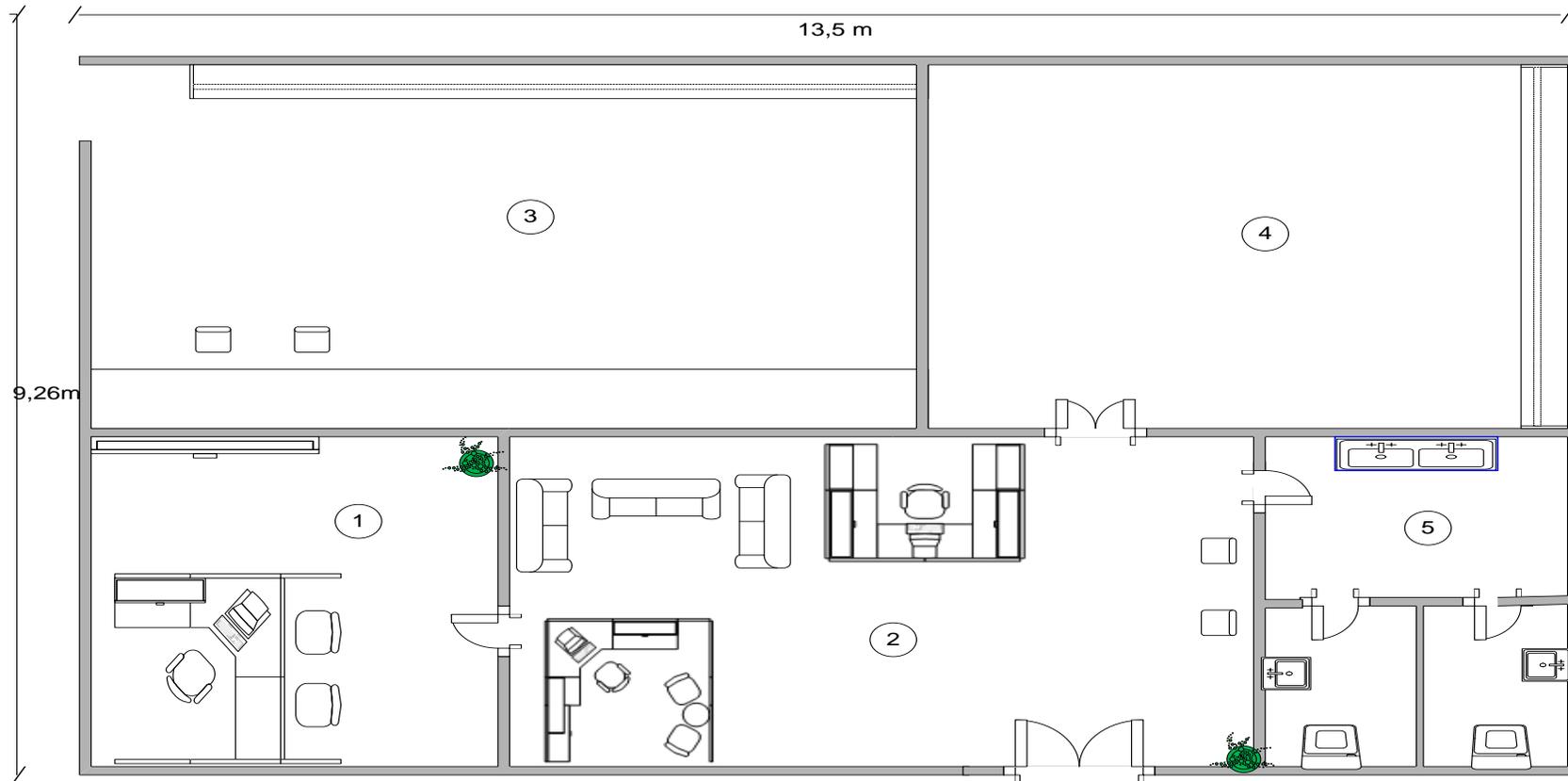
CUADRO Nº 32
DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES

Nº	ÁREA	m ²
1	GERENCIA	9
2	RECEPCIÓN	26
3	BODEGA DEL PRODUCTO	48
4	CUARTO DE HERRAMIENTAS	30
5	BAÑO	12
TOTAL		125

Elaborado por: La autora

- **Diseño de la planta**

ILUSTRACIÓN No.4 DISEÑO DE INSTALACIONES



Elaborado por: La autora

5.4. Proceso de producción.

Para describir las etapas de producción del babaco sea solicitada la asesoría de un Ingeniero Agrónomo, a continuación se detalla las más importantes.

- **Preparación del Terreno**

Se inicia con la preparación del terreno utilizando la arada y la rastra, la cual permite que el terreno absorba aire nuevo removiendo la impureza de la tierra y calentando por un tiempo para obtener mejores resultados en el crecimiento de la planta.

Para empezar con la siembra de la planta se debe realizar la desinfección del suelo para evitar las enfermedades que pueden afectar en el crecimiento de la planta.

Es necesario tomar en cuenta que la preparación del terreno es muy importante porque le permite a la planta desarrollarse normalmente dando una adecuada distribución de espacios una canalización de riego que permita a la planta absorber los minerales que necesita.

- **Plantación**

Los marcos de plantación son muy variables, dependiendo de los patrones empleados, así como de las distintas formaciones.

Para evitar la excesiva densidad y el consiguiente sombreado, son necesarios procedimientos especiales de manejo posteriores a la plantación.

Abonado

La fertilidad debe ser media o incluso algo baja, para evitar el exceso de vigor y la profundidad superior a los 30 cm. Empleando estiércol descompuesto de composición media, se debe aplicar cada año 0,700 kg/m² y haciendo el abono cada tres años, 2,100 kg/m². Conviene, sin embargo, alternar el estiércol con los abonos químicos. Un abonado NPK 1-1-1, se emplea generalmente en regiones húmedas. En el caso que estos valores disminuyan pueden aparecer deficiencias. En regiones áridas la deficiencia en potasio se corrige empleando 2.5 toneladas por hectárea de sulfato potásico. Si el boro es deficiente cada tercer año debe añadirse 30 kg de ácido bórico por hectárea, al comienzo del otoño, para corregir el agrietamiento de la piel y pulpa y el bronceado y arrosado de las hojas. En suelos con pH elevado es más eficiente una pulverización con 0.36 kg de bórax en 100 litros de agua.

Riego

Es indispensable mantener un sistema de riego que sea permanente porque ayuda a la planta a crecer rápido y evita plagas y enfermedades que pueden ser fatales en su desarrollo.

El babaco necesita para su buen desarrollo y producción una cantidad de 700 a 800 mm de agua, especialmente sin déficit en los meses de verano, previos a la recolección, suministrados por la lluvia o por riego.

Control de malezas

Generalmente el suelo se mantiene con hierba segada en la calle o limpio (con herbicidas o de forma mecánica) en la hilera de los árboles. En la mayoría de las plantaciones jóvenes es frecuente mantenerlas labradas los 2 ó 3 primeros meses.

Plagas y enfermedades

Existen una variedad de enfermedades que impide el desarrollo del fruto estas plagas son conocidas como: Mosca del fruto, nematodos, podredumbre, pudrición del péndulo de la hoja, son controlables tratándoles a tiempo.

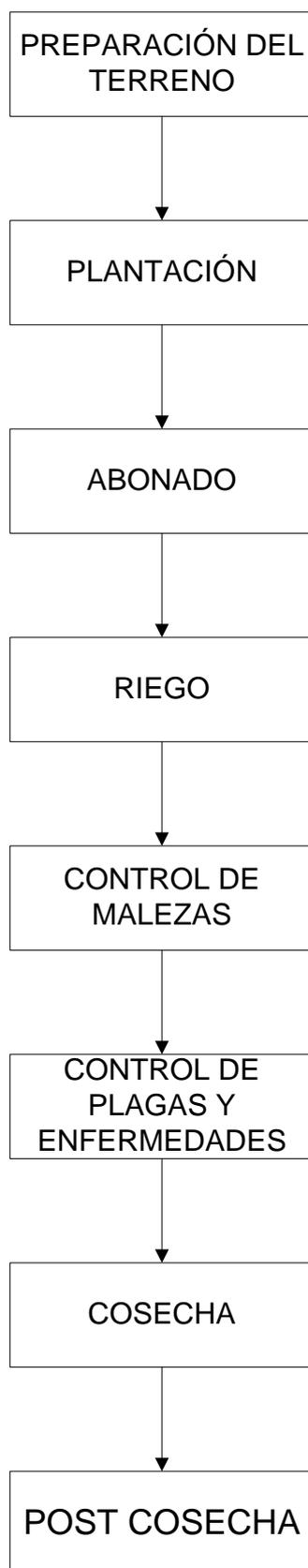
Cosecha

El proceso consiste en recolectar la fruta, lo que es recomendable cosecharla cuando este iniciando su coloración se lo realiza con mucho cuidado para evitar el ingreso de plagas por el pedúnculo del fruto.

Manejo de Pos cosecha

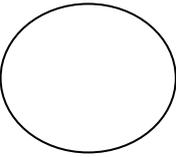
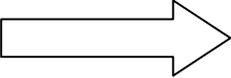
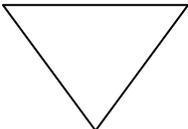
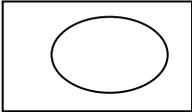
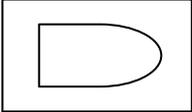
Consiste en el manejo que se le dará al fruto después de la cosecha, la forma que se la comercializara es decir el destino final que tiene después de realizar algunos procesos como el empacamiento el cual tiene como finalidad dar mejor apariencia al fruto.

5.5. Diagrama de Bloque



Flujograma de Producción

- Simbología utilizada.

SIGNIFICADO	SIMBOLO
OPERACIÓN	
TRANSPORTE	
DEMORA	
ALMACENAMIENTO	
OPERACIÓN COMBINADA	
OPERACIÓN COMBINADA	

FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN DEL BABACO

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

Fuente: Bibliográfica
 Elaborado por: La autora

CAPÍTULO V

ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

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

5.1. Aspecto estratégico de la Microempresa

Nombre de la Microempresa

La microempresa tendrá como nombre BABACOOS ORGANIC

Con la creación de la microempresa Productora y Comercializadora de babaco, se cubrirá la demanda que existe dentro de la región, también permitirá generar empleo para la población del sector.

Misión

Promover el desarrollo y el crecimiento de producción de babaco, mediante el cuidado de los recursos naturales, brindando un producto de calidad y competitividad, para poder satisfacer los gustos y preferencias de los clientes.

Visión

Llegar a alcanzar el alto reconocimiento en 5 años como una microempresa líder en la producción y comercialización del babaco, generando nuevas estrategias de producción agrícola, creando fuentes de trabajo para las personas del sector y mejorando la calidad de vida de cada familia.

Objetivos de la microempresa

- Obtener utilidades que ayuden a mantener firme a la microempresa.
- Apoyar a las nuevas microempresas en el sector uniendo fuerzas para lograr posesionar el producto en el mercado.
- Aplicar los mejores mecanismos de comercialización del producto en donde permita que el producto.
- Cumplir con los objetivos propuestos en el tiempo determinado.

Políticas de la microempresa

Son políticas aprobadas por la Junta General de accionistas que deben respetar y cumplir los trabajadores para el buen funcionamiento de la empresa.

- Efectuar reuniones mensuales para escuchar nuevas propuestas de cada miembro de la Junta General de Accionistas.
- Tener en cuenta que el talento humano es el factor principal para el crecimiento de la microempresa.
- Mantener en constante capacitación al personal para mejorar el desempeño de sus actividades.
- Estar pendiente si se está logrando alcanzar los objetivos en el tiempo establecido.
- Incrementar cada vez el nivel de ventas para obtener mejores utilidades.

Principios y Valores

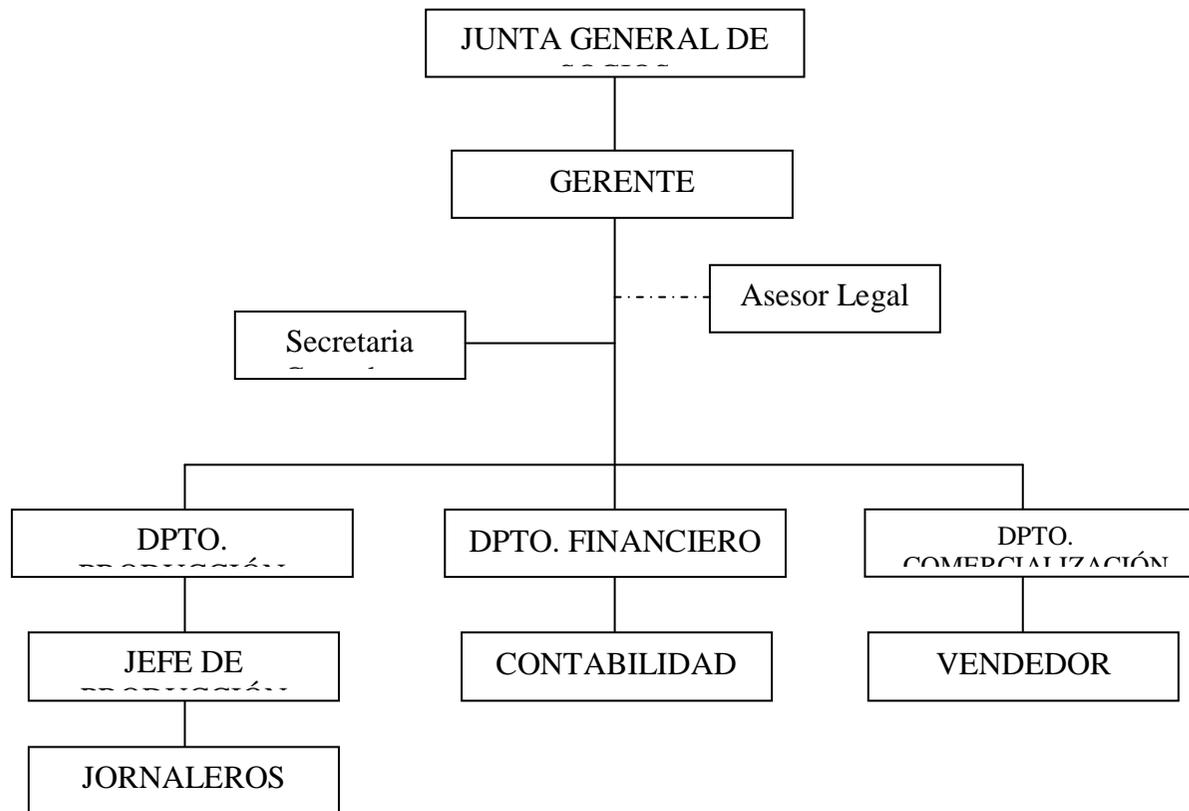
- **Liderazgo.-** Ser un líder positivo para lograr el cumplimiento de objetivos.
- **Responsabilidad.-** Tomar su cargo con responsabilidad y desarrollar un trabajo de calidad.
- **Compromiso.-** Comprometerse totalmente con la empresa dando todo por alcanzar la visión que llevara al éxito de la empresa.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

5.2. Aspecto organizativo

Organización Estructural

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

Organigrama Estructural



Niveles Administrativos

Nivel Legislativo

Esta dirigido por los socios de la microempresa los cuales del buen funcionamiento de la misma. Están pendiente que se vaya logrando los objetivos establecidos al inicio de la misma.

FUNCIÓN

- Velar por el cumplimiento de las políticas establecidas por la microempresa.
- Nombrar al representante de la empresa (Gerente) el cual estará en la obligación de velar por los intereses de la misma.
- Aprobar el reglamento que se dispone en la microempresa.
- Cumplir y hacer cumplir la planificación y las metas que se ha plantado para un determinado tiempo.

Nivel directivo

GERENTE

Está representado por el gerente el cual coordina, administra los bienes de la organización como: materiales, humanos y financieros para conseguir el avance y finalmente el logro de objetivos.

FUNCIONES

- Es el líder de la empresa que demuestra siempre optimismo para el alcance de las metas.
- Busca los recursos necesarios para el cumplimiento de los planes de trabajo de la empresa.
- Cumple y hace cumplir el reglamento aprobado por la empresa.
- Se preocupa por tener en constante capacitación al personal que tiene al mando.
- Buscar estrategias que le permita buscar nuevos mecanismos de negociación en beneficio de la empresa.
- Dirigir y coordinar las actividades de la microempresa.
- Preocuparse por la marcha y el buen funcionamiento de la empresa.

REQUISITOS

- Instrucción: Estudios superiores en administración
- Experiencia: Mínimo 2 años

Nivel Auxiliar

SECRETARIA

Tiene la obligación de estar pendiente en las llamadas telefónicas, recibir la correspondencia, de redactar oficios y recibe cordialmente al cliente.

FUNCIONES

- Realizar oficios, certificaciones y llenar las actas de reuniones

- Conservar limpio el lugar de trabajo
- Contestar las llamadas telefónicas
- Tener preparada la agenda de los asuntos pendientes del día.
- Coordinar las citas del gerente con sus proveedores
- Velar por la seguridad de los documentos de la empresa
- Realizar comunicaciones en caso de ser necesario
- Archivar correctamente la documentación.
- Registra diariamente las operaciones realizadas en la empresa

REQUISITOS

- Instrucción: secundaria
- Experiencia: no indispensable

- **CONTADORA**

Es la encargada de archivar de manera correcta la documentación correctamente, también atiende a los clientes y les informa lo que desean conocer.

FUNCIONES

- Llevar los registros contables
- Preparar estados financieros
- Realizar las declaraciones tributarias
- Mantener organizado el archivo
- Cancelar al IESS los aportes de los trabajadores de la microempresa.
- Presenta los estados financieros adjuntando notas explicativas
- Declara las obligaciones tributarias a tiempo

REQUISITOS

- Instrucción: Estudios superiores en contabilidad
- Experiencia: Mínimo 1 año

Nivel Operativo

En el nivel operativo está compuesto de dos departamentos muy importantes para la empresa.

Unidad de Producción

Dentro de la unidad de producción encontramos al jefe de producción, y los obreros.

JEFE DE PRODUCCIÓN

Es la persona encargada del departamento de producción y cumple con una serie de funciones.

FUNCIONES

- Prepara el presupuesto que necesita el departamento de producción y los utiliza de manera requerida.
- Selecciona al personal que esté capacitado para el trabajo en producción.
- Está pendiente en cumplir con sus entregas del producto.
- Busca mecanismos para la reducción en costos de producción.
- Mantenimiento de la instalación.
- Cosecha y empaqueo del producto.

REQUISITOS

- Instrucción: Estudios superiores en agronomía

- Experiencia: Mínimo 2 años

Unidad de Ventas

Esta unidad se encarga en buscar estrategias de ventas del producto y en su distribución para que llegue el producto al consumidor final.

JEFE DE VENTAS

El jefe de ventas cumple una serie de funciones:

FUNCIONES

- Busca los mejores mecanismos para dar a conocer el producto en el mercado.
- Averigua los gustos y preferencias del consumidor potencial.
- Emplea las estrategias adecuadas para la distribución del producto.
- Estudia nuevos mercados para lanzar al producto
- Realizar contactos permanentes con el cliente.
- Tener un inventario de productos para la venta

REQUISITOS

- Instrucción: Estudios superiores en ventas
- Experiencia: no indispensable

5.3. Aspecto legal de funcionamiento

Para el funcionamiento de la microempresa se tiene que presentar una serie de requisitos como son:

El registro único de contribuyente (RUC)

Requisitos

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

Patente municipal

Requisitos

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

Permiso de funcionamiento

Requisitos

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

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

En el presente capítulo se encuentra toda la información financiera, como el monto de los recursos que se van a utilizar para la ejecución de

proyecto, es decir activos fijos, diferidos, capital de trabajo, como también los ingresos, los gastos administrativos, gastos de producción, gastos de ventas, los cuales forman parte de la dinámica de la microempresa.

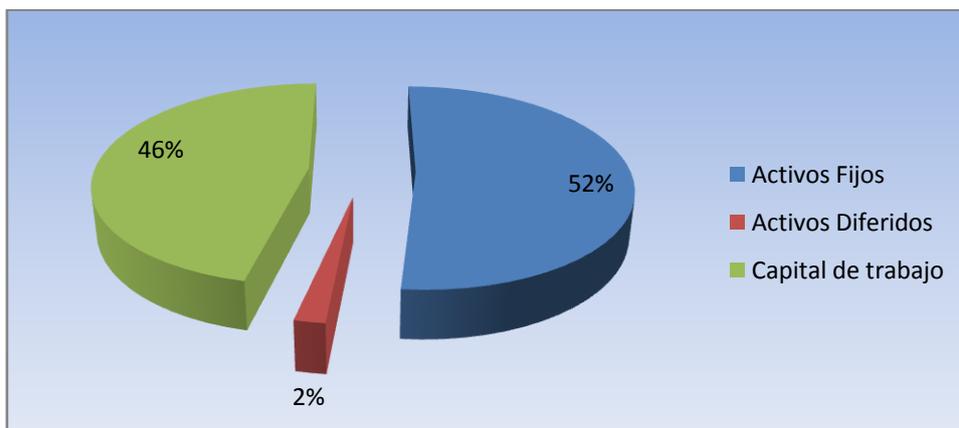
6.1. Estructura de la Inversión.

CUADRO N° 33
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN.

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Activos Fijos	40.768,79
Activos Diferidos	1.550,00
Capital de trabajo	36.765,17
TOTAL	79.084

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO No.22
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN



6.2. Costo de oportunidad y el rendimiento medio

El costo de oportunidad da a conocer el rendimiento de la inversión que se ha hecho es decir puede estar representada por el 30% que en la

actualidad genera un rendimiento financiero del 4,6% y el crédito corresponde al 70% que genera el 15% de interés anual.

CUADRO N° 34
COSTO DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	23.725	30,00	4,60	138,00
Capital Financiado	55.359	70,00	15,00	1.050,00
TOTAL	79.084	100,00	19,60	1.188,00

Elaborado por: La Autora

Coste del capital

$C_k=11,9\%$

El proyecto tiene un rendimiento de por lo menos un 11,9% en caso de ser financiado con una tasa de interés del 15%

Tasa de Rendimiento Medio

$c_k = 11,9\%$
inflación= 4%
$TRM = ((1+c_k)(1+if))-1$
$TRM = 16,36$

TRM = 16,36%

6.3. Presupuesto de Inversiones

Inversión Fija

Para la ejecución del proyecto es necesaria la adquisición de activos fijos indispensables para su realizar en forma eficiente las actividades de la microempresa. A continuación se darán a conocer los más importantes.

Terreno

CUADRO No.35

TERRENO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	m2	10000	1,50	15.000,00
TOTAL				15.000,00

Obra civil

De acuerdo al requerimiento para el desarrollo del proyecto es necesario la construcción de algunas áreas como: área administrativa, bodegas entre las más importantes, para el almacenamiento de la fruta,, para guardar los insumos y herramientas.

CUADRO No.36

INFRAESTRUCTURA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Infraestructura	m2	125	45,00	5.625,00
TOTAL				5.625,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

Vehículo

Para la distribución del producto se debe comprar una camioneta la misma que se utilizara tanto para trasladar los productos como para otras labores necesarias en la microempresa.

CUADRADO No. 37

VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vehículo	1	7.500,00	7.500,00
TOTAL			7.500,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Maquinaria y equipo

Sera necesario adquirir maquinaria y equipo, para la realizar el trabajo agrícola.

CUADRO N° 38

MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de Fumigación a motor	1	780,00	780,00
Carro Transportador	1	250,00	250,00
TOTAL			1.030,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

- **Herramientas agrícolas**

Se necesita contar con todas las herramientas para las labores agrícolas para el proceso productivo.

CUADRO No.39

HERRAMIENTAS Y MATERIALES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Carretilla	1	140,00	140,00
Azadones	20	12,00	240,00
Palas	10	5,00	50,00
Tanque de gas	1	30,00	30,00
Botas	8	14,00	112,00
Rastrillos	12	8,00	96,00
Trinches	12	6,00	72,00
TOTAL			740,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Mueble y enseres

Son los muebles y enseres que corresponde a cada área administrativa, de producción y comercialización de la microempresa.

CUADRO No.40

MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio Modular Pequeño	3	160,00	480,00
Archivador vertical	3	150,00	450,00
Sillas giratorias	3	45,00	135,00
Sillas	10	20,00	200,00
Mesa de madera grande	1	120,00	120,00
TOTAL			1385,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Equipo de computación

La microempresa requiere también de equipos de computación.

CUADRO N° 41
EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador PC	3	890,00	2.670,00
TOTAL			2.670,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

Equipo de Oficina

Entre los equipos de oficina se tenemos impresora y teléfono los cuales son necesarios para las actividades productivas y comerciales de la microempresa.

CUADRO No.42
EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Impresora Multifunción	1	270,00	270,00
Teléfono	1	80,00	80,00
TOTAL			350,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

Plantas de babaco

CUADRO No. 43
CANTIDAD DE PLANTAS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Plantas de babaco	2438	2,15	5241,7
TOTAL			5241,7

CUADRO No.44

RESUMEN DE LA INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Terreno	15.000,00
Infraestructura	5.625,00
Maquinaria y equipo	1.030,00
Herramientas para la producción	740,00
Vehículo	7.500,00
Muebles y enseres	1.385,00
Equipo de computación	2.670,00
Equipo de oficina	350,00
Plantas de babaco	5.241,70
Imprevistos 5%	1.227,09
TOTAL	40.768,79

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

Inversión Diferida

Estos gastos implican los permisos de constitución como patentes, gastos legales y demás permisos de funcionamiento para la gestión de la microempresa.

CUADRO No.45

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR
Permisos de Constitución	250
Estudio de factibilidad	1300
TOTAL	1550

Capital de trabajo

El capital de trabajo es el dinero con el que se cuenta al inicio de las actividades, es decir con el que se trabajara antes de recibir ingresos del proyecto. En este caso está presupuestado para 9 meses.

CUADRO No. 46
CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN		
Materia prima directa	6450,00	
Mano de obra directa	3.420,00	
Materia prima indirecta	300,00	
Mano de obra indirecta	4.835,40	
Otros indirectos	30,00	
Subtotal (CP)		15.035,40
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos	13.346,85	
Suministros de oficina	157,31	
Servicios básicos	288,00	
Servicio de comunicación	333,00	
Mantenimiento Computación	108,00	
Subtotal total (GA)		14.233,16
GASTOS DE VENTAS		
Sueldos	4255,73	
Publicidad	540	
Combustible y mantenimiento	1980	
Subtotal total (GV)		6.775,73
Total		36.044,29
Imprevistos 2%		720,89
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		36.765,17

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

6.4. Ingresos.

Los ingresos de la microempresa están representados por la venta de babaco en unidades.

Partiendo del plan de producción del babaco y tomando en cuenta la cantidad de fruta no apta para venta, el plan de ventas es el siguiente:

CUADRO No.47

INGRESOS

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRODUCCIÓN TOTAL	100%	78016	136528	136528	136528	136528
APTA PARA LA VENTA	85%	66314	116049	116049	116049	116049
NO APTA PARA LA VENTA	15%	11702	20479	20479	20479	20479

El proyecto en el primer año de ventas estará cubriendo aproximadamente el 8% de la demanda insatisfecha.

Proyección de Ingresos

Los ingresos anuales están proyectados según las ventas realizadas por la microempresa cada año.

CUADRO No.48

PROYECCIÓN DE INGRESOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BABACOS EN UNIDADES	66314	116049	116049	116049	116049
PRECIO	1,05	1,09	1,14	1,18	1,23
INGRESOS TOTALES	69629,70	126493,41	132295,86	136937,82	142740,27

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

6.5. Egresos.

Son las erogaciones en efectivo que tendrá que realizar la microempresa en su vida productiva, comercial.

Costos de Producción.

El costo de producción está representado por todos los valores incurridos en el periodo de producción, como materia prima, mano de obra, costos

generales de fabricación, estos rubros crecen en un 4% cada año se según la tendencia inflación de los últimos 5 años.

➤ **Materia Prima Directa.**

os cálculos mensuales se encuentran en los anexos.

CUADRO No. 49
MATERIA PRIMA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Abono orgánico	3500	3640,00	3785,60	3937,02	4094,50
Fertilizantes	2600	2704,00	2812,16	2924,65	3041,63
Insecticidas y fungicidas	2500	2600,00	2704,00	2812,16	2924,65
TOTAL	8600	8944,00	9301,76	9673,83	10060,78

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: La Autora

➤ **Mano de Obra Directa.**

CUADRO No.50
MANO DE OBRA DIRECTA

ACTIVIDAD	DIAS AL AÑO	JORNALES	VALOR DIARIO	VALOR AÑO 1
Trazado	6	6	10	360
Hoyado	10	6	10	600
Plantación	10	6	10	600
Fertilización orgánica	6	6	10	360
Fertilización foliar	6	6	10	360
Deshierba	14	6	10	840
Control de plagas	8	6	10	480
Cosecha y pos cosecha	16	6	10	960
TOTAL				4560

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

CUADRA No.51
COSTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA

ACTIVIDAD	DIAS	JORNALES	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR
-----------	------	----------	-------	-------	-------	-------	-------

	AL AÑO		DIARIO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Trazado							
Hoyado							
Plantación							
Fertilización orgánica	6	6	10,4	374,4	389,38	404,95	421,15
Fertilización foliar	6	6	10,4	374,4	389,38	404,95	421,15
Deshierba	14	6	10,4	873,6	908,54	944,89	982,68
Control de plagas	8	6	10,4	499,2	519,17	539,93	561,53
Cosecha y pos cosecha	48	6	10,4	2995,2	3115,01	3239,61	3369,19
TOTAL				5116,8	5321,472	5534,33088	5755,70

➤ **Costos indirectos de producción**

CUADRO No.52
COSTOS INDIRETOS DE PRODUCCION

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima indirecta					
Cajas	120	124,80	129,79	134,98	140,38
Gavetas	280	291,20	302,85	314,96	327,56
Mano de obra indirecta					
Técnico agrónomo	6447,2	6705,09	6973,29	7252,22	7542,31
Otros					
Pago de agua de riego	40	41,60	43,26	44,99	46,79
TOTAL	6887,20	7162,69	7449,20	7747,16	8057,05

➤ **RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN**

CUADRO No. 53
RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos directos					
Materia prima directa	8600	8944,00	9301,76	9673,83	10060,78
Mano de obra directa	4560	5116,80	5321,47	5534,33	5755,70
Costos indirectos de producción					
Materia prima indirecta	400,00	416,00	432,64	449,95	467,94
Mano de obra indirecta	6447,20	6705,09	6973,29	7252,22	7542,31
Otros	40,00	41,60	43,26	44,99	46,79

TOTAL	20047,20	21223,49	22072,43	22955,32	23873,54
--------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Gastos Administrativos.

Dentro de los gastos administrativos se toma en cuenta el pago de sueldo del personal administrativo, los suministros que se utilizaran en la oficina, mantenimiento del equipo de computación, estos crecen al 4% según la inflación.

➤ **Sueldos Administrativos.**

Es la remuneración que los empleados reciben por el trabajo que realizan en la microempresa demostrando eficiencia y calidad en sus actividades.

CUADRO No.54

SUELDOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrador	7220,10	7508,90	7809,26	8121,63	8446,50
Secretaria	4901,40	5097,46	5301,35	5513,41	5733,94
Contadora	5674,30	5901,27	6137,32	6382,82	6638,13
TOTAL	17795,80	18507,63	19247,94	20017,85	20818,57

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

➤ **Servicios básicos**

CUADRO No.55

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz	240,00	249,60	259,58	269,97	280,77
Agua	144,00	149,76	155,75	161,98	168,46
TOTAL	384,00	399,36	415,33	431,95	449,23

➤ **Servicios de comunicación**

CUADRO No.56
SEVICIOS DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Teléfono	180,00	187,20	194,69	202,48	210,57
Internet	264,00	274,56	285,54	296,96	308,84
TOTAL	444,00	461,76	480,23	499,44	519,42

➤ **Suministros de Oficina.**

Son instrumentos de trabajo que el empleado necesita para realizar sus actividades, ya que la microempresa llevara a cabo diariamente registro de documentos, archivar en orden del cliente, etc.

CUADRO No.57
SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Calculadora	3	15,000	45,000	46,800	48,672	50,619	52,644
Perforadora	2	1,500	3,000	3,120	3,245	3,375	3,510
Grapadora	3	3,250	9,750	10,140	10,546	10,967	11,406
Papel resma	15	3,500	52,500	54,600	56,784	59,055	61,418
Carpetas	30	0,300	9,000	9,360	9,734	10,124	10,529
Esferográfico	10	0,300	3,000	3,120	3,245	3,375	3,510
Tinta impresora	3	15,000	45,000	46,800	48,672	50,619	52,644
Cuaderno	4	1,500	6,000	6,240	6,490	6,749	7,019
Lápiz	10	1,500	15,000	15,600	16,224	16,873	17,548
Borrador	10	0,250	2,500	2,600	2,704	2,812	2,925
Basureros	3	5,000	15,000	15,600	16,224	16,873	17,548
Libretines (facturas)	1	4,000	4,000	4,160	4,326	4,499	4,679
TOTAL			209,75	218,14	226,87	235,94	245,38

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

➤ **Mantenimiento Computación**

CUADRO No.58
MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento computación	144,00	149,76	155,75	161,98	168,46

Elaborado por: La Autora

CUADRO No.59
RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	17795,80	18507,63	19247,94	20017,85	20818,57
Suministros de Oficina	209,75	218,14	226,87	235,94	245,38
Servicios Básicos	384,00	399,36	415,33	431,95	449,23
Servicios de comunicación	444,00	461,76	480,23	499,44	519,42
Mantenimiento Computación	144,00	149,76	155,75	161,98	168,46
TOTAL	18977,55	19736,65	20526,12	21347,16	22201,05

Elaborado por: La Autora

Gastos de Ventas.

En la proyección de los gastos se tomara en cuenta el sueldo en ventas, gasto de publicidad que se realizara para dar a conocer el lanzamiento del nuevo producto, también combustible y mantenimiento del vehículo estos gastos se incrementan en un 4% cada año dependiendo la inflación que se encuentre.

➤ **Sueldo en Ventas.**

CUADRO No.60
SUELDO EN VENTAS.

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
-------------	-------	-----	-----	-----	-----

		2	3	4	5
Agente de ventas	5674,3	5901	6137	6383	6638

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

➤ **Publicidad.**

CUADRO No.61

PUBLICIDAD.

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	720	749	779	810	842

Elaborado por: La Autora

➤ **Combustible Mantenimiento Vehículo.**

CUADRO No. 62

COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO.

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Combustible vehículo	2160,00	2246,40	2336,26	2429,71	2526,89
Mantenimiento vehículo	480,00	499,20	519,17	539,93	561,53
TOTAL	2640,00	2745,60	2855,42	2969,64	3088,43

Elaborado por: La Autora

CUADRO No. 63

RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo en ventas	5674,30	5901,27	6137,32	6382,82	6638,13
Publicidad	720,00	748,80	778,75	809,90	842,30
Combustible y Mantenimiento	2640,00	2745,60	2855,42	2969,64	3088,43
TOTAL	3360,00	3494,40	3634,18	3779,54	3930,72

Elaborado por: La Autora

Gastos Financieros

Para que inicie la microempresa con su trabajo necesita 79084 dólares De los cuales el 30% será capital propio y el 70% es financiado por la El Banco Nacional de Fomento con una tasa de interés 15% a 5 años plazo, amortizables en cuotas anuales.

En los gastos financieros se toma en cuenta los intereses que genera el préstamo que se realiza para la creación de la microempresa.

DATOS

CAPITAL 55.359
 TASA 15,00%
 TIEMPO 5
 CUOTA ANUAL

CUADRO

No.64

TABLA DE AMORTIZACIÓN

PERIODO	CUOTA DE PAGO	INTERES	PAGO AL PRINCIPAL	SALDO INSOLUTO
0				55358,77
1	16.514,38	8.303,82	8.210,57	47.148,20
2	16.514,38	7.072,23	9.442,15	37.706,05
3	16.514,38	5.655,91	10.858,47	26.847,58
4	16.514,38	4.027,14	12.487,25	14.360,33
5	16.514,38	2.154,05	14.360,33	0,00
TOTAL	82.571,91	27.213,14	55.358,77	

CUADRO No.65

GASTOS FINANCIEROS.

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses	8304	7072	5656	4027	2154

Elaborado por: La Autora

Depreciación

Los activos fijos van perdiendo su valor por el uso, para remediar esta pérdida contable se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{costo histórico} - \text{valor residual}}{\text{Vida útil}}$$

CUADRO No.66
DEPRECIACIÓN

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	VR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Infraestructura	5.625,00	281,25	267,1875	267,1875	267,1875	267,1875	267,1875
Maquinaria y Equipo	1.030,00	103	92,7	92,7	92,7	92,7	92,7
Herramientas de producción	740,00	74	66,6	66,6	66,6	66,6	66,6
Muebles y Enseres	1385,00	138,5	124,65	124,65	124,65	124,65	124,65
Equipo de Computación	2.670,00	890,00	593,33	593,33	593,33		
Renovación de equipo de Computación	2.776,80	925,60				617,07	617,07
Equipo de Oficina	350,00	35	31,5	31,5	31,5	31,5	31,5
Vehículo	7.500,00	750	675	675	675	675	675
TOTAL	22.077	3.197	1.851	1.851	1.851	1.875	1.875

Amortización diferida

Los activos diferidos se amortizarán el 20% cada año según la ley.

CUADRO No.67

AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	VALOR INICIAL	AMORTIZACIÓN ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Diferidos	1.550,00	20%	310	310	310	310	310

Resumen de Costos y Gastos

CUADRO No.68
RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de producción	20.047,20	21.223,49	22.072,43	22.955,32	23.873,54
Gastos de Administrativos	18.977,55	19.736,65	20.526,12	21.347,16	22.201,05
Gastos de Ventas	3.360,00	3.494,40	3.634,18	3.779,54	3.930,72
Gastos Financieros	8.303,82	7.072,23	5.655,91	4.027,14	2.154,05
Gasto de Amortización Diferidos	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00
TOTAL	50.998,57	51.836,77	52.198,63	52.419,17	52.469,36

6.6. Estados Proforma.

Balance de Arranque

CUADRO No.69
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVOS CORRIENTE		PASIVOS LARGO PLAZO	
	36.765,17		55.358,77
Caja - bancos	36.765,17	Préstamo por pagar	55.358,77
ACTIVOS FIJOS	40.768,79		
Terreno	15.000,00		
Infraestructura	5.625,00	CAPITAL	23.725,19
Vehículo	7.500,00	Inversión propia	23.725,19
Equipo de Computación	2.670,00		
Equipo de Oficina	350,00		
Equipos y Materiales	1.030,00		
Herramientas de	740,00		

producción					
Muebles y enseres	1.385,00				
Plantas de babaco	5.241,70				
Otros	1.227,09				
ACTIVO DIFERIDO		1.550,00			
Gastos de Constitución	1.550,00				
TOTAL ACTIVOS		79.083,96	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL		79.083,96

Elaborado por: La autora

La microempresa iniciara sus operaciones con 79.083,96 dólares, tanto en activos como en pasivos.

Estado de Resultados

CUADRO No.70
ESTADO DE RESULTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	69.629,70	126.493,41	132.295,86	136.937,82	142.740,27
Costos de Producción	20.047,20	21.223,49	22.072,43	22.955,32	23.873,54
(=)Utilidad Bruta	49.582,50	105.269,92	110.223,43	113.982,50	118.866,73
Gastos Administrativos	18.977,55	19.736,65	20.526,12	21.347,16	22.201,05
Gastos de Venta	3.360,00	3.494,40	3.634,18	3.779,54	3.930,72
Depreciación	1.850,97	1.850,97	1.850,97	1.880,64	1.880,64
Amortización Diferidos	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00
(=)Utilidad Operativa Proyectada	25.083,98	79.877,90	83.902,17	86.665,15	90.544,32
(-)Gastos Financieros	8.303,82	7.072,23	5.655,91	4.027,14	2.154,05

Intereses					
(=) Utilidad neta antes del 15% trabajadores	16.780,16	72.805,67	78.246,26	82.638,02	88.390,27
(-) 15% Prov. Trabajadores	2.517,02	10.920,85	11.736,94	12.395,70	13.258,54
(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos	14.263,14	61.884,82	66.509,32	70.242,31	75.131,73
Impuesto a la renta	3.423,15	14.233,51	14.632,05	15.453,31	16.528,98
Utilidad Neta Proyectada	10.839,99	47.651,31	51.877,27	54.789,00	58.602,75

Elaborado por: La Autora

La utilidad neta proyectada para el primer año es de 10.839,99 dólares.

Flujo de Caja con Protección

En este estado proforma se encuentra registrados los movimientos de efectivo de la microempresa en sus actividades.

CUADRO No.71
FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Inversión Inicial	-79.084					
Ingresos						
(=) Utilidad Neta Proyectada		10.840	47.651	51.877	54.793	58.607
Valor de rescate						3.197
Depreciación		1.851	1.851	1.851	1.875	1.875
(=) Total Ingresos		12.691	49.502	53.728	56.668	63.679
EGRESOS						
Pago al Principal		8.211	9.442	10.858	12.487	14.360
Reinversión					2.777	
(=) Total Egresos		8.211	9.442	10.858	15.264	14.360
(=) FLUJO DE CAJA DE NETO PROYECTADO	-79.084	4.480	40.060	42.870	41.404	49.318

Elaborado por: La Autora

6.7. Evaluación de la Inversión.

Para realizar la evaluación se aplicó los índices clásicos que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo.

Valor Actual Neto.

CUADRO No.72
VALOR ACTUAL NETO.

AÑO	FL NETOS	FL ACTUAL 16,36%
0	-79083,96	-79083,96
1	4480,39	3850,46
2	40060,13	29587,27
3	42869,77	27210,72
4	41403,60	22585,16
5	49318,41	23120,14
	VAN	27270

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: La Autora

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

$$VAN=27.270$$

El VAN es el valor del dinero en tiempo real, para el proyecto en estudio es de 27.270. Dólares lo que se determina que es factible.

Tasa Interna de Retorno

CUADRO No.73
TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	FL NETOS	FLUJO 16,36%	FLUJO 28%
0	-79083,96	-79083,96	-79083,96
1	4480,39	3850,46	3500,30
2	40060,13	29587,27	24450,76
3	42869,77	27210,72	20441,90
4	41403,60	22585,16	15424,04
5	49318,41	23120,14	14353,55
VAN		27269,79	-913,41

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La Autora

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

$$TIR = 16,36 + (28 + 16,36) \frac{2729,79}{27269,79 - (-913,41)}$$

TIR = 27,53%

La Tasa Interna de Retorno que se tiene indica la rentabilidad del proyecto en este caso del 27,53%, por tanto el proyecto se lo considera factible.

Periodo de Recuperación de la Inversión

➤ PRI con valores corrientes

CUADRO No.74
PRI CON VALORES CORRIENTES

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	79.084	4.480,39	4.480,39	1	AÑO
2		40.060,13	40.060,13	2	AÑO
3		42.869,77	34.543,44	9	MESES

Elaborado por: La Autora

La inversión se recupera en 2 años, 9 meses.

➤ PRI con valores constantes

CUADRO No.75
FLUJOS DESCONTADOS

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR	FLUJO DEFLACTADO
1	4.480,39	0,86	3.850,46
2	40.060,13	0,74	29.587,27
3	42.869,77	0,63	27.210,72
4	41.403,60	0,55	22.585,16
5	49.318,41	0,47	23.120,14

Elaborado por: La Autora

CUADRO No.76
PRI CON VALORES CONSTANTES

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	79.083,96	3.850,46	3.850,46	1	AÑO
2		29.587,27	29.587,27	2	AÑO
3		27.210,72	27.210,72	3	AÑO
4		22.585,16	18.435,51	9	MESES

Elaborado por: La Autora

Con los flujos deflactados la inversión se recupera en 3 años, 9 meses.

Beneficio Costo.

CUADRO No.77
BENEFICIO COSTO.

AÑOS	FNE	Tasa redescuento
		0,1636
1	4.480	3.850
2	40.060	29.587
3	42.870	27.211
4	41.404	22.585
5	49.318	23.120
SUMAN...		106.354

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: La Autora

$$C/B = \frac{\sum \text{FNE ACTUALIZADOS}}{\text{INVERSIÓN}}$$

$$B/C = \frac{106.354}{79.084}$$

$$\mathbf{B/C = 1,34}$$

Este análisis indica que por cada dólar invertido en el proyecto generará 0,34 dólares adicionales.

Punto de Equilibrio del Proyecto

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

$$PEP = \frac{\text{Inversión Fija} + \text{Costos Fijos}}{PV_u - CV_u}$$

Inversión Fija = 40.769
Costos F = 30.951

Precio de Venta = 1,05
 Costo de venta = 0,30

$$PEP = \frac{40.769 + 30.951}{1,05 - 0,30}$$

PE= 95.922 Unidades

El punto de equilibrio del proyecto indica que la microempresa necesita vender 95.922 unidades de babaco, para comenzar a recuperar los activos fijos y costos fijos.

Sensibilidad del proyecto

- *Disminuyendo las ventas en un 10% tenemos los siguientes resultados:*

CUADRO No.78
SENSIBILIDAD ESCENARIO UNO.

AÑO	FL NETOS	FLUJO 16,36%	FLUJO 18%
0	-79084	-79084	-79084
1	-18	-15	-15
2	31781	23473	22825
3	34099	21643	20753
4	32325	17633	16673
5	39855	18684	17421
VAN		2333	-1427

Fuente: Flujo de caja
 Elaborado por: La Autora

TIR =17,36%

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

- **Disminuyendo las ventas en un 11% tenemos los siguientes resultados:**

CUADRO No.79
SENSIBILIDAD ESCENARIO DOS

AÑO	FL NETOS	FLUJO 16,36%	FLUJO 17%
0	-79084	-79084	-79084
1	-467	-402	-400
2	30953	22861	22612
3	33221	21087	20742
4	31417	17137	16766
5	38908	18240	17747
VAN		-160	-1617

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: La Autora

TIR = 15,88%

Al disminuir los ingresos en un 11% el proyecto es riesgoso, ya que el TIR se encuentra en condiciones inaceptables.

CUADRO No.80
RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

ÍNDICE EVALUADOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM =		16,36%	
VAN =	$VAN > 0$	27.270	Aceptable
TIR % =	$TIR > TRM$	27,53%	Aceptable
Sensibilidad -10% en ventas	TIR	17,36%	Aceptable
Sensibilidad -11% en ventas	TIR	16,29%	No se acepta
PRI con valores corrientes		2,9	Años muy bueno
PRI con valores constantes		3,9	Años bueno
B/C =	$R B/C > 1$	1,34	Aceptable

Fuente: Evaluación financiera
Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

Es fundamental realizar el análisis de los impactos que genera la creación de la nueva microempresa, para ello se considera aplicar la tabla para calificar el impacto que ocasiona cada uno de ellos.

CUADRO No. 81
MATRÍZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS

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

Fuente: Bibliográfica
Elaborado por: La autora

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

7.1. IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

CL. No. 82

IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Nivel de ingresos						X		2
Nuevas fuentes de trabajo.							X	3
Creación de proyectos alternativos							X	3
TOTAL						2	6	8

Fuente: Bibliográfica

Elaborado por: La autora

$$NI(\text{SOCIOECONÓMICO}) = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NUMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{8}{3}$$

$$NI = 2,6$$

ANÁLISIS

Se determina que el impacto socio-económico tiene un nivel alto positivo, que benefician al sector por varias razones como: el generar nuevas fuentes de trabajo donde los jefes de cada familia ya no tendrá la necesidad de migrar a otros lugares por trabajo, permitiendo así mejorar los ingresos de los habitantes y brindando una mejor calidad de vida para cada uno de ellos, de igual manera el crear esta microempresa incentiva a generar nuevas ideas de trabajo lo que sería beneficioso para el sector.

7.2. IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO No. 83
IMPACTO AMBIENTAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Trabajo sin tóxicos							X	3
Producción natural							X	3
Salud humana							X	3
Contaminación del ambiente					X			1
TOTAL					1		9	10

Fuente: Bibliográfica

Elaborado por: La autora

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

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

$$NI = 2,5$$

ANÁLISIS

De acuerdo al análisis realizado al impacto ambiental se determina que presenta un nivel alto positivo, porque la nueva microempresa contara con todas las medidas de seguridad que controlen y eviten la mala utilización de desperdicios tóxicos que perjudican al medio ambiente y a la salud humana,

7.3. IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO No. 84
IMPACTO EMPRESARIAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Asociación de nuevas personas							X	3
Agrupación económicamente activa							X	3
Generación de recursos propios							X	3
TOTAL							9	9

Fuente: Bibliográfica

Elaborado por: La autora

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

$$NI = \frac{9}{3}$$

$$NI = 3$$

ANÁLISIS

El impacto empresarial genera un nivel alto positivo, porque la creación de la microempresa de producción y comercialización de babaco es una ventaja que ayuda al crecimiento del sector generando nuevas ideas e incentivando a las personas para que creen nuevas asociaciones y que trabajen en equipo y puedan generar nuevos ingresos para sus familias y mejoren la estabilidad económica tanto para las familias como para el sector.

7.4. IMPACTO GENERAL

CUADRO No. 85
IMPACTO GENERAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto Socio-Económico							X	3
Impacto Ambiental							X	3
Impacto Empresarial							X	3
TOTAL								9

Fuente: Bibliográfica

Elaborado por: La autora

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

$$NI = \frac{9}{3}$$

$$NI = 3$$

ANÁLISIS

El análisis de la matriz de impactos general, concluye que la creación de la microempresa va a generar efectos positivos que benefician tanto a los habitantes del sector como al mismo, los impactos que presenta no son perjudiciales más bien están encaminados a busca nuevas soluciones al problema que en la actualidad se hace presente como es la falta de empleo en el Ecuador.

CONCLUSIONES

De acuerdo a lo investigado en cada uno de los capítulos, se a llegado a conocer la factibilidad del proyecto y las oportunidades que tiene en el mercado el proyecto “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BABACO EN LA PARROQUIA SAN ANTONIO PROVINCIA DE IMBABURA”

1. En el análisis del diagnostico se determino que el sector es idóneo para el cultivo de babaco porque tiene una serie de ventajas que favorecerá al producto y a su comercialización.
2. Con el estudio de mercado realizado se conoce que el babaco tiene oportunidades en el mercado ya que esta fruta es muy escaza, muchas veces viene el producto de otros lugares para cubrir la demanda, entonces se considera factible desarrollar el proyecto.
3. Con las estrategias aplicadas en su comercialización el producto no tardara en llegar a tener un mercado fijo y estable, no tendrá la necesidad de buscar consumidores ni intermediarios que los compren directamente se lo entrega al consumidor final.
4. Se concluye además con la aplicación de los evaluadores financieros que la inversión en el proyecto se recupera en un tiempo corto porque se obtendrá buenas utilidades y se mantendrá el producto por mucho tiempo en el mercado.

RECOMENDACIONES

1. El generar una nueva idea y compartirla es importante porque se incentiva a las personas a buscar nuevas opciones de trabajo que permitan obtener ingresos y también cubrir las necesidades del mercado y de sus consumidores.
2. Se debe explicar las estrategias más importantes para lanzar el producto al mercado, dando a conocer los beneficios que brinda y sus componentes nutricionales, de igual manera se debe aplicar los mecanismos necesarios para facilitar la comercialización del producto.
3. Una de las estrategias que los productores de babaco deben aplicar es unirse a las organizaciones de productores y negociar convenios en donde les compren el producto directamente y que no intervengan los intermediarios para que las ganancias queden completamente para ellos.
4. También se debe considerar que en la microempresa debe existir un constante control de los movimientos que se vayan realizando cada día, como también medir en qué nivel se está logrando alcanzar los objetivos planteados por los inversionistas.

BIBLIOGRAFÍA

Alarcón B, Pedro, (2002) Industrialización del Babaco, Primera edición, Editora palomino, Lima-Perú.

BACA, Urbina Gabriel, Año 2006, Evaluación de PROYECTOS, Quinta edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C. V., México, D. F.

BRIGHAN, Eugene. Y HOUSTON Joel. (2005). Fundamentos de Administración Financiera, Decima Edición, Thomson Editores, México.

CARRANCO José, (2002) Comercialización del Babaco, primera edición, Editora universitaria UTA, Ambato.

CÉSPEDES, S. Alberto, (2005) *Principios de Mercadeo* Cuarta Edición, Ecoe Ediciones. Colombia.

CHARLES W. Lamb, (2006) Marketing Octava Edición Thomson - México.

CHILQUINGA, Manuel, (2004) Costos por Órdenes de Producción, Ecuador

CORDOBA, Marcial. (2006) Formulación y Evaluación de Proyectos. Primera Edición, Ecoe Ediciones, Colombia.

DÍAZ, M. Ángel. (2008) *David y Goliat Iniciación del Proyecto*. Primera Edición, Grupo Editor Alfaomega. México.

DIAZ, Eduarda (2002) , Manejo Agronómico del Babaco, Segunda edición, Editorial McGraw-hill INTERAMERICANA, S.A., Colombia.

FAJARDO J. Daniel (2003) Tratamiento de post-cosecha del Babaco, Primera Edición, Ecoe Ediciones, Colombia.

FONTAINE R. Ernesto, (2008) *Evaluación Social de Proyectos*, Decimotercera Edición, Editorial PEARSON.

FLORES U. Juan, (2007) *Proyectos de Inversión para las PYMES Creación de Empresas*, Primera Edición, Editorial Ecoe Ediciones Ltda. Colombia.

FRACÉS, Antonio. (2006) *Estrategias y Planes para la Empresa*, Primera Edición, Pearson Educación, México.

GITMAN, Laurence J. (2007) *Principios de Administración financiera*. Decimo Primera Edición, Pearson Educación, México.

JÁCOME Walter (2005) *Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión* – CUDIC Editorial Universitaria –Ibarra Ecuador

KOMIYA S. Raúl (2004) *Marketing para PYMES* Primera Edición, Editora Palomino. Perú.

KOTLER, Philip. (2008) *Principios de Marketing*. Doceava Edición, Prentice Hall, México.

MONTAÑO, S. Francisco. A., Año 2005, *Mercadotecnia, Investigación y Análisis para el éxito*, Primera edición, Editorial TRILLAS, S.A. de C.V., México, D.F.

MONTEROS Edgar (2005) *Manual de Gestión Microempresarial* Editorial Universitaria. Ecuador.

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007) *Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión*, Primera Edición, Editorial Trillas. México.

ROMERO Javier, (2006) *Principios de Contabilidad*, Tercera Edición Editorial McGraw-Hill Interamericana México.

SAPAG, CH. Nassir, Año 2007, *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación*, Primera edición, Editorial Pearson Educación de México S.A. de C.V., México.

STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J., Año 2007, Fundamentos de Marketing, Decimocuarta edición en español, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C. V., México, D. F.

ZAPATA, Sánchez Pedro, Año 2008, Contabilidad general, Sexta edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.

INIAP ING. Rosales Javier (2006) Manual de cultivo del Babaco Ecuador.

LINCOGRAFÍA

<http://www.esmas.com/emprendedores/startups/comohacerestudios/4009>

<http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>

<http://www.gestiopolis.com/recursos3/docs/mar/estmktpref.htm>

<http://www.condesan.org/memoria/ecuador99.htm>

www.inec.ec

www.iniap-ecuador.gov.ec/

www.babaco.com/

www.crfq.org/pubs/ff/babaco.html -

ANEXOS

ANEXO A



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

RESULTADO DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE SAN ANTONIO.

1. ¿Qué tipo de productos cultiva usted?

- Hortalizas
- Gramíneas
- Cereales
- Tubérculos
- Frutas
- Otros

2. ¿Cuál es el área de terreno que posee?

- Menos de $\frac{1}{4}$ de hectárea
- De $\frac{1}{4}$ a 1
- De 2 a 4 hectáreas
- Más de 4 hectáreas

3. ¿Cultiva usted babaco?

- Si
- No

4. ¿Con que fines cultiva el babaco?

- Comerciales
- Consumo
- Otros

5. ¿Cuál es la producción del babaco mensualmente

- Menos de 10 kilos
- Entre 11 y 20 kilos
- Entre 21 y 30 kilos
- Más de 30 kilos

- 6. Considera apropiado el clima para el cultivo de esta fruta**
Si
No
Porque
- 7. Considera rentable la producción del babaco**
Muy rentable
Rentable
Poco rentable
- 8. Cuál es el factor que impide el cultivo del babaco a gran escala**
Mercado
Inversión
Conocimiento
Otras
- 9. Cuál es el destino de la producción**
Local
Regional
Nacional
- 10. Forma parte de alguna asociación**
Si
No
Cual
- 11. Ha recibido capacitación para el cultivos de sus productos**
Si
No

ANEXO B



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES FAMILIARES DE LA CIUDAD DE IBARRA.

11. ¿Usted tiene conocimiento sobre el valor nutritivo del babaco?

Si

No

12. ¿Consume en forma frecuente el babaco como parte de su alimentación diaria?

Si

No

13. ¿En qué forma le gustaría consumir el babaco?

Natural

Conservas

Otros

14. ¿Con que frecuencia adquiere el babaco en el mercado?

Diariamente

Semanalmente

Mensualmente

15. ¿Qué cantidad consume?

Una unidad por semana

Dos unidades por semana
Tres unidades por semana

16. ¿Cual presentación prefiere en la compra del babaco?

Por unidades
Por kilos

17. ¿Dónde prefiere comprar la fruta?

Supermercados
Tiendas
Mercados populares

18. ¿Cómo considera el precio actual del babaco?

Altos
Medios
Bajos

19. ¿Si la fruta cumple sus expectativas estaría dispuesto en aumentar el periodo de consumo?

Si
No

20. ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría conocer al babaco?

Prensa
Radio
Televisión
Trípticos

ANEXO C

ANÁLISIS DE COSTOS MENSUALES

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	20	240
Agua	12	144
TOTAL		384

Servicio de comunicación

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Teléfono	15	180
Internet	22	264
TOTAL		444

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	12	144
TOTAL		144

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad	60	720
TOTAL		720

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Combustible vehículo	180	2160
Mantenimiento vehículo	40	480
TOTAL		2640

ANEXO ROL DE PAGOS D

SUELDO BÁSICO 264
 APORTE
 PATRONAL 12,15%

N° EMPLEADOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO IV SUELDO	DÉCIMO III SUELDO	APORTE PATRONAL 12,15%	FONDO RESERVA	TOTAL
1	Administrador	450	5400	264	450	656,1	450	7220,1
1	Secretaria	300	3600	264	300	437,4	300	4901,4
1	Contadora	350	4200	264	350	510,3	350	5674,3
1	Técnico Agrónomo	400	4800	264	400	583,2	400	6447,2
1	Agente de ventas	350	4200	264	350	510,3	350	5674,3

ANEXO E PROYECCIÓN DE LA INFLACIÓN

	AÑOS	INFLACIÓN	
1	2006	2,87	
2	2007	3,32	1,16
3	2008	8,83	2,66
4	2009	4,31	0,49
5	2010	3,33	0,77
	2011	4,23	1,27