



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ECONOMÍA MENCIÓN  
FINANZAS**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA AGRÍCOLA COMUNITARIA PRODUCTORA Y  
COMERCIALIZADORA DE FRUTAS Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS  
AGROPECUARIOS EN LA PARROQUIA PIARTAL, CANTÓN  
MONTUFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN  
ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS**

**AUTOR: CHALACÁN E, Omar**

**DIRECTOR: ING. MERIZALDE, Carlos**

**Ibarra, Octubre, 2012**

## RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo de investigación tiene como objetivo principal la creación de una microempresa agrícola comunitaria productora y comercializadora de frutas en la parroquia Piartal, cantón Montufar, provincia del Carchi. Objetivo que se consiguió a través de un diagnóstico situacional del sector en donde se implantará la nueva unidad productiva, por lo que se llegó a la conclusión de que las condiciones ambientales y sociales son propicias para seguir con el proyecto, en segundo lugar se procedió a realizar el marco teórico el cual se sustenta las bases de la investigación. El estudio de mercado ayudó a determinar la oportunidad de producir este producto ya que debido a la escasa oferta y a la gran demanda, el comercializar estos productos significa expectativas muy favorables.

En el estudio técnico se determinó la localización, la tecnología, la mano de obra, etc. de la nueva unidad productiva, de la misma forma se determinó la estructura orgánica-funcional de la microempresa. El estudio económico financiero ayudó a determinar la factibilidad económica para operar, para esto fue necesario calcular indicadores financieros como el VAN y el T.I.R. En lo que tiene que ver con los impactos el proyecto tiene un impacto general medio positivo, lo que quiere decir que la creación de la microempresa es beneficiosa.

La nueva unidad productiva ayudará al desarrollo del sector, puesto que las integrantes de la Asociación de Mujeres “8 de Marzo” tendrán un sustento económico para sus familias.

## **SUMMARIZE EXECUTIVE**

The investigation work has as main objective the creation of a company agricultural community producer and trade of fruits in the parish Piartal, canton Montufar, and country of the Carchi. Objective that was gotten through an diagnose situational of the sector where the new productive unit was implanted, for what you reaches the conclusion that the environmental and social conditions are favorable to continue with the project, in second place you proceeded to carry out the theoretical mark which sustains the bases of our investigation. The market study helped to determine the opportunity to produce this product since due to the scarce offer and to the great demand, marketing these products means us very favorable expectations.

In the technical study the localization, the technology, the manpower was determined, etc. of the new productive unit, of the same one is formed I determine the organic-functional structure of the company. The study economic financier helped to determine the economic feasibility to operate, for this it was necessary to calculate financial indicators as the V.A.N and the T. I. R. In what has to do with the impacts the project he/she has a half positive general impact, what means that the creation of the company is beneficial.

The new productive unit helped to the development of the sector, since the members of the association of women "8 De Marzo" have an economic sustenance for its families.

## AUTORÍA

Yo, Omar Iván Chalacán Erazo, portador de la cédula de ciudadanía Nro. 040166216-8, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA AGRÍCOLA COMUNITARIA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE FRUTAS Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS AGROPECUARIOS EN LA PARROQUIA PIARTAL”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

.....  
Sr. Omar Iván Chalacán Erazo

C.C. 040166216-8

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el egresado Omar Iván Chalacán Erazo para optar por el Título de INGENIERO EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA AGRÍCOLA COMUNITARIA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE FRUTAS Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS AGROPECUARIOS EN LA PARROQUIA PIARTAL,”**. Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 26 días del mes de junio del 2012.

.....  
Ing. Carlos Merizalde Leiton

C.C. 100163565-3



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Omar Iván Chalacán Erazo, con cédula de identidad Nro. 040166216-8, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado: “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de frutas en la parroquia Piartal, cantón Montufar, provincia del Carchi”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada.

En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

.....  
Omar Iván Chalacán Erazo  
C.C.: 040166216-8

Ibarra, a los 26 días del mes de junio 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, determino 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 PERSONALES		
CÉDULA DE IDENTIDAD	040166216-8	
APELLIDOS Y NOMBRES	Omar Iván Chalacán Erazo	
DIRECCIÓN	Barrio el olivo, calle Nelson Dávila s/n	
EMAIL	<a href="mailto:omarivan307@gmail.com">omarivan307@gmail.com</a>	
TELEFONO FIJO	TELÉFONO MÓVIL	085307755

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO	“ Estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa agrícola comunitaria productora y comercializadora de frutas y prestación de servicios agropecuarios en la parroquia Piartal, ”
AUTOR (ES)	Omar Iván Chalacán Erazo
FECHA	26/06/2012
PROGRAMA	PREGRADO POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA	Ingeniero en Economía Mención Finanzas
ASESOR/DIRECTOR	Ing. Carlos Merizalde L.

## **2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

Yo, Omar Iván Chalacán Erazo, con cédula de ciudadanía Nro. 040166216-8, en calidad de autor (a) (es) y titular (es) 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**

El (La) autor (a) (es) manifiesta (n) 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 (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra a los 26 días del mes de junio del 2012.

**EL AUTOR:**

**ACEPTACIÓN:**

.....

Omar Iván Chalacán Erazo

C.C.: 040166216-8

.....

Lic. Ximena Vallejos

JEFA DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución del Concejo Universitario

---

## DEDICATORIA

*Este trabajo está dedicado al gran esfuerzo  
de mis padres que han luchado día a día  
para que yo salga adelante.*

*A mis hermanos que han sido la fuerza  
moral, en especial a mis hermanas Mayra y  
Rocío por el apoyo incondicional que me  
brindaron.*

*A mis amigos que han compartido  
momentos inolvidables.*

OMAR CHALACÁN

## *AGRADECIMIENTO*

*A Dios por ser la fortaleza espiritual que me ha acompañado en cada momento de mi vida.*

*A mis padres Luis Chalacán y Mariana Erazo por ser las bases fundamentales de mi vida.*

*A mis hermanos especialmente a Mayra y Rocío por el apoyo invaluable.*

*A la Universidad Técnica del Norte y mis catedráticos por impartir sus conocimientos que fueron fundamentales en la consecución de este trabajo.*

*Un agradecimiento especial al Ing. Carlos Merizalde por el asesoramiento técnico para la realización de este trabajo.*

*A mis amigos, compañeros y a todas las personas que creyeron en mi.*

*OMAR CHALACÁN*

## PRESENTACIÓN

El proyecto comprende la creación de una microempresa comunitaria productora y comercializadora de frutas en la parroquia Piartal, cantón Montufar, Provincia del Carchi, cuya misión es “Producir y comercializar frutas sanas y de buena calidad, encaminadas a satisfacer las necesidades y exigencias de los consumidores, con precios competitivos y siempre comprometidos con la preservación del medio ambiente.”

El proyecto está estructurado por seis capítulos: Diagnóstico situacional, marco teórico, estudio de mercado, estudio técnico y estructura organizacional, estudio económico financiero y estudio de impactos.

**Capítulo I Diagnóstico Situacional.-** En el diagnóstico se ha realizado una investigación de la situación actual del sector, con el soporte de objetivos, variables e indicadores que con la ayuda de encuestas dirigidas a los pobladores se determinaron las condiciones favorables que significan el sector para la creación de la nueva unidad productiva.

**Capítulo II Marco Teórico.-** El marco teórico abarca todo lo referente al sustento teórico con la que tiene que ver con definiciones, conceptos y clasificaciones de términos muy importantes en la investigación. Los cuales fueron recopilados y analizados en las diferentes fuentes bibliográficas.

**Capítulo III Estudio de Mercado.-** El estudio de mercado contiene la identificación del producto conociendo sus principales características, seguido se realizó el análisis de la demanda, oferta y sus proyecciones a fin de determinar el balance oferta-demanda, también se analizó el

comportamiento de los precios. Este estudio es una base fundamental para determinar la oportunidad para seguir con el proyecto.

**Capítulo IV Estudio Técnico y Orgánico-Funcional.-** En lo que tiene que ver con el estudio técnico y estructura orgánico-funcional que abarca lo referente a la microlocalización, macro localización, estructura física, procesos de producción, requerimientos de personal, etc. y a la organización funcional de la unidad productiva. Que viene a ser una parte fundamental en el desarrollo del proyecto.

**Capítulo V Estudio Financiero.-** En el estudio Económico-Financiero hace hincapié del total de inversión requerida, los gastos generales, las proyecciones de ventas y costos de producción. Generando datos necesarios para constituir estados financieros que permitan evaluar la viabilidad mediante el cálculo de los indicadores de rentabilidad como son el VAN y el TIR.

**Capítulo VI Análisis de Impactos.-** El último capítulo de este trabajo se refiere al análisis de impactos que tendrá este proyecto, los impactos analizados son: económico, educativo, social, ético.

Al final del trabajo de investigación se realiza conclusiones del mismo con sus respectivas recomendaciones.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada.....	i
Resumen ejecutivo.....	ii
Summarize Executive.....	iii
Autoría.....	iv
Certificación del tutor.....	v
Cesión de derechos de autor del trabajo de grado a favor de la Universidad Técnica del Norte.....	vi
Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad Técnica del Norte.....	vii
Dedicatoria.....	x
Agradecimiento.....	xi
Presentación.....	xii
Índice de contenido.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	23

## CAPÍTULO I

<b>1. DIAGNÓSTICO .....</b>	<b>28</b>
<b>1.1. ANTECEDENTES DEL DIAGNÓSTICO .....</b>	<b>28</b>
<b>1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO .....</b>	<b>30</b>
<b>1.2.1. Objetivo General .....</b>	<b>30</b>
<b>1.2.2. Objetivos específicos.....</b>	<b>30</b>
<b>1.3. VARIABLES DEL DIAGNOSTICO.....</b>	<b>30</b>
<b>1.4. INDICADORES .....</b>	<b>31</b>
<b>1.5. MATRIZ RELACIÓN .....</b>	<b>31</b>
<b>1.6. MECÁNICA OPERATIVA.....</b>	<b>32</b>
<b>1.6.1. Determinación de la población .....</b>	<b>33</b>
<b>1.6.2. Determinación de la muestra .....</b>	<b>33</b>
<b>1.6.3. Información primaria.....</b>	<b>34</b>
<b>1.6.4. Información secundaria.....</b>	<b>35</b>

1.7.	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN.....	40
1.7.1.	Análisis de los ingresos y gastos en la siembra de una hectárea de papas. 40	
1.7.2.	Encuesta realizada a los pobladores del sector.....	43
1.7.3.	Entrevista a una autoridad de la Junta Parroquial de Piartal. ....	55
1.8.	DETERMINACIÓN DE LA SITUACIÓN DEL CONTEXTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	57

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

2.1.	Desarrollo comunitario.....	59
2.1.1.	Empleo .....	59
2.1.2.	Educación.....	60
2.1.3.	Salud .....	60
2.1.4.	Servicios básicos .....	61
2.2.	DESARROLLO SOCIOECONÓMICO .....	61
2.2.1.	Crecimiento económico.....	62
2.2.2.	Participación comunitaria .....	62
2.3.	EMPRESA.....	63
2.3.1.	Microempresa .....	63
2.3.2.	Importancia de la microempresa en el ecuador .....	64
2.3.3.	Clasificación de la microempresa .....	64
2.3.4.	Objetivos de la microempresa .....	65
2.3.5.	Características principales de la microempresa .....	66
2.3.6.	Ventajas de la microempresa.....	67
2.3.7.	Desventajas de la microempresa .....	68
2.4.	MICROEMPRESA COMUNITARIA.....	68
2.4.1.	Cooperativismo.....	69
2.4.2.	Organización .....	69
2.5.	PRODUCTOS TRADICIONALES .....	70
	En la página web <a href="http://www.ruralfinace.com">www.ruralfinace.com</a> manifiesta que: .....	70
2.5.1.	Producción y mercado.....	70
2.5.2.	El mercado.....	75

## CAPÍTULO III

### 3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	77
3.2.	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	77
3.2.1.	Objetivo general.....	77
3.2.2.	Objetivos específicos.....	77
3.3.	IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	78
3.3.1.	Características .....	78
3.3.2.	Productos sustitutos.....	81
3.3.2.1.	Las fresas y frutillas .....	81
3.4.	ESTRUCTURA DEL MERCADO. ....	81
3.4.1.	Monopolio.....	81
3.4.2.	Oligopolio .....	81
3.4.3.	Competencia perfecta. ....	82
3.5.	INVESTIGACIÓN .....	82
3.5.1.	Segmentación .....	82
3.5.2.	Marco muestral o universo.....	82
3.5.3.	Tamaño de la muestra.....	83
3.5.4.	Metodología de investigación de campo.....	84
3.5.5.	Resultados de encuestas y entrevistas aplicadas.....	84
3.6.	ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	115
3.6.1.	Factores que la afectan.....	115
3.6.2.	Análisis de la demanda.....	116
3.6.2.1.	Demanda de la Mora .....	116
3.6.3.	Proyección de la demanda.....	118
3.7.	ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE OFERTA .....	119
3.7.1.	Factores que la afectan.....	119
3.7.2.	Análisis de la oferta.....	120

3.7.3.	Proyección de la oferta .....	122
3.8.	<b>DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.</b> .....	123
3.8.1.	Demanda Insatisfecha de la mora .....	123
3.8.2.	Demanda insatisfecha de la uvilla.....	124
3.9.	<b>ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE PRECIOS</b> .....	124
3.10.	<b>ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD DEL PRODUCTO</b> .....	125
3.10.1.	Canales de distribución .....	125
3.10.2.	Presentación y calidad del producto.....	126
3.10.3.	Promoción y publicidad .....	126
3.10.4.	Flyres y Banner .....	127
3.11.	<b>CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO.</b> .....	128

## **CAPÍTULO IV**

4.	<b>ESTUDIO TÉCNICO Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA-FUNCIONAL.</b> .....	129
4.1.	<b>ESTUDIO TÉCNICO</b> .....	129
4.1.1.	Localización del proyecto .....	129
4.1.2.	Tamaño del proyecto .....	132
4.1.3.	Diagramas de procesos .....	135
4.1.4.	Infraestructura y equipamiento.....	139
4.1.5.	Presupuesto técnico e inversiones requeridas .....	142
4.1.6.	Resumen de inversiones fijas, variables y diferidas .....	147
4.2.	<b>ESTRUCTURA ORGANIZATIVA-FUNCIONAL</b> .....	147
4.2.1.	La microempresa .....	147
4.2.2.	Elementos estratégicos .....	148
4.2.3.	Estructura organizacional .....	151
4.2.3.1.	Organigrama estructural .....	151
4.2.4.	Estructura funcional.....	152

## **CAPÍTULO V**

5.	<b>ESTUDIO FINANCIERO</b>	
5.1.2.	Capital de trabajo.....	155

5.2.	<b>DETERMINACIÓN DE INGRESOS.....</b>	<b>158</b>
5.2.1.	Volumen de producción proyectado.....	158
5.2.2.	Proyección de precios .....	159
5.2.3.	Ingresos proyectados .....	160
5.3.	<b>DETERMINACIÓN DE EGRESOS.....</b>	<b>160</b>
5.3.1.	Costos de producción.....	160
5.3.2.	Gastos Administrativos .....	162
5.3.3.	Gastos de ventas .....	164
5.3.4.	Gastos financieros .....	165
5.3.5.	Depreciaciones .....	166
5.3.6.	Proyecciones de costos y gastos .....	166
5.4.	<b>ESTADOS FINANCIEROS.....</b>	<b>171</b>
5.4.2.	Estado de pérdidas y ganancias .....	172
5.4.3.	Flujo de caja .....	173
5.5.	<b>EVALUACIÓN FINANCIERA .....</b>	<b>174</b>
5.5.1.	Tasa de descuento.....	174
5.5.2.	Valor actual neto (VAN).....	175
5.5.3.	Tasa interna de rendimiento (TIR).....	176
5.5.4.	Costo / Beneficio .....	177
5.5.5.	Periodo de recuperación .....	178
5.5.6.	Punto de equilibrio .....	179

## **CAPÍTULO VI**

### **6. IMPACTOS**

6.1.	<b>MATRIZ DE VALORACIÓN .....</b>	<b>182</b>
6.2.	<b>IMPACTO SOCIAL .....</b>	<b>183</b>
6.3.	<b>IMPACTO ECONÓMICO .....</b>	<b>185</b>
6.4.	<b>IMPACTO AMBIENTAL .....</b>	<b>187</b>
6.5.	<b>IMPACTO ÉTICO .....</b>	<b>189</b>
6.6.	<b>IMPACTO EMPRESARIAL .....</b>	<b>191</b>
6.7.	<b>IMPACTO GENERAL .....</b>	<b>192</b>

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones.....	196
Recomendaciones.....	196
Bibliografía.....	201
Linkografía.....	203

## ANEXOS

<b>ANEXO N° 1:</b> Encuesta dirigido poblador de la parroquia.....	203
<b>ANEXO N° 2:</b> Entrevista realizada a un vocal de la junta parroquial de Piartal.....	206
<b>ANEXO N° 3:</b> Encuesta dirigida a las familias del cantón Montufar.....	209
<b>ANEXO N° 4:</b> Encuesta dirigida a productores .....	211
<b>ANEXO N° 5:</b> Encuesta dirigida a los comerciantes de frutas.....	212
<b>ANEXO N° 6:</b> Entrevista dirigida a un técnico en agronomía.....	212

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro n°1.1	Indicadores.....	32
Cuadro n° 1.2	Matriz relación.....	32
Cuadro n° 1.3	Distribución de la muestra.....	35
Cuadro n° 1.4	Ramas de actividad.....	36
Cuadro n° 1.5	Productos principales.....	37
Cuadro n° 1.6	Tenencia de terrenos.....	38
Cuadro n° 1.7	Extensión de terrenos.....	38
Cuadro n° 1.8	Forma de comercializar.....	39
Cuadro n° 1.9	Lugar de comercialización.....	39
Cuadro n° 1.10	Población económicamente activa por género.....	40
Cuadro n° 1.11	Nivel de pobreza por hogar.....	41

Cuadro nº 1.12	Calculo de la inversión en la siembra de una hectárea de papas.....	41
Cuadro nº 1.13	Rendimiento.....	42
Cuadro nº 1.14	Producción por calidad.....	42
Cuadro nº 1.15	Ingresos por hectárea precio 7 usd.....	43
Cuadro nº 1.16	Ingresos por hectárea precio 10 usd.....	43
Cuadro nº 1.17	Ingresos por hectárea precio 15 usd.....	44
Cuadro nº 1.18	Cultivo de productos.....	44
Cuadro nº 1.19	Causa de pérdidas.....	45
Cuadro nº 1.20	Falta de canales de riego.....	46
Cuadro nº 1.21	Uso de canales de riego.....	47
Cuadro nº 1.22	Frecuencia del uso de los canales de riego.....	48
Cuadro nº 1.23	Calidad de las vías.....	49
Cuadro nº 1.24	Vías en mal estado, un factor que determina el estancamiento económico.....	50
Cuadro nº 1.25	Grupos sociales.....	51
Cuadro nº 1.26	Ingresos mensuales.....	52
Cuadro nº 1.27	Instrucción educativa.....	53
Cuadro nº 1.28	Fuente de financiamiento.....	54
Cuadro nº 1.29	Tasas de interés.....	55
Cuadro nº 3.1	Características físicas de la mora.....	80
Cuadro nº 3.2	Características físicas de la uvilla.....	81
Cuadro nº 3.3	Familias del cantón Montufar.....	84
Cuadro nº 3.4	Consumo de moras y uvillas.....	86
Cuadro nº 3.5	Lugar de compra de los productos.....	87
Cuadro nº 3.6	Frecuencia de consumo.....	89
Cuadro nº 3.7	Cantidad de consumo.....	91
Cuadro nº 3.8	Precio de compra.....	92
Cuadro nº 3.9	Factor que toma en cuenta al adquirir el producto..	94
Cuadro nº 3.10	Forma en la cual prefieren adquirir el producto.....	95
Cuadro nº 3.11	Lugar de origen de las frutas.....	97
Cuadro nº 3.12	Lugar de entrega.....	98
Cuadro nº 3.13	Frecuencia de compra.....	99
Cuadro nº 3.14	Cantidad de compra.....	100
Cuadro nº 3.15	Factor más importante.....	102
Cuadro nº 3.16	Precio del producto.....	103
Cuadro nº 3.17	Extensión de siembra de producto.....	105
Cuadro nº 3.18	Método de riego en los cultivos.....	106
Cuadro nº 3.19	Accesos a insumos.....	108
Cuadro nº 3.20	Frecuencia de cosecha.....	109
Cuadro nº 3.21	Cantidad de cosecha.....	111
Cuadro nº 3.22	Venta de la producción.....	112
Cuadro nº 3.23	Demanda de mora.....	118
Cuadro nº 3.24	Demanda de uvilla.....	119
Cuadro nº 3.25	Proyección de la demanda de mora.....	120
Cuadro nº 3.26	Proyección de la demanda de uvilla.....	120
Cuadro nº 3.27	Matriz de producción de moras.....	122
Cuadro nº 3.28	Oferta de moras.....	122

Cuadro nº 3.29	Matriz de producción de uvillas.....	123
Cuadro nº 3.30	Oferta de uvillas.....	123
Cuadro nº 3.31	Proyección de la oferta de mora.....	124
Cuadro nº 3.32	Proyección de la oferta de uvilla.....	125
Cuadro nº 3.33	Demanda insatisfecha de la mora.....	125
Cuadro nº 3.34	Demanda insatisfecha de la uvilla.....	126
Cuadro nº3.35	Precio histórico por kg. De mora y uvilla.....	126
Cuadro nº 3.36	Precio proyectado por kg. De mora y uvilla.....	127
Cuadro nº 4.1	Matriz de factores.....	133
Cuadro nº 4.2	Capacidad productiva de mora .....	136
Cuadro nº 4.3	Capacidad productiva de uvilla .....	136
Cuadro nº 4.4	Simbología del flujograma de proceso.....	138
Cuadro nº 4.5	Distribución de la planta.....	141
Cuadro nº 4.6	Equipo y herramientas para la producción agrícola.....	143
Cuadro nº 4.7	Talento humano.....	143
Cuadro nº 4.8	Requerimiento de terreno.....	144
Cuadro nº 4.9	Presupuesto de la construcción de las instalaciones.....	145
Cuadro nº 4.10	Adquisición de vehículo.....	145
Cuadro nº 4.11	Muebles y equipo de oficina.....	145
Cuadro nº 4.12	Equipo de computación.....	146
Cuadro nº 4.13	Herramientas .....	146
Cuadro nº 4.14	Resumen de inversiones en activos fijos.....	147
Cuadro nº 4.15	Gastos de constitución.....	147
Cuadro nº 4.16	Capital de trabajo.....	148
Cuadro nº 4.17	Resumen inversiones.....	148
Cuadro nº 5.1	Plan de inversión.....	157
Cuadro nº 5.2	Capital propio.....	158
Cuadro nº 5.3	Estructura de la inversión.....	158
Cuadro nº 5.4	Amortización del crédito.....	159
Cuadro nº 5.5	Volumen de producción proyectado de mora.....	160
Cuadro nº 5.6	Volumen de producción proyectado de uvilla.....	161
Cuadro nº 5.7	Proyección de precios.....	161
Cuadro nº 5.8	Ingresos proyectados.....	162
Cuadro nº 5.9	Clasificación de los costos de producción.....	162
Cuadro nº 5.10	Costo salarios mano de obra directa.....	163
Cuadro nº 5.11	Mano de obra en jornales.....	163
Cuadro nº5.12	Mano indirecta.....	164
Cuadro nº 5.13	Gasto requerimientos de suministros de oficina.....	164
Cuadro nº 5.14	Gasto sueldos personal administrativo.....	165
Cuadro nº 5.15	Gasto servicios básicos.....	165
Cuadro nº 5.16	Gasto mantenimiento equipo de computación.....	166
Cuadro nº 5.17	Gasto sueldos ventas.....	166
Cuadro nº 5.18	Gasto combustible y mantenimiento.....	167
Cuadro nº 5.19	Gasto publicidad.....	167
Cuadro nº 5.20	Gasto intereses.....	167

Cuadro n° 5.21	Depreciaciones.....	168
Cuadro n° 5.22	Proyección de costo de materia prima e insumos.....	169
Cuadro n° 5.23	Proyección de costos de producción.....	171
Cuadro n° 5.24	Proyección de gastos administrativos.....	172
Cuadro n° 5.25	Proyección de gastos de ventas.....	173
Cuadro n° 5.26	Estado de situación inicial.....	174
Cuadro n° 5.27	Estado de pérdidas y ganancias proyectado.....	175
Cuadro n° 5.28	Flujo de caja.....	176
Cuadro n° 5.29	Costo de la inversión.....	177
Cuadro n° 5.30	Valor actual neto.....	179
Cuadro n° 5.31	Tasa interna de retorno.....	180
Cuadro n° 5.32	Periodo de recuperación de la inversión.....	181
Cuadro n° 5.33	Clasificación de costos fijos y variables.....	182
Cuadro n° 5.34	Participación de cada producto en los ingresos y egresos.....	183
Cuadro n° 5.35	Participación de cada producto en P.E. en unidades.....	183
Cuadro n° 5.36	Resumen indicadores de evaluación financiera	184
Cuadro n° 6.1	Matriz de valoración.....	186
Cuadro n° 6.2	Impacto social.....	188
Cuadro n° 6.3	Impacto económico.....	189
Cuadro n° 6.4	Impacto ambiental.....	189
Cuadro n° 6.5	Impacto ético.....	190
Cuadro n° 6.6	Impacto empresarial.....	192
Cuadro n° 6.7	Impacto general.....	193

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico n° 1.1	Cultivo de productos.....	45
Grafico n° 1.2	Causa de pérdidas.....	46
Grafico n° 1.3	Falta de canales de riego.....	47
Grafico n° 1.4	Uso de canales de riego.....	48
Grafico n° 1.5	Frecuencia del uso de los canales de riego.....	49
Grafico n° 1.6	Calidad de las vías.....	50
Grafico n° 1.7	Vías en mal estado un factor que determina el estancamiento económico.....	51
Grafico n° 1.8	Grupos sociales.....	52
Grafico n° 1.9	Ingresos mensuales.....	53
Grafico n° 1.10	Instrucción educativa.....	54
Grafico n° 1.11	Fuente de financiamiento.....	55
Grafico n° 1.12	Tasas de interés.....	56
Gráfico n° 3.1	Consumo de moras.....	86
Gráfico n° 3.2	Consumo de uvillas.....	86
Gráfico n° 3.3	Lugar de compra de la mora.....	86
Gráfico n° 3.4	Lugar de compra de la uvilla.....	88
Gráfico n° 3.5	Frecuencia de consumo mora.....	88
Gráfico n° 3.6	Frecuencia de consumo uvilla.....	90

Gráfico nº 3.7 Cantidad de consumo de mora.....	90
Gráfico nº 3.8 Cantidad de consumo de uvilla.....	91
Gráfico nº 3.9 Precio de compra de mora.....	92
Gráfico nº 3.10 Precio de compra de uvilla.....	93
Gráfico nº 3.11 Factor que toma en cuenta al adquirir el producto.....	94
Gráfico nº 3.12 Factor que toma en cuenta al adquirir el producto.....	95
Gráfico nº 3.13 Forma en la cual prefieren adquirir la mora.....	96
Gráfico nº 3.14 Forma en la cual prefieren adquirir la uvilla.....	97
Gráfico nº 3.15 Lugar de origen de la mora.....	97
Gráfico nº 3.16 Lugar de origen de la uvilla.....	98
Gráfico nº 3.17 Lugar de entrega.....	99
Gráfico nº 3.18 Frecuencia de compra.....	100
Gráfico nº 3.19 Cantidad de compra de mora.....	101
Gráfico nº 3.20 Cantidad de compra de uvilla.....	101
Gráfico nº 3.21 Factor más importante.....	102
Gráfico nº 3.22 Precio de la mora.....	104
Gráfico nº 3.23 Precio de la uvilla.....	104
Gráfico nº 3.24 Extensión de siembra de mora.....	105
Gráfico nº 3.25 Extensión de siembra de producto.....	106
Gráfico nº 3.26 Método de riego en los cultivos de mora.....	107
Gráfico nº 3.27 Método de riego en los cultivos de uvilla.....	107
Gráfico nº 3.28 Accesos a insumos para la mora.....	108
Gráfico nº 3.29 Accesos a insumos para la uvilla.....	109
Gráfico nº 3.30 Frecuencia de cosecha de la mora.....	110
Gráfico nº 3.31 Frecuencia de cosecha de la uvilla.....	110
Gráfico nº 3.32 Cantidad de cosecha de mora.....	111
Gráfico nº 3.33 Cantidad de cosecha de uvilla.....	112
Gráfico nº 3.34 Venta de la producción de mora.....	113
Gráfico nº 3.35 Venta de la producción de uvilla.....	113
Gráfico nº 3.36 Publicidad para la prensa.....	129
Gráfico nº 3.37 Banner.....	129
Gráfico nº 4.1 Mapa del cantón Montufar.....	132
Gráfico nº 4.2 Croquis de la microlocalización.....	134
Gráfico nº 4.3 Fase agrícola.....	138
Gráfico nº 4.4 Fase agrícola de la mora y la uvilla.....	139
Gráfico nº 4.5 Cosecha y comercialización.....	140
Gráfico nº 4.6 Diseño de la planta.....	142
Gráfico nº 4.7 Razón social.....	149
Gráfico nº 4.8 Organigrama estructural.....	153
Gráfico nº 4.9 Organigrama funcional.....	154

## INTRODUCCIÓN

### **Antecedentes**

La ciudad de San Gabriel, conocida también como la ciudad de la Eterna Primavera se encuentra localizada en el sector sur este de la Provincia del Carchi, a 40 Km. de Tulcán y 83 km. al norte de Ibarra tiene una altura de 2200 m.s.n.m su temperatura promedio está entre los 8 y 15°C, con una temperatura máxima de 29°C y mínima de 0°C caracterizándose por un clima frío templado. Tiene una superficie aproximada de 38330 Km<sup>2</sup> y su población es de 28.576 habitantes.

Las actividades económicas del cantón están representadas por la producción ganadera y la producción agropecuaria, que consiste en cultivos propios de la zona como: habas, frejol, arveja, mellocos, ocas, maíz. Pero el producto que más predomina es la producción de papa, ya que su cultivo significa el 70% del territorio del Cantón.

En los alrededores de la ciudad de San Gabriel la producción de papa es significativamente grande, al igual que toda la provincia. Uno de los problemas agrícolas de la zona es la inestabilidad de la producción de papa, lo que origina cambios bruscos en el precio de este tubérculo. En épocas de sobreoferta el precio disminuye de tal forma que los product

res pierden su inversión, en las épocas de escases de producto el fenómeno es lo contrario los precios suben desmesuradamente perjudicando al consumidor final.

El ingreso de producto colombiano es también un problema para los productores, puesto que la cantidad de este tubérculo se incrementa ocasionando bajas en los precios y perdidas en los productores.

El siguiente trabajo se enfoca en dar una alternativa agrícola al pequeño productor, ya que se pretende crear una microempresa productora y comercializadora de moras, el sector da las condiciones climáticas para poder cultivar este tipo de fruta, que es utilizado en gran cantidad en la alimentación de las personas.

En la provincia del Carchi si bien es cierto que la producción de frutales no es significativa por la razón que los productores agrícolas solo se han dedicado al cultivo de la papa y en muchos casos dañando los terrenos con el monocultivo. La producción de moras es reducida ya que se limita a una producción netamente artesanal, en la Parroquia de Piartal existen personas que se dedican a esta producción pero en volúmenes muy reducidos y sus productos los venden en la feria libre que se da los días sábados en la ciudad de San Gabriel.

Los mercados más cercanos en donde se comercializa este tipo de productos son los de la ciudad de San Gabriel, Julio Andrade, Bolívar y Tulcán. En estos mercados se comercializan todo tipo de productos y también frutas. La producción de mora será dedicada a cubrir los mercados locales y pretende llegar a mercados nacionales como de la ciudad de Ibarra y la ciudad de Quito.

Este producto es utilizado en muchas formas, las más importantes son: la elaboración de jugos que se expenden en los restaurantes, elaboración

de halados y en si de uso masivo en los hogares. Este producto es una parte fundamental en la alimentación, y muy apetecido por su sabor y por ser un alimento muy nutritivo.

### **Justificación**

Este proyecto está determinado con el afán de dar una alternativa al pequeño productor en diversificar su producción, logrando proporcionar un ingreso adicional y también poder brindar fuentes de trabajo a las personas que habitan el sector.

La parroquia de Piartal tiene como vocación la actividad agrícola en la cual se desenvuelven la mayoría de sus habitantes siendo este su principal fuente de ingresos económicos, se cultivan productos andinos como el maíz, habas, mellocos, zanahorias, etc. Pero el cultivo predominante es la papa.

En la parroquia Piartal las fuentes de trabajo son limitadas por lo que el proyecto es propicio para desarrollar el sistema ocupacional del sector, muchas personas se beneficiaran ya que la empresa comunitaria pretende independizar la actividad agrícola.

Las condiciones de producción de la parroquia son propicias para desarrollar e innovar una propuesta agrícola de producción de frutales propia de la zona pero también de brindar un servicio de asesoramiento técnico a los agricultores.

La población Carchense se caracteriza por mantener un alto nivel de de asociatividad en lo que se destaca la creación de cooperativas de ahorro y crédito, asociaciones comunitarias, cajas de ahorro, etc. Por lo que facilita la creación de una unidad productiva comunitaria en esta localidad.

El presente proyecto tiene un interés nacional en su producción ya que quiere entrar en competencia con los productores que se encuentran en el mercado, puesto que la calidad del producto está en la capacidad de competir con cualquier tipo de fruta de otro sector.

La mayoría de los habitantes son agricultores por lo que la mano de obra que existe en el sector es ideal para desarrollar esta actividad. La cantidad y experiencia de la mano de obra del sector es suficiente para satisfacer las necesidades del proyecto.

En la ciudad de san Gabriel los sitios en donde se puede adquirir los insumos y tecnología necesaria para la producción es muy variada por lo que se tiene la oportunidad de escoger los productos según su calidad y variedad.

Con este estudio se pretende mejorar la producción y los ingresos de los pequeños productores, también se mejorara el empleo en la zona en donde se implantara la microempresa. Se dinamizara el aparato productivo y comercial de la parroquia.

### **Objetivo general**

Realizar estudio de factibilidad para la creación de una microempresa agrícola comunitaria productora y comercializadora de frutas en la parroquia de Piartal, cantón Montufar, provincia del Carchi.

### **Objetivos específicos**

- Realizar un diagnóstico para conocer la situación del medio en el cual se desarrollara el proyecto.
- Detallar los aspectos teóricos que serán necesarios para realizar el estudio de factibilidad.

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda y la oferta del producto.
- Realizar un estudio técnico y organizativo-funcional para determinar la localización de la microempresa y el talento humano el cual la administrará.
- Elaborar un estudio financiero que determinara la viabilidad y la rentabilidad económica en la implantación de la unidad productiva.
- Estimar los posibles impactos que generara el proyecto en los aspectos: social, económico, ambiental, empresarial y ético.

### **Metodología**

El presente trabajo toma a la investigación como herramienta fundamental. Una investigación cualitativa que ayudara a comprender las características subjetivas del estudio, una investigación cuantitativa demostrara que el proyecto es viable realizarlo; a demás la investigación de campo ayuda comprender y a palpar las realidades en la cual se realizara el estudio; también son importantes la citas bibliográficas que brindaran un mejor entendimiento.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO**

#### **1.1. ANTECEDENTES DEL DIAGNÓSTICO**

La Parroquia Piartal pertenece al Cantón Montufar, Provincia del Carchi, se encuentra ubicada al noroeste de la ciudad de San Gabriel, cuyos límites son:

- Norte: Parroquia Fernández Salvador
- Sur: Parroquia San José
- Este: Provincia de Sucumbíos
- Oeste: Parroquia San José

Su población es de 1.056 habitantes, de los cuales 516 personas son mujeres, que corresponde al 48.86% de la población total y 540 personas son hombres que corresponde a un 51.14% del total de la población, con respecto al último censo poblacional del 2010 se puede establecer que existe una disminución ya que su población era de 1.148 habitantes.

La Parroquia Piartal cuenta con tres comunidades que son: El Rosal, Las Lajas y San Pedro, su población se encuentra distribuida en el sector urbano o cabecera parroquial con 340 habitantes, que representa el 32,20% de la población total, mientras 716 habitantes que corresponde al sector rural con un 67.80% del total de la población, lo que significa que el mayor número de habitantes se concentra en la Comunidad de San Pedro con el 42.80%, la Comunidad de El Rosal con el 15.72%, y la Comunidad de Las Lajas con un 9.28%.

En la actualidad los habitantes de la Parroquia de Piartal cuentan con organizaciones que apoyan al buen desarrollo del sector, como son:

- Gobierno Parroquial
- Dispensario del Seguro Social Campesino
- Subcentro de Salud
- Tenencia Política
- Unidad de Policía Comunitaria
- Bibliotecas Comunitarias
- Centros Educativos como escuelas y Colegio
- Asociaciones artesanales
- Asociaciones agrícolas y pecuarias
- Grupos Culturales

La principal actividad que tiene los habitantes de la parroquia Piartal es la agricultura y la ganadería.

A demás se está impulsando pequeños proyectos productivos gracias a la ayuda de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales a los pequeños grupos organizados.

Los moradores del sector serán una pieza fundamental en la recolección de datos, los comerciantes de frutas nos ayudaran a conocer la situación actual del mercado y poder tener una idea clara sobre los riesgos que vamos a tomar.

## **1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO**

### **1.2.1. Objetivo General**

Realizar un diagnóstico situacional en la Parroquia Piartal perteneciente al Cantón Montúfar de la provincia del Carchi, para determinar el estado actual del sector.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- a) Determinar las principales actividades productivas que se desarrollan en el sector
- b) Conocer la accesibilidad de los terrenos a las fuentes de riego.
- c) Verificar el estado de las vías que comunican al sector con la ciudad más cercana.
- d) Determinar el nivel de la organización del sector.
- e) Examinar el nivel socioeconómico de las personas que viven en la parroquia.
- f) Determinar las principales fuentes de financiamiento de la producción local.

## **1.3. VARIABLES DEL DIAGNOSTICO**

- Fuentes de riego
- Acceso vial
- Organización
- Situación socioeconómica
- Fuentes de financiamiento.

## 1.4. INDICADORES

**CUADRO N° 1.1  
INDICADORES**

VARIABLE	INDICADORES
Fuentes de riego	Pérdidas de sembríos en verano, número de canales de riego, frecuencia de servicio de agua.
Acceso vial	Vías en buen estado, vías asfaltadas, vías empedradas.
Organización	Cabildos, cajas comunales, microempresas, pre-cooperativas, clubes.
Situación socioeconómica	Ingresos, educación, salud, vivienda.
Fuentes de financiamiento	Inversión, costos, rentabilidad, tasa de interés.

Elaborado por: El Autor

## 1.5. MATRIZ RELACIÓN

**CUADRO N° 1.2  
MATRIZ RELACIÓN**

OBJETIVOS DIAGNÓSTICO	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE DE INFORMACIÓN
Conocer la accesibilidad de los terrenos a las fuentes de riego.	Fuentes de riego	Perdidas de sembríos en verano	Observación( constatación directa)	Productores
		Número de canales de riego	Observación( constatación directa)	Junta de agua
		Frecuencia de servicio de agua.	Observación( constatación directa)	Junta de agua
Verificar el estado de las		Vías en buen estado	Encuesta	Población

vías que comunican al sector con la ciudad más cercana. Determinar el nivel de la organización del sector.	Accesibilidad	Vías asfaltadas	Entrevista	Gobierno Parroquial de Piartal
	Integración	Vías empedradas Cabildos	Encuesta Entrevistas	Población Gobierno Parroquial de Piartal
		Cajas comunales	Entrevistas	Gobierno Parroquial de Piartal
		Microempresas	Encuestas	Gobierno Parroquial de Piartal
Examinar el nivel socioeconómico de las personas que viven en la parroquia.	Situación socioeconómica	Pre-cooperativas	Entrevistas	Gobierno Parroquial de Piartal
		Ingresos	Encuestas	Gobierno Parroquial de Piartal Pobladores
		Educación	Entrevista	Pobladores
	Salud y vivienda	Entrevista	Junta Parroquial	
Identificar las fuentes de financiamiento de los productores.	Fuentes de financiamiento	Inversión	Encuestas	Pobladores
		Costos	Encuestas	Pobladores
		Rentabilidad	Encuestas	Pobladores
		Tasa de interés.	Entrevistas	Pobladores

**Elaborado por:** El Autor

## 1.6. MECÁNICA OPERATIVA

Para realizar el presente diagnóstico situacional se aplicó el siguiente procedimiento:

### 1.6.1. Determinación de la población

Para el desarrollo del diagnóstico, la población a investigar es la Parroquia de Piartal compuesta por 1056 habitantes, según la información recolectada en el plan de desarrollo de la parroquia Piartal del año 2010.

### 1.6.2. Determinación de la muestra

Tomando en cuenta que la población de la parroquia es significativa, se necesita aplicar la fórmula de muestreo.

La fórmula para la muestra 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)

$\sigma$  = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

N = 1056

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(1056)}{(0,05)^2 (1056 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

e = 5%

n = 281 unidades a investigar.

**CUADRO Nº 1.3**  
**DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA**

<b>Comunidad</b>	<b>Nº de Habitantes</b>	<b>%</b>	<b>Número de Encuestas</b>
San Pedro	452	43	<b>120</b>
El Rosal	166	16	<b>44</b>
Las Lajas	98	9	<b>26</b>
Piartal	340	32	<b>90</b>
<b>Total</b>	1056	100	<b>281</b>

**Fuente:** Plan de desarrollo de la parroquia Piartal 2010  
**Elaborado por:** El Autor

### **1.6.3. Información primaria**

Para la recolección de datos se utiliza herramientas importantes en una investigación que garantizarán la veracidad de la información, la cual ayuda a obtener un análisis real de la situación actual del sector determinando cuantitativamente y cualitativamente las variables. Las herramientas a utilizar son:

La encuesta, se la realizará para obtener datos en las poblaciones de los productores y los pobladores.

La entrevista se utilizó para obtener información de los dirigentes, de las autoridades y los técnicos que nos ayudaran entender mejor la situación.

La observación, es una técnica útil para recolectar información de campo llevado registros de los fenómenos encontrados.

#### 1.6.4. Información secundaria

Es importante que la información se dé por diferentes fuentes como por ejemplo: los documentos que se pueden encontrar en el Ilustre municipio de Montufar, la junta parroquial de Piartal.

Es importante también recolectar informaciones de revistas locales, periódicos, semanarias, internet, etc.

##### 1.6.4.1. Aspectos económicos

**a) Ramas de actividad productiva.-** La principal rama de actividad que predomina en la parroquia Piartal es la agricultura, ganadería y silvicultura con el 92.1%; este porcentaje nos permite ver que los habitantes de la Parroquia se dedican en gran mayoría a cultivar las tierras.

**CUADRO Nº 1.4**  
**RAMAS DE ACTIVIDAD**

RAMAS DE ACTIVIDAD						
Categorías	Hombre		Mujer		Total	
Agricultura, ganadería y silvicultura	286	84.62%	52	15.38%	338.00%	100%
Explotación de minas y canteras	2	100%			2	100%
Suministros de agua, electricidad y gas	1	50%	1	50%	2%	100%
Construcción	1	100%			1	100%
Comercio, hoteles y restaurantes			2	100%	2%	100%
Trasporte, almacenamiento y comunicación	5	100%			5	100%
Intermediación financiera	3	100%			3	100%
Servicios comunales y sociales	6	42.86%	8	57.14%	14	100%
Total	304	82.83%	63	17.17	367	100%

**Fuente:** Plan de desarrollo de la parroquia Piartal 2010

**Elaborado:** El Autor

**b) Productos principales.-** En la parroquia de Piartal, la mayoría de de propietarios de terrenos siembran papas, que corresponde el 82%, es decir que 67 personas se dedican a cultivar este producto. Habas el 8%, es decir un aproximado de 7 personas cultivan este producto. Maíz 5%, solo 4 personas cultivan maíz .Mellocos 4%, zanahoria apenas el 1%, siendo estos productos los que se cultivan en menor volumen en este sector.

Esto se da porque la tierra es muy apta para la siembra, lo que genera en sus dueños un ingreso económico para el sustento de sus familias.

**CUADRO Nº 1.5**  
**PRODUCTOS PRINCIPALES**

Producto	Porcentaje %
Papas	82%
Habas	8%
Maíz	5%
Mellocos	4%
Zanahoria	1%

**Fuente:** Plan de desarrollo de la parroquia Piartal 2010  
**Elaborado por:** El Autor

**c) Tenencia de terrenos para desarrollar las actividades productivas.-** Según lo que se observó en el plan de desarrollo de la parroquia Piartal al que se realizó una encuesta a un total de 280 personas moradoras del sector se obtiene que: 198 hogares no poseen terreno que significa el 70,71% y 82 hogares que corresponden al 29,29% poseen terreno para las actividades productivas. Demostrando que los terrenos se encuentran en pocas manos.

**CUADRO Nº 1.6**  
**TENENCIA DE TERRENOS**

<b>TENENCIA DE TERRENOS PARA PRODUCIR</b>						
	<b>SI</b>		<b>NO</b>		<b>TOTAL</b>	
<b>CABECERA PARROQUIAL</b>	8	8,25%	89	91,75%	97	100,00%
<b>COMUNIDADES</b>	74	40,44%	109	59.56%	183	100,00%
<b>TOTAL</b>	82	29,29%	198	70,71%	280	100,00%

**Fuente:** Plan de desarrollo de la parroquia Piartal 2010

**Elaborado:** El Autor

**d) Extensión del terreno.-** En cuanto a la extensión de terreno que poseen los dueños, la mayoría tienen de 10000 m<sup>2</sup>(1h) en adelante lo que represente 43 casos(52,44%), de 1 a 99 m<sup>2</sup> corresponde a 15 casos (18,29%) y de 2001 a 5000 m<sup>2</sup> poseen 10 casos(12,2%); terrenos que son utilizados para diferentes actividades agrícolas.

**CUADRO Nº 1.7**  
**EXTENSIÓN DE TERRENOS**

<b>EXTENSIÓN DE TERRENOS (Has)</b>		
<b>EXTENSIÓN</b>	<b>CASOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
De 1 -99 m <sup>2</sup>	15	18,29
De 100 - 500m <sup>2</sup>	9	10,98
De 501 -2000 m <sup>2</sup>	2	2,44
De 2001 - 5000 m <sup>2</sup>	10	12,20
De 5001-9999 m <sup>2</sup>	3	3,66
De 10000 en adelante	43	52,44
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Plan de desarrollo de la parroquia Piartal 2010

**Elaborado:** El Autor

**e) Formas de comercialización.-** Del total de 82 propietarios que se dedican a la comercialización agrícola y ganadera, el 64,63% de los

habitantes realiza de forma indirecta, en cambio el 35,37% en forma directa al consumidor final.

**CUADRO Nº 1.8**  
**FORMA DE COMERCIALIZAR**

<b>FORMA DE COMERCIALIZAR</b>		
Categorías	Casos	Porcentaje
Directa	29	35.37%
Indirecta	53	64.63%
Total	82	100.00%

**Fuente:** Plan de desarrollo de la parroquia Piartal 2010  
**Elaborado por:** El Autor

g) **Lugar de comercialización.-** En lo que respecta al lugar de comercialización, se lo realiza dentro de la parroquia, el 98.78% y el 1.22% fuera de ella. Debido a la falta de transporte, mal estado de las vías de comunicación y por no poseer un puesto en el mercado mayorista o minorista, los productores les conviene vender a los intermediarios.

**CUADRO Nº 1.9**  
**FORMA DE COMERCIALIZAR**

<b>LUGAR DE COMERCIALIZACIÓN</b>		
Categorías	Casos	Porcentaje
Dentro	81	98.78%
Fuera	1	1.22%
Total	82	100.00%

**Fuente:** Plan de desarrollo de la parroquia Piartal 2010  
**Elaborado por:** El Autor

#### 1.6.4.2 Aspectos socioeconómicos

**a) Población económicamente activa.-** En la parroquia Piartal se puede decir que el 98.66% es una población ocupada que corresponde a 304 hombres y 63 mujeres, mientras que un 1.34% son desocupados que corresponde a 4 hombres y una mujer.

**CUADRO Nº 1.10**  
**POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA POR GÉNERO**

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA POR GÉNERO						
Categorías	hombre		Mujer		Total	
Ocupados	304	98.70%	63	63.44%	367	98.66%
Desocupados	4	1.30%	1	1.56%	5	1.34%
Total	308	100.00%	64	100.00%	372	100.00%

**Fuente:** Plan de desarrollo de la parroquia Piartal 2010

**Elaborado por:** El Autor

**b) Nivel de pobreza de cada hogar.-** La línea de pobreza es el nivel de ingreso mínimo necesario para adquirir un adecuado estándar de vida, se considera a los hogares que sobreviven con un dólar diario como hogares que viven bajo la línea de pobreza. De los 270 hogares que reciben un ingreso, podemos decir que 15 hogares están sobre la línea de pobreza que corresponde al 5.56%, mientras que 255 hogares se encuentran bajo la línea de pobreza es decir un 94.44%.

**CUADRO Nº 1.11**  
**NIVEL DE POBREZA POR HOGAR**

NIVEL DE POBREZA POR HOGAR		
Familias	Hogares	Porcentajes
Sobre la línea de pobreza	15	5.56%
Bajo la línea de pobreza	255	94.44%
Total	270	100%

**Fuente:** Plan de desarrollo de la parroquia Piartal 2010

**Elaborado por:** El Autor

## 1.7. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Una vez aplicadas las técnicas de investigación con sus respectivas herramientas se procede a tabular los datos obtenidos y en si analizar los diferentes fenómenos, lo cual es información muy importante para determinar el estado actual del sector.

### 1.7.1. Análisis de los ingresos y gastos en la siembra de una hectárea de papas.

**CUADRO Nº 1.12**  
**CALCULO DE DE LA INVERSIÓN EN LA SIEMBRA DE UNA HECTÁREA DE PAPAS**

<b>CALCULO DE DE LA INVERSIÓN EN LA SIEMBRA DE UNA HECTÁREA DE PAPAS</b>			
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>CANTIDA D</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTA L</b>
PREPARACIÓN DEL TERRENO	1	200	200
SEMILLA	45	13	585
ABONO QUÍMICO	40	44	1760
FUMIGADAS	15	100	1500
MANO DE OBRA	60	9	540
GASTOS DE COSECHA(por qq)	900	1	900
ALIMENTACIÓN	60	4,16	249,6
OTROS			150
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>			<b>5884,6</b>

**Fuente:** Agricultores del sector

**Elaborado por:** El Autor

La inversión total es de **5884,6** dólares.

**CUADRO N° 1.13**  
**RENDIMIENTO**

Siembra (qq)	Rendimiento(por qq)	Total Producción
45	20	900

**Elaborado por:** El Autor

**Fuente:** Agricultores del sector

Según la experiencia de los agricultores este tubérculo rinde 20 quintales por 1 de siembra.

**CUADRO N° 1.14**  
**PRODUCCIÓN POR CALIDAD**

Calidad	Porcentaje	Producción(qq)
Primera	77%	675
Segunda	25%	225
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>900</b>

**Fuente:** Agricultores del sector

**Elaborado por:** El Autor

Del total de la producción el 75% es de primera calidad y el 25% de segunda calidad, esta diferencia se refleja en el precio de venta.

Ingreso simulando un precio de 7 dólares por quintal en la papa de primera y 2,5 en la de segunda.

**CUADRO Nº 1.15**  
**INGRESOS POR HECTÁREA PRECIO 7 USD**

PRODUCCIÓN POR HECTÁREA	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	TOTAL
DE PRIMERA	675	7	4725
DE SEGUNDA	225	2,5	562,5
<b>TOTAL INGRESO</b>	<b>900</b>		<b>5287,5</b>

Fuente: Agricultores del sector  
Elaborado por: El Autor

Con este precio la siembra de una hectárea le significa al productor una pérdida de **597,1** dólares frente a la inversión que se hizo.

**Ingreso simulando un precio de 10 dólares por quintal en la papa de primera y 3 en la de segunda.**

**CUADRO Nº 1.16**  
**INGRESOS POR HECTÁREA PRECIO 10 USD**

PRODUCCIÓN POR HECTÁREA	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	TOTAL
DE PRIMERA	675	10	6750
DE SEGUNDA	225	3	675
<b>TOTAL INGRESO</b>	<b>900</b>		<b>7425</b>

Fuente: Agricultores del sector  
Elaborado por: El Autor

Con estos precio se puede estimar una ganancia de **1540,4** dólares frente a la inversión que se hace, aun que existe ganancia no justifica los gastos que tiene el agricultor.

**Ingreso simulando un precio de 15 dólares por quintal en la papa de primera y 3,5 en la de segunda.**

**CUADRO N° 1.17**  
**INGRESOS POR HECTÁREA PRECIO 15 USD**

<b>PRODUCCIÓN POR HECTÁREA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>TOTAL</b>
DE PRIMERA	675	15	10125
DE SEGUNDA	225	3,5	787,5
<b>TOTAL INGRESO</b>	<b>900</b>		<b>10912,5</b>

**Fuente:** Agricultores del sector

**Elaborado por:** El Autor

Estos precios serian ideales para poder percibir una ganancia de **5027,9** que es significativa frente a la inversión, por lo cual el agricultor podrá satisfacer plenamente sus necesidades.

**1.7.2. Encuesta realizada a los pobladores del sector.**

**1. ¿Qué producto Ud. cultiva con más frecuencia en sus parcelas?**

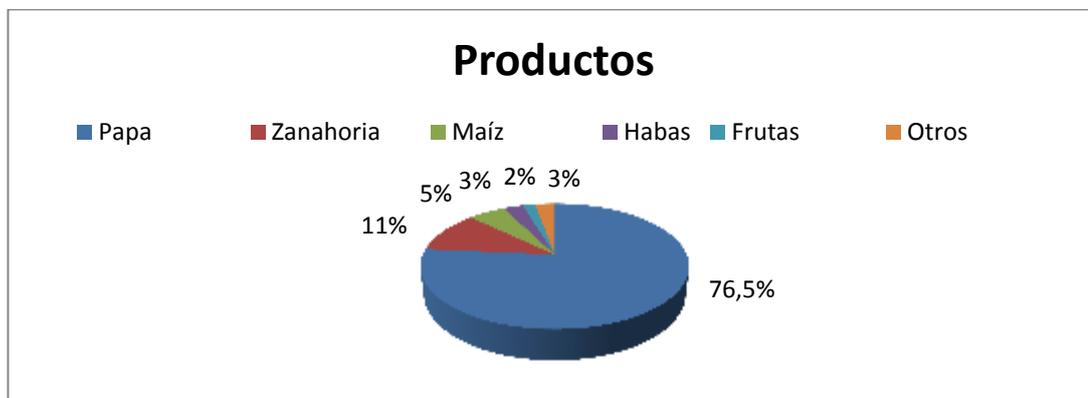
**CUADRO N° 1.18**  
**CULTIVO DE PRODUCTOS**

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje %</b>
Papa	215	76,51
Zanahoria	30	10,68
Maíz	15	5,34
Habas	8	2,85
Frutas	5	1,78
Otros	8	2,85
<b>Total</b>	<b>281</b>	<b>10000%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los pobladores del sector

**Elaborado por:** El Autor

**GRÁFICO Nº 1.1**  
**CULTIVO DE PRODUCTOS**



Elaborado por: El Autor

### Análisis

Según los datos que se obtuvo se observa que la mayoría de los pobladores se dedican al cultivo de la papa, de las 281 personas encuestadas el 76,5% se dedican a esta actividad. Este cultivo es predominante en la provincia al ser un producto de consumo masivo y las condiciones ambientales son las adecuadas.

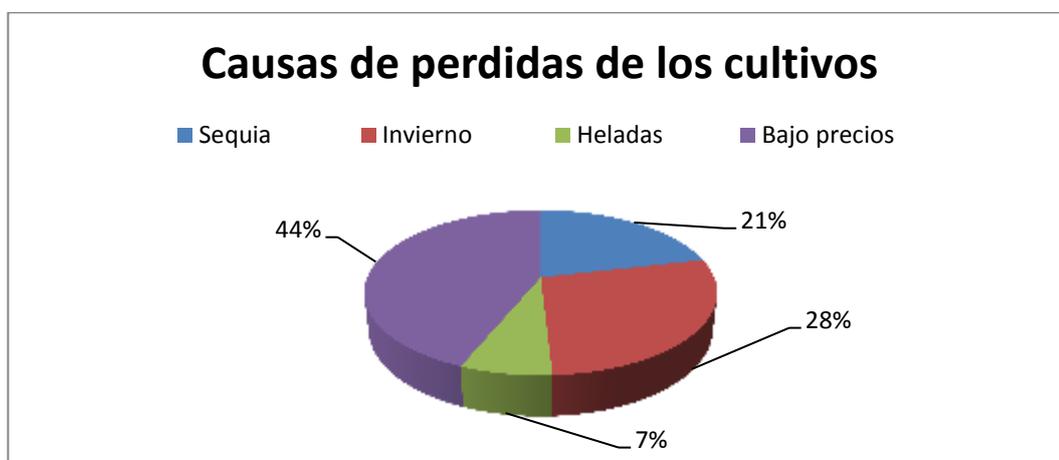
## 2. ¿Las pérdidas en los cultivos son ocasionadas por?

**CUADRO Nº 1.19**  
**CAUSA DE PÉRDIDAS**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Sequia	60	21,35
Invierno	78	27,76
Heladas	20	7,12
Bajos precios	123	43,77
<b>Total</b>	<b>281</b>	<b>10000%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los pobladores del sector  
**Elaborado por:** El Autor

**GRÁFICO Nº 1.2  
CAUSA DE PÉRDIDAS**



Elaborado por: El Autor

### Análisis

Las pérdidas económicas en los pobladores de dan por diferentes causas, pero la que más frecuencia tiene es la baja de precios en los productos que tiene un porcentaje del 44%, el invierno y la sequia también son un importante factor de perdida con un 28% y 21% respectivamente.

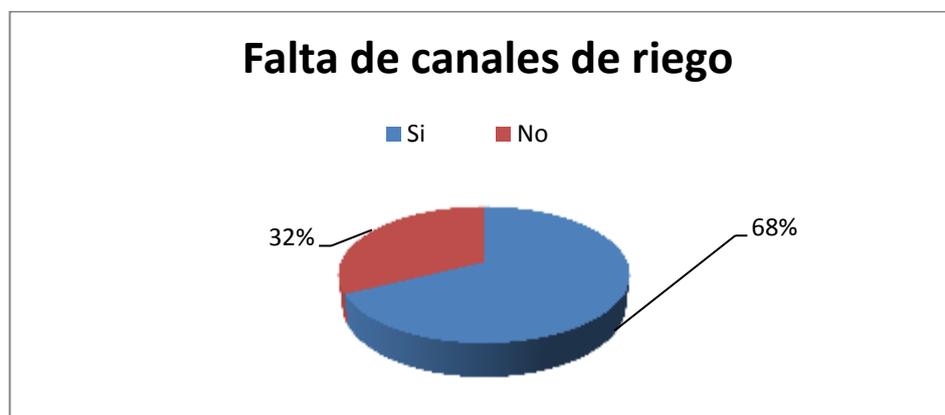
### 3. ¿Piensa que existe falta de canales de riego?

**CUADRO Nº 1.20  
FALTA DE CANALES DE RIEGO**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Si	190	67,62
No	91	32,38
<b>Total</b>	<b>281</b>	<b>10000%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los pobladores del sector  
**Elaborado por:** El Autor

**GRÁFICO Nº 1.3**  
**FALTA DE CANALES DE RIEGO**



**Elaborado por:** El Autor

**Análisis**

La mayoría de las personas piensa que existe una deficiencia en el sistema de riego del sector el cual significa un 68%.

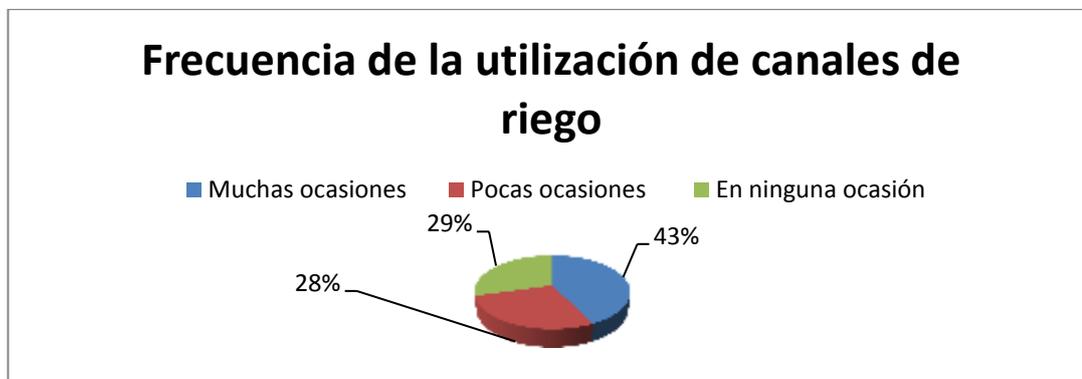
**4. ¿Se ha favorecido de alguna manera de la utilización de de canales de riego para enfrentar la sequia?**

**CUADRO Nº 1.21**  
**USO DE CANALES DE RIEGO**

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje %</b>
Muchas ocasiones	120	42,70
Pocas ocasiones	78	27,76
En ninguna ocasión	83	29,54
<b>Total</b>	<b>281</b>	<b>10000%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los pobladores del sector  
**Elaborado por:** El Autor

**GRÁFICO Nº 1.4**  
**USO DE CANALES DE RIEGO**



**Elaborado por:** El Autor

**Análisis**

Aunque gran parte de la población se ha beneficiado de los canales de riego, existe un porcentaje aproximado de 28% que no hace huso o que no tiene acceso a este sistema.

**5. ¿Con que frecuencia Ud. utiliza los canales de riego?**

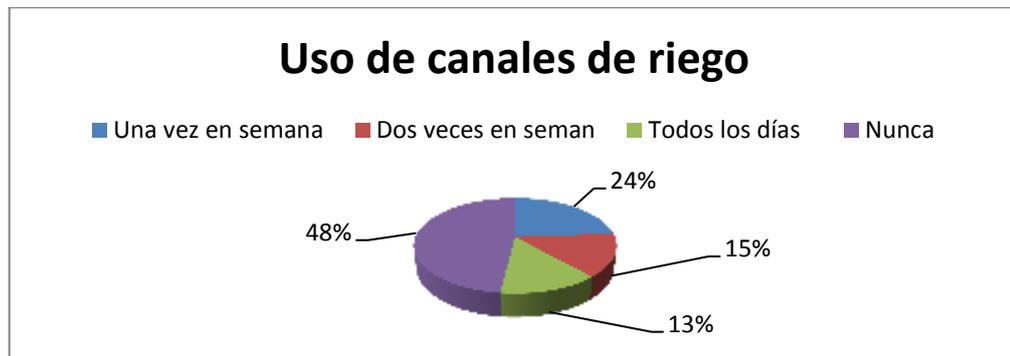
**CUADRO Nº 1.22**  
**FRECUENCIA DEL USO DE LOS CANALES DE RIEGO**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Una vez en semana	67	23,84
Dos veces en semana	41	14,59
Todos los días	38	13,52
Nunca	135	48,04
<b>Total</b>	<b>281</b>	<b>10000%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los pobladores del sector

**Elaborado por:** El Autor

**GRÁFICO Nº 1.5**  
**FRECUENCIA DEL USO DE LOS CANALES DE RIEGO**



Elaborado por: El Autor

**Análisis**

Existen pocas personas (13%) que utilizan los canales de riego todos los días, las demás personas solo las utilizan de manera muy escasa. También una gran mayoría (48%) que no la utilizan.

**6. ¿Cómo califica la calidad de las vías de la Parroquia?**

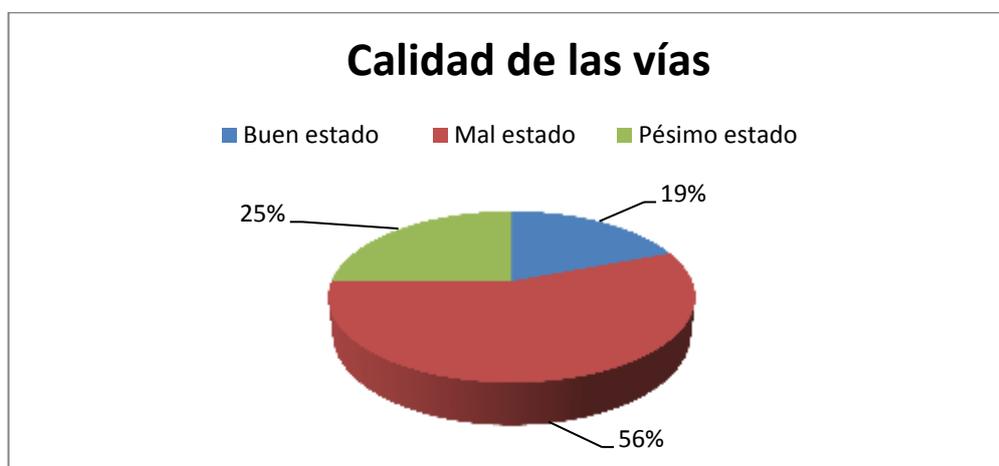
**CUADRO Nº 1.23**  
**CALIDAD DE LAS VÍAS**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Buen estado	54	19,22
Mal estado	157	55,87
Pésimo estado	70	24,91
<b>Total</b>	<b>281</b>	<b>10000%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los pobladores del sector

**Elaborado por:** El Autor

**GRÁFICO Nº 1.6**  
**CALIDAD DE LAS VÍAS**



Elaborado por: El Autor

### **Análisis**

La mayoría de las personas (56%) piensa que las carreteras de la parroquia están en mal estado y un 19% piensa que las vías están en un pésimo estado. Llegando a la conclusión que hay una deficiente administración de las autoridades.

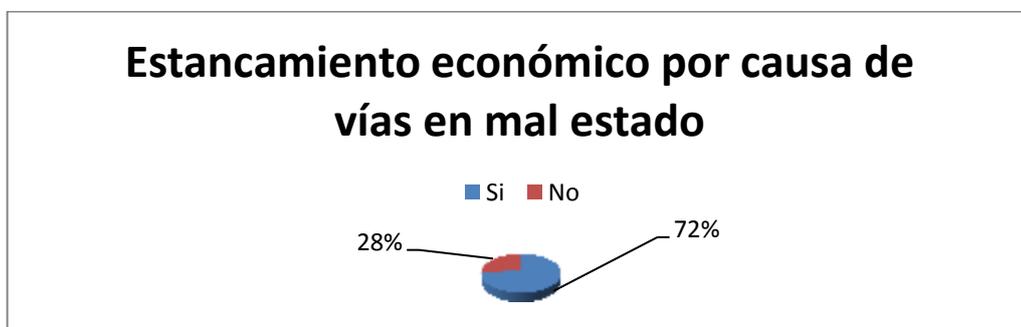
### **7. ¿Piensa Ud. que la calidad de las vías es un factor determinante del estancamiento económico de la parroquia?**

**CUADRO Nº 1.24**  
**VÍAS EN MAL ESTADO UN FACTOR QUE DETERMINA EL ESTANCAMIENTO ECONÓMICO**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Si	203	72,24
No	78	27,76
<b>Total</b>	<b>281</b>	<b>10000%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los pobladores del sector  
**Elaborado por:** El Autor

**GRÁFICO Nº 1.7**  
**VÍAS EN MAL ESTADO UN FACTOR QUE DETERMINA EL**  
**ESTANCAMIENTO ECONÓMICO**



Elaborado por: El Autor

**Análisis**

La mayoría de las personas (72%) están de acuerdo en que el bajo desarrollo económico de la parroquia se debe en gran parte al mal estado de las vías.

**8. Marque con una X si Ud. es parte de algún grupo social:**

**CUADRO Nº 1.25**  
**GRUPOS SOCIALES**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Asociaciones agrícolas, comerciales y ganaderas	80	28,47
Cajas comunales	130	46,26
Clubes deportivos y culturales	49	17,44
Ninguno	22	7,83
<b>Total</b>	<b>281</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los pobladores del sector  
**Elaborado por:** El Autor

**GRÁFICO N° 1.8  
GRUPOS SOCIALES**



Elaborado por: El Autor

**Análisis**

Es evidente el nivel de organización que tiene la Parroquia ya que solo un 8% no es parte de algún grupo social, los demás tienen una participación de grupos sociales de apoyo en diferentes ramas.

**9. Sus ingresos mensuales oscilan entre:**

**CUADRO N° 1.26  
INGRESOS MENSUALES**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Menos de 100 dólares	19	6,76
Entre 100 y 200 dólares	121	43,06
Entre 200 y 300 dólares	98	34,88
Más de 300 dólares	43	15,30
<b>Total</b>	<b>281</b>	<b>10000%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los pobladores del sector  
**Elaborado por:** El Autor

**GRÁFICO Nº 1.9**  
**INGRESOS MENSUALES**



**Elaborado por:** El Autor

**Análisis**

La mayoría de las personas encuestadas (78%) tienen un ingreso de entre 100 y 300 dólares, existe muy pocas personas que superan estos ingresos.

**10. Qué instrucción educativa tiene:**

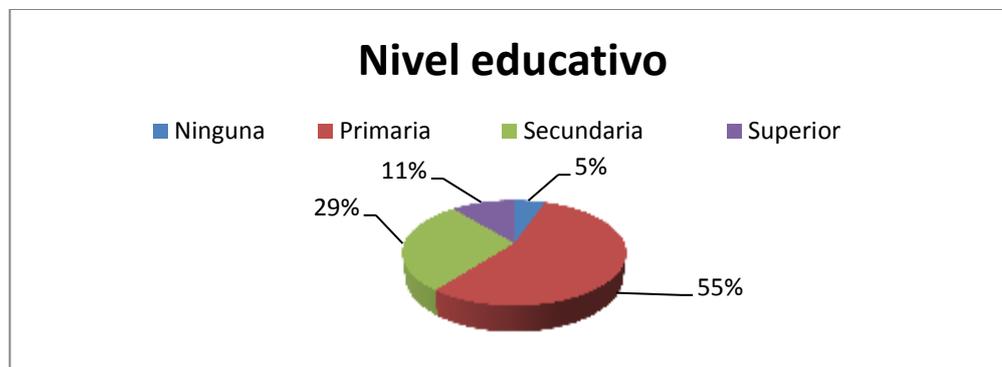
**CUADRO Nº 1.27**  
**INSTRUCCIÓN EDUCATIVA**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Ninguna	15	5,34
Primaria	155	55,16
Secundaria	80	28,47
Superior	31	11,03
<b>Total</b>	<b>281</b>	<b>10000%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los pobladores del sector

**Elaborado por:** El Autor

**GRÁFICO N° 1.10**  
**INSTRUCCIÓN EDUCATIVA**



**Elaborado por:** El Autor

**Análisis**

La mayoría de las personas (55%) solo tienen el nivel primario de educación, existe un número muy reducido de personas que tienen la oportunidad de ingresar a una educación superior.

**11. ¿Cuál es su fuente de financiamiento?**

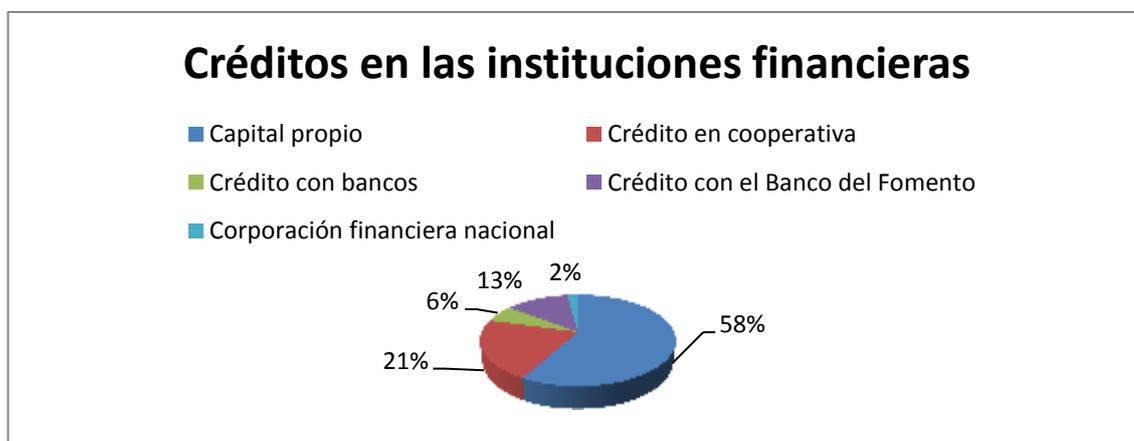
**CUADRO N° 1.28**  
**FUENTE DE FINANCIAMIENTO**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Capital propio	163	58,01
Crédito en cooperativa	60	21,35
Crédito con bancos	17	6,05
Crédito con el Banco del Fomento	35	12,46
Corporación financiera nacional	6	2,14
<b>Total</b>	<b>281</b>	<b>10000%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los pobladores del sector

**Elaborado por:** El Autor

**GRÁFICO N° 1.11**  
**FUENTE DE FINANCIAMIENTO**



Elaborado por: El Autor

**Análisis**

La mayoría de las personas (58%) cuentan con un capital propio para trabajar en sus cultivos pero como es común en la provincia al existir muchas cooperativas el número de usuarios de estas instituciones es muy importante con un 21%.

**12. De los créditos que Ud. obtiene de las instituciones financieras considera que las tasas de interés son:**

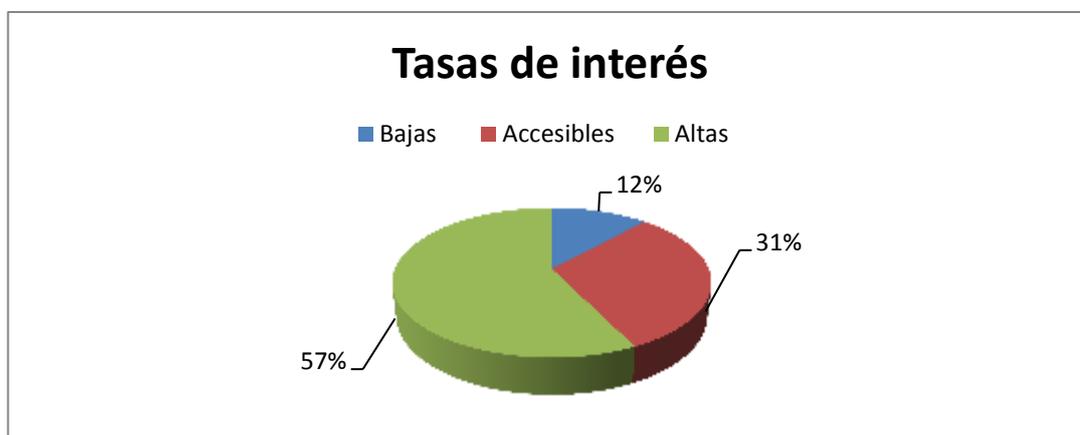
**CUADRO N° 1.29**  
**TASAS DE INTERÉS**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Bajas	33	11,74
Accesibles	87	30,96
Altas	161	57,30
<b>Total</b>	<b>281</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los pobladores del sector

**Elaborado por:** El Autor

## GRÁFICO N° 1.12 TASAS DE INTERÉS



Elaborado por: El Autor

### Análisis

Un 57% de las personas coinciden que las tasas de interés que se otorga para la producción soy muy elevadas, pocas personas pueden acceder a un crédito con baja tasa de interés.

#### 1.7.3. Entrevista a una autoridad de la Junta Parroquial de Piartal.

Entrevista realizado a la Srta. Roció Chalacán, primera vocal de la Junta Parroquial de Piartal.

#### ¿Cómo ve Ud. la organización de las personas?

Existe debilidad, ya que en algunos casos todavía encontramos intereses personales, pero estamos trabajando, motivando a las organizaciones para que fortalezcan y puedan lograr sus objetivos en forma grupal.

### **¿Cuántas organizaciones existen en el sector?**

Contamos actualmente con más de 15 organizaciones, tanto de mujeres que se dedican a la crianza de animales menores, asociaciones de pequeños agricultores, Juntas de agua, organizaciones deportivas, Cabildos, grupos de danza, Subcentro de Salud, Fundaciones de ayuda para niños y jóvenes, todos estos ayudan al desarrollo del sector.

### **¿Cómo autoridad Ud. que ha hecho para mantener la organización en el sector?**

Participar en las reuniones organizadas por los diferentes actores sociales de las Comunidades, en las cuales pido un espacio de participación para informar del trabajo que se está realizando en la Junta Parroquial, así como también reiterando el incondicional respaldo a todas las actividades que realizan en beneficio de la población.

### **¿Está impulsando nuevos proyectos para lograr mayor organización de las comunidades?**

Actualmente se está trabajando con un Proyecto impulsado y apoyado por el MIES que ha permitido incluir a más de 900 familias de escasos recursos económicos del sector rural del cantón Montufar, Cantón Huaca y Tulcán, en el cual más de 150 familias pertenecen a nuestra parroquia, esto ha permitido que la población se interese por fortalecer la organización y participación en la toma de decisiones.

## **1.8. DETERMINACIÓN DE LA SITUACIÓN DEL CONTEXTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.**

Según lo que se pudo obtener, las condiciones ambientales y del suelo son aptas para la agricultura. Las personas que se dedican a esta actividad trabajan sus tierras en sembríos propios de la zona . El cultivo que predomina en este sector como en toda la provincia es la papa, este producto les permite obtener un ingreso importante a sus familias aunque en muchos casos este producto al ser inestable en su precio les ha causado grandes pérdidas, los precios no son la única causa de pérdida en los productores ya que a esto se suma las inclemencias del clima como el invierno y las sequias. El precio de los insumos también viene a ser un obstáculo para el desarrollo de la actividad agrícola, muchos productores manifiestan su inconformidad puesto que el precio de sus productos no siempre cubre los costos de producción que demanda esta actividad.

En lo que tiene que ver con sistemas de riego, el sector cuenta con un importante medio de irrigación que les ha permitido sobrellevar los problemas que le significan las sequias prolongadas, aunque en muchos casos este sistema es insuficiente debido a que no todos los productores tienen acceso al sistema de irrigación.

Según la investigación se pudo observar que el sistema de vías esta en mal estado, ya que en muchos tramos se evidencia la falta de atención. Los productores se ven afectados ya que entorpece la comercialización de sus productos en forma directa, lo que les obliga a vender sus productos a intermediarios a precios menores que los que podrían vender en el mercado directamente.

Por otro lado: es necesario fortalecer la organización comunitaria. Al momento en el sector existen organizaciones sociales como: la asociación de mujeres de marzo, la asociación de papi cultores, etc. Que básicamente su acción consiste en la consecución de financiamientos de los cultivos. Sin embargo estas asociaciones no implementan estrategias para mejorar la comercialización, calidad del producto como objetivos colectivos de los agricultores.

Las autoridades parroquiales manifiestan emprender nuevos proyectos incluyendo a todas las personas que habitan este sector, uno de los proyectos importantes que se desarrollan es la crianza de animales menores y de producción agrícola ya que fomentaran en parte a un desarrollo sostenible local.

La parroquia Piartal se encuentra estancada en el desarrollo económico por causas que se mencionaron anteriormente como: la falta de vías de acceso, los precios de los productos y las inclemencias de la naturaleza. Por lo que crear un proyecto comunitario en esta Parroquia será un puntal importante para el desarrollo ya que se pretende implantar un sistema organizado en la producción y comercialización de los productos agrícolas de la zona, poniendo en práctica técnicas importantes para maximizar los beneficios para del agricultor, teniendo en cuenta también la predisposición de las autoridades en apoyar esta iniciativa como también la organización que tiene la población que será un aporte fundamental.

## CAPITULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo del Marco Teórico se han respetado las transcripciones textuales de conceptos y teorías, que serán tratadas en cada tema o subtema a lo largo de toda la investigación realizada, es decir, que permita orientar nuestra búsqueda y nos ofrezca una conceptualización adecuada de los términos que utilizaremos.

#### 2.1. Desarrollo comunitario

Boiser Sergio, Desarrollo comunitario, 2005, manifiesta: “La expresión desarrollo de la comunidad se ha incorporado al uso internacional para designar aquellos procesos en cuya virtud los esfuerzos de una población se suman a los de su gobierno para mejorar las condiciones económicas, sociales y culturales de las comunidades, integrar a éstas a la vida del país y permitirles contribuir plenamente al progreso nacional” Pág. 34. El desarrollo comunitario como tal tiene que ver con el progreso colectivo de las poblaciones que se organizan para alcanzar metas y objetivos comunes en el ámbito económico, social y cultural.

##### 2.1.1. Empleo

La página web [www.ruralfinance.org](http://www.ruralfinance.org), (2005), sostiene que: “El empleo es la **concreción de una serie de tareas a cambio de una retribución monetaria** denominada salario. En las sociedad presente, los trabajadores comercian su capacidades en el denominado mercado laboral, que está regulado por las potestades del estado para evitar

conflictos. El empleo es un indicador importante para determinar el nivel de desarrollo de un país, ya que es el resultado positivo del crecimiento económico.

### **2.1.2. Educación**

En la página web [www.educacionparaeldesarrollo.org](http://www.educacionparaeldesarrollo.org) encontramos que: “La Educación es una herramienta para cambiar los esquemas de la sociedad y, de esta manera, romper con las injusticias que inundan nuestro mundo, es una forma eficaz para luchar contra la pobreza y construir una equidad duradera”. De esta manera la educación es el puntal más importante para el desarrollo local ya que marca las pautas del crecimiento intelectual de las personas permitiendo un nivel competitivo aplicado al desarrollo económico, social y cultural.

### **2.1.3. Salud**

Mayer-Foulkes, Salud para el desarrollo humano (2006), manifiesta que:

“La salud es una de las principales condiciones para el desarrollo y también uno de los indicadores asociados al crecimiento económico y la pobreza. Por otra parte, la salud y la nutrición infantiles influyen de manera decisiva en la capacidad de desarrollo y la productividad del individuo, lo que afecta la percepción de ingresos en la edad adulta. Si a las carencias de salud se suma un escaso o nulo acceso a la educación formal, emerge lo que en la literatura económica se conoce como “la trampa de la pobreza”.

Sin lugar a duda la salud es uno de los importantes indicadores del desarrollo de un país, ya que contribuye plenamente en la capacidad productiva de las personas. En Ecuador actualmente tiene gran importancia en la administración gubernamental por la cual se han puesto en marcha proyectos que desarrollen este indicador.

#### **2.1.4. Servicios básicos**

En la página web [www.unicef-irc.org](http://www.unicef-irc.org), en un extracto del documento “Servicios básicos para todos” encontramos:

“Todo el mundo concuerda en que los servicios sociales básicos representan los componentes esenciales en que se funda el desarrollo humano y, de hecho, actualmente se reconoce a tales servicios la condición de derechos humanos. Sin embargo, existe una disparidad cada vez mayor entre dicho acuerdo general y la realidad que indica el gasto público de los países en desarrollo en materia de servicios básicos. La relación destaca que cada año se produce una diferencia que llega a los 80 mil millones de dólares entre lo que se gasta y lo que se debería gastar para asegurar el acceso generalizado a dichos servicios fundamentales. Los gobiernos se suelen vanagloriar de lo mucho que gastan en servicios de salud y educación, mientras que en realidad no todos los servicios en cuestión benefician a los pobres. Al negar a los ciudadanos el acceso a los servicios sociales básicos (cuidados primarios de salud, uso de agua limpia e instalaciones sanitarias adecuadas y educación básica), los gobiernos violan los derechos humanos de sus ciudadanos”.

El acceso a los servicios básicos en los países subdesarrollados como en nuestro país es muy limitado ya que no todas las personas gozan de este servicio, esto se debe a muchas causas como la falta de organización, malas administraciones o por la extrema pobreza en la que se encuentran algunas personas. El desafío de las autoridades está en dotar de todos los servicios a la población de forma eficiente y llegando a los rincones más alejados.

## **2.2. DESARROLLO SOCIOECONÓMICO**

Ander Ezequiel, (2006), Metodología y Práctica del Desarrollo de la Comunidad, manifiesta:

“El desarrollo social se refiere al aumento de bienestar de la población, constante y paralelo al desarrollo económico que se apoya en éste y a su

vez lo apoya. El desarrollo social se enfrenta con la existencia de valores, actitudes, conductas, creencias, formas de vida, costumbres, etc.; que son características mentales y sociales determinantes para indicar la calidad de vida de la población” pág. 56.

El desarrollo social de la población tiene que ver con el incremento del bienestar de las personas es decir de la dotación de servicios básicos a la mayoría de la población de un país de la mano del crecimiento del ingreso percapita el cual permita satisfacer sus necesidades.

### **2.2.1. Crecimiento económico**

En la página web [www.eco-finanzas.com](http://www.eco-finanzas.com) (2007), manifiesta:

“Aumento en la producción de Bienes y servicios en la economía, por unidad de Tiempo. Las medidas básicas del Crecimiento son el cambio en el Ingreso Nacional o en el Producto Nacional Bruto en términos reales, es decir, en Moneda de igual Valor después de los ajustes por Inflación. Estas medidas suelen expresarse también en términos per cápita”.

El crecimiento de la economía de un país es el aumento cuantitativo de la producción total, se puede medir con el crecimiento del producto interno bruto (PIB) en forma más específica con el ingreso per cápita de una persona.

### **2.2.2. Participación comunitaria**

Luis Pacheco, (2010), Instrumentos para el desarrollo, manifiesta:

“La inclusión de los diferentes actores que juegan diversos roles dentro del proyecto, de modo tal que sus puntos de vista, intereses y problemática en que están inmersos se puedan considerar dentro del proceso de planificación. Su participación es fundamental debido a que es por esta vía que se generan redes, asociaciones y se comparte

información, lo que hace posible que haya estrategias mejores y más prácticas, es decir que las posibilidades de éxito sean mayores” pág. 78.

Las actividades desarrolladas en forma colectiva tienen gran importancia ya que se pueden incluir todos los puntos de vista y apoyo, como por ejemplo el financiamiento, los servicios básicos y el manejo de la unidad productiva.

## **2.3. EMPRESA**

Sarmiento Rubén, (2004), Contabilidad general, manifiesta: “Empresa es la entidad u organización que se establece en un lugar determinado con el propósito de desarrollar actividades relacionadas con la producción y comercialización de bienes y/o servicios en general, para satisfacer las diversas necesidades de la sociedad.” Pág. 15. La empresa es una organización social que se dedica a la transformación y comercialización de bienes y servicios que demanda la sociedad con el fin de satisfacer sus necesidades.

### **2.3.1. Microempresa**

La página web [www.ruralfinance.org](http://www.ruralfinance.org), (2005), sostiene que:

“Una microempresa es un negocio personal o familiar en el área de comercio, producción o servicios que tiene menos de 10 empleados, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre los productos, mercados y precios y además constituye una importante fuente de ingresos para el hogar”.

Por lo anteriormente expuesto se puede ver que una microempresa es una organización en su mínima expresión. Su distinción básica consiste en que la propiedad y el manejo operacional y administrativo se

concentran en manos de una, o a lo más de tres personas, quienes a la vez tienen la responsabilidad de tomar decisiones en el negocio.

### **2.3.2. Importancia de la microempresa en el Ecuador**

En la página web [www.ruralfinance.org](http://www.ruralfinance.org), (2005), podemos encontrar que:

“Las microempresas proveen de trabajo a un gran porcentaje de trabajadores de ingresos medios y bajos en el Ecuador. Más de un tercio (33.5%) de hogares en áreas urbanas de ingresos medios y bajos tuvo una o más miembros adultos de la familia en una microempresa. Las proyecciones de la población en conjunto de microempresarios indican un total de 646 084 microempresarios en Ecuador en áreas urbanas (Definidas en este caso como pueblos de 2000 o más habitantes). Estos microempresarios operan un total de 684 850 empresas distintas. Las microempresas ecuatorianas proporcionan trabajo para un estimado de 1 018 135 personas cerca del 25% de la mano de obra urbana. Además las ventas de esta microempresas representan aproximadamente el 25.7% del PIB y sobre el 10% de los ingresos netos totales obtenidos en el país”.

Con lo antes mencionado se puede decir que las microempresas en el Ecuador han dado un gran aporte a la economía, abriendo una significativa plaza de trabajo y por ende un aporte al dinamismo económico de todos los sectores productivos, reduciendo el desempleo y la pobreza.

### **2.3.3. Clasificación de la microempresa**

Según CANTOS, Enriqueta (2006), menciona que la microempresa en:

a) Producción: “Son aquellas que transforman materias primas en productos elaborados, son las más importantes ya que son las que generan empleo productivo”.

b) Comercio: “Son las que tienen como actividad la compraventa de bienes y productos elaborados. Su actividad se reduce a la reventa de productos elaborados por las empresas de producción”.

c) Servicios: “La cualidad de estas microempresas es el hecho de ser inmateriales, es decir de consumo inmediato, es una acción que busca llenar o satisfacer una necesidad”. Pág.19.

En lo mencionado anteriormente se puede decir que las microempresas se encuentran en todos los ámbitos productivos ya sea de producción, de comercio o de servicios. El aporte económico en conjunto es muy significativo para el crecimiento económico del país. Los beneficios se reparten: en proporción a los aportes; por el trabajo de cada uno de los socios; y por el riesgo asumido por cada socio.

#### **2.3.4. Objetivos de la microempresa**

En la página web [www.monografias.com](http://www.monografias.com) , (2007), se puede apreciar los objetivos principales de una microempresa:

- Mejorar los niveles de quienes integren la microempresa.
- Aumentar la productividad de los puestos de trabajo, los ingresos, la capacidad de ahorro e inversión.
- Elevar la contribución de la microempresa al producto nacional.
- Fortalecer la organización de la microempresa.
- Facilitar su acceso al crédito para el capital de trabajo e inversiones.
- Promover el desarrollo y crecimiento del microempresario mediante el apoyo y capacitación del mismo.
- Crear fuentes de trabajo y generar empleo.

Como todo negocio, las microempresas están creadas para acumular riquezas, contribuir al desarrollo local creando nuevas plazas de empleo, logrando dinamizar el aparato productivo e incentivando a la inversión.

### **2.3.5. Características principales de la microempresa**

En la página web [www.monografias.com](http://www.monografias.com) se encuentra que las características predominantes de una microempresa son:

- Es una empresa pequeña, constituida como sociedad anónima, el dueño es el que aporta el capital necesario para las operaciones normales de la empresa.
- La mayoría de las pequeñas empresas tienden a no cambiar su lugar de operaciones es decir se mantienen en el mismo lugar donde iniciaron. Tratan de conservar su mercado y desean tener una relación estrecha con su clientela ya que el dueño estima que esta le va a ser fiel por mucho tiempo.
- El mercado local o regional es el objetivo predominante de la empresa. Esta característica depende de la habilidad del empresario para ofrecer un producto o un servicio excelente o de mejor calidad en el mercado particular y así definirlo en términos geográficos enfocados en el mercado local.
- La microempresa crece principalmente a través de la reinversión de utilidades ya que no cuenta con el apoyo técnico financiero significativo de instituciones privadas ni de gobierno.
- El número de empleados con que la microempresa no supera las 45 personas, dedicadas a actividades administrativas y operativas.
- Las actividades se concentran en el dueño de la microempresa que es el que ejerce el control y la dirección general de la misma.

- Predomina la técnica, es una característica que en verdad ha permitido subsistir a la microempresa, aunque en ciertos casos exista problemas de diseño y calidad.
- Requiere mayor asistencia financiera administrativa.

La microempresa como tal es una sociedad anónima, constituida con capital pequeño, maneja un determinado margen del mercado con tendencias a incrementar su radio de acción. En su mayoría es administrada por su dueño en el cual recaen todas las decisiones y responsabilidades.

### **2.3.6. Ventajas de la microempresa**

En la página web [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) encontramos que las ventajas de una microempresa están determinadas por:

- Sencillez: Cuando el propietario o director de la microempresa resuelve los problemas, la capacidad de decisión equivale a un consejo de Administradores.
- Flexibilidad: Las decisiones son mucho más rápidas que una empresa grande.
- Relaciones directas: Existe una relación del dueño de la microempresa con sus trabajadores y/o clientes para mejor entendimiento.
- Requiere bajos niveles de inversión.
- Es una fuente generadora de empleos.
- Permite mayor libertad de acción.
- Existe mayor facilidad para su manejo.
- Se transforma con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.

La microempresa en si tiene muchas ventajas, puesto que la inversión y el tamaño es accesible de todos los puntos de vista. También se puede

decir que el riesgo menos peligroso y tiene La posibilidad de convertirse en una gran empresa si se le da una adecuada administración.

### **2.3.7. Desventajas de la microempresa**

La pagina web [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org), también habla sobre las desventajas que pueden tener la microempresas, las mismas que pueden ser:

- Dificultad de acceso a crédito.
- La producción generalmente va encaminada solamente al mercado interno
- Escasa cultura tecnológica, la velocidad de innovación de maquinaria y equipos técnicos es muy tardía.
- No tener un control adecuado sobre sus gastos.
- Sus integrantes tienen falta de conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente.
- La ausencia o malas políticas macroeconómicas de nuestro país, la falta de infraestructura física son debilidades que debe afrontar la microempresa que no le permite crecer y desarrollarse.

Si se habla de las situaciones adversas que puede tener una microempresa, se puede decir que estas por tener una economía reducida son más sensibles a los cambios macroeconómicos e incluso las técnicas que se usan en su mayoría son obsoletas, se tiene que tener mucho cuidado en el manejo operativo y el control del riesgo.

## **2.4. MICROEMPRESA COMUNITARIA**

Clara Solís, (2009), La microempresa rural, manifiesta:

“La empresa rural hoy día se inscribe en un contexto que supera la visión angosta de lo rural. La nueva ruralidad presenta una serie de oportunidades que sin duda representan la llave para superar los obstáculos que tradicionalmente ha enfrentado el desarrollo de la economía rural. Las oportunidades superan a la empresa agrícola como único medio para la generación de ingresos para la familia rural. La sostenibilidad económica, ecológica y social nos indica un camino en el que las posibilidades para el desarrollo de empresas rurales se multiplican cada día más. Claro, todas estas nuevas oportunidades requieren del trabajo, la iniciativa y el respeto de la identidad rural como bases para la exploración de las carencias que aún hoy siguen siendo obstáculos y sobre las que debemos trabajar”.

Una microempresa comunitaria representa un sin número de oportunidades para sobresalir en el desarrollo rural, contando con la participación de toda la población ayudados por los entes gubernamentales que al futuro significa un desarrollo sustentable local.

#### **2.4.1. Cooperativismo**

En la ley 6756 de Asociaciones Cooperativas, capítulo 1, artículo 2, nos dice:

“Las cooperativas son asociaciones voluntarias de personas y no de capitales, con plena personería jurídica, de duración indefinida y responsabilidad limitada, en las que los individuos se organizan democráticamente a fin de satisfacer sus necesidades y promover su mejoramiento económico y social, como un medio de superar su formación individualista y en las cuales el motivo del trabajo y de la producción, de la distribución y del consumo, es el servicio y no el lucro”.

El cooperativismo en si es la asociación voluntaria de los individuos que busca mejorar las condiciones económicas y sociales en forma colectiva para satisfacer sus necesidades.

#### **2.4.2. Organización**

En la página web [www.promonegocios.com](http://www.promonegocios.com), manifiesta que la organización es:

“Una organización es un conjunto de elementos, compuesto principalmente por personas, que actúan e interactúan entre sí bajo una estructura pensada y diseñada para que los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, de forma coordinada, ordenada y regulada por un conjunto de normas, logren determinados fines, los cuales pueden ser de lucro o no”.

La organización es un conjunto de personas que se asocian para alcanzar objetivos comunes, están ligados por normas y reglamentos que permiten llevar sus operaciones de forma eficiente.

## **2.5. PRODUCTOS TRADICIONALES**

En la página web [www.ruralfinace.com](http://www.ruralfinace.com) manifiesta que:

“Desde un punto de vista técnico para el comercio internacional, un producto es considerado como "tradicional" cuando el valor agregado en su proceso de producción u obtención no es lo suficientemente importante como para transformar su esencia natural”.

Los productos tradicionales son aquellos que al llegar al consumidor final no han sufrido ninguna transformación, por lo que su producción es de forma natural.

### **2.5.1. Producción y mercado.**

#### **2.5.1.1. Labores Culturales**

BIBLIOTECA DE CAMPO, (2010), Manual Agropecuario, dice:

Las labores culturales son aquellas consideradas de uso común dentro del ciclo productivo, son todo tipo de labores que permiten la óptima

germinación, plantación o sembrado, desarrollo y cosecha del producto final, tanto así como la preparación del mismo para su comercialización.

Labores culturales generales son las que se aplican a todas las especies, cualquiera sea la forma en que se las cultive, salvo algunas excepciones.

**Descortezado:** es la operación que se realiza en suelos sueltos con tendencia a formar cortezas duras (planchado), y cuya finalidad es romper la costra superficial para facilitar la emergencia de las plántulas o bien destruir la capilaridad evitando de ese modo la exagerada evaporación. La maquinaria utilizada para esta labor es: rastra de dientes, tablón, rastrillo, etc.

**Carpida:** es aquella operación que se realiza a una profundidad variable (depende del cultivo y del suelo) entre 8 y 12 cm, para eliminar malezas y remover la tierra, mejorando de esta forma la granulosidad, aumentando el contenido de aire y la meteorización necesaria para activar las reacciones del suelo y con ello la descomposición de las sustancias orgánicas. Se utilizan maquinas que remueven el suelo por medio de elementos cortantes dispuestos más o menos verticalmente, ya sean:

Manuales: escardillo, zapines, zapas, etc.

De tracción mecánica o animal: carpidores, cultivadores, etc.

**Escardillado:** similar a la carpida, este se hace a menor profundidad (de 4 a 8 cm). En suelos sueltos se realiza después de cada riego para conservar la humedad, en los suelos pesados se hace después que la superficie comienza a secarse y de formarse la costra. Se utilizan las mismas herramientas que en la carpida.

**Aporque:** es cuando se arrima tierra al pie de la planta con la finalidad de:

Dar a la planta mayores elementos de sostén. Por ejemplo en el maíz para favorecer el anclaje de las raíces.

Favorecer el desarrollo de las raíces y bulbos. Por ejemplo cebolla, ajo, remolacha, etc.

Favorece el blanqueado. Por ejemplo espárragos, apio, acelga, etc.

Proteger las raíces y bulbos de las heladas. Se utilizan asadas (manual), aporcadores de doble vertederas, arado de mancera de una vertedera (tracción).

**Raleo:** se realiza para eliminar plantas con el objetivo de dar al cultivo una densidad apropiada, evitando de ese modo la competencia. Según la superficie y la especie puede hacerse a mano o con escardillos, zapines y en lotes más extensos se utilizan rastras de dientes.

**Control de plagas:** Control de malezas: compiten con el cultivo en el consumo de nutrientes, luz y agua. Ocasionan inconvenientes en la cosecha.

Las malezas por estar mejor adaptadas, se difunden y multiplican con facilidad, resisten mas las adversidades climáticas.

Para el control de malezas hay distintos métodos, ellos son:

Físico:

- Desmalezado manual: se realiza con escardillos, azadas, palas y zapines.
- Desmalezado mecánico: cultivadores y rastras se los emplea para controlar malezas anuales y perennes en terrenos de cultivo o antes de la implantación. La elección del implemento depende del cultivo, especie y estado de la maleza y tipo de suelo.

- Coberturas con paja, polietileno, impide el crecimiento de las malezas. La quema de rastrojo no se recomienda por la materia orgánica que se pierde.

Biológico: consiste en controlar malezas por otros organismos (insectos, hongos, bacterias y plantas).

Químico: se realiza con el uso de herbicidas que matan o impiden el crecimiento de la maleza. Hay que tener en cuenta que los herbicidas selectivos controlan determinadas malezas, depende de cada producto y dosis empleada.

La susceptibilidad tanto de malezas como de cultivo está relacionada con la época que se realiza la aplicación. Es necesario efectuarlo en los momentos de máxima resistencia del cultivo y la máxima susceptibilidad de la maleza. Los tratamientos se hacen en épocas diferentes, características por el estado del cultivo.

Tratamientos pre-siembra/ pre-plantación: se puede realizar sobre follaje de las malezas con producción que atacan por contacto y matan su parte aérea o productos que son absorbidos y transportados a todo su interior matándolas de raíz. También por suelo con productos residuales que maten a las malezas a medida que germinen.

- Tratamiento residual sobre suelo:
- Tratamiento sobre el follaje:

Tratamiento pre-emergencia: el herbicida se aplica en el cultivo después de haberlo sembrado pero antes de que germine se usan productos de origen residual sobre el suelo, que impide la germinación de malezas. En un cultivo de germinación lenta, los primeros en emerger son las malezas que se pueden eliminar con herbicidas de follaje y actúan por contacto.

Tratamiento post-emergencia: se pueden utilizar herbicidas de contacto sobre el follaje de las malezas o de acción residual sobre el suelo.

Una forma es la aplicación dirigida, evitando mojar el cultivo. Se hace entre los surcos de cultivos hortícolas.

Tratamiento total o no selectivo: se realzan los bordos de los canales de riego, acequias, caminos y mata toda la vegetación existente. Deben realizarse sobre toda la superficie o en bandas comunes. En hortalizas con suficiente distancia entre surcos.

El criterio más racional a emplear para el control de malezas debe basarse en distintas prácticas:

- Rotación del cultivo
- Labores culturales
- Empleo de herbicidas.

**Cosecha:** La producción de frutos depende en gran parte de una buena floración. El momento más oportuno de cosecha es cuando el fruto ha alcanzado su tamaño y desarrollo normal; sin embargo debe manipularse con mucho cuidado, ya que la fruta debe mantenerse en buenas condiciones. Para la comercialización en mercados más lejanos o para la industria, el grado de madurez del producto para recolección es cuando tiene una coloración y tamaño adecuado.

#### **2.5.1.2 Control de calidad**

El producto recolectado debe ser inspeccionado y clasificado manualmente con el propósito de eliminar los materiales extraños, frutos defectuosos, dañados y aquellos que no tengan el grado de madurez

adecuado, esta labor se facilita enormemente si previamente ya se ha realizado una clasificación al momento de la cosecha.

Para la clasificación se consideran: el tamaño, el grado y la calidad del producto, ésta última se relaciona con sus características físicas como son: apariencia, color, limpieza, madurez, frescura, olores y sabores extraños.

## **2.5.2. El mercado**

El estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización (BACA, 2010). Desde esta perspectiva el estudio de mercado permite determinar si la oferta de un producto o servicio es recomendable en un determinado lugar, así como el precio al que los consumidores están dispuestos a comprar.

### **2.5.2.1. El Producto**

Según BACA, Gabriel (2010), dice: “El producto es el resultado natural del proceso productivo”. Pág. 14. Se entiende por producto un bien o servicio que se oferta a un mercado al finalizar un proceso productivo con la finalidad de satisfacer las necesidades del consumidor.

### **2.5.2.2 La Demanda**

SAPAG, Nassir (2008), dice: “Se entiende por demanda la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. Pág. 81. Lo anterior obliga a cada persona a definir una combinación de bienes o servicios que ha de consumir y que maximice su satisfacción.

### **2.5.2.3 La oferta**

SAPAG, Nassir (2008), señala: “El término oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios”. Pág. 55. La oferta son todos los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado a un precio definido, para satisfacer las necesidades de los consumidores.

### **2.5.2.4 El Precio**

BACA, Gabriel (2010), manifiesta: “El precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”. Pág.44. De acuerdo a lo manifestado por el autor, el precio es el valor económico que se le da a un bien o servicio para su comercialización con la finalidad de obtener una utilidad.

### **2.5.2.5 Comercialización**

Comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar (BACA, 2010). Se entiende por comercialización el proceso mediante el cual los bienes y servicios llegan desde el fabricante hasta el consumidor para su respectiva venta.

## **CAPITULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

Un estudio de mercado se lo realiza para bajar la incertidumbre de la factibilidad que signifique el ingreso de un producto al mercado, se vale de instrumentos de investigación y de datos históricos los cuales ayudan a tener una idea clara del comportamiento del mercado.

#### **3.2.OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **3.2.1. Objetivo general.**

Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda, la oferta y los precios de los productos.

##### **3.2.2. Objetivos específicos.**

- Determinar la oferta de frutas que existe en el sector.
- Determinar la demanda del producto en el radio de acción.
- Establecer los niveles de precios del producto que se dan en el mercado.
- Determinar las principales características que tiene el producto.
- Determinar los canales de distribución por los cuales se comercializara el producto

### 3.3. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.

#### 3.3.1. Características

##### 3.3.1.1. Características físicas.

- **La mora.-** Cuando está madura presenta las siguientes características: color rojo, morado o morado negruzco, forma cónica aplanada en la base y redonda en el ápice, largo de 1,5 a 2 cm, ancho de 1,5 a 2 cm, el peso promedio es de 2 a 5 gr.



- **La uvilla.-** Llamada también uchuva, es una fruta de origen americano, perteneciente al grupo de frutas semi-ácidas. Redonda, amarilla, dulce y pequeña con una cáscara protectora. Se consume sola, en almíbar, postres y con otras frutas dulces. La uvilla es rica en vitamina C, purifica la sangre, elimina la albúmina de los riñones, reconstruye y fortifica el nervio óptico, es eficaz en el tratamiento de afecciones de la garganta. Se caracteriza por tener una raíz fibrosa ramificada, tallo herbáceo con vellosidades, hojas cubiertas de pubescencia fina y blanquecina, de borde entero acorazonadas alternas, miden de 2a 6cm. de largo por 4cm. de ancho.



### 3.3.1.2. Características químicas

- **Mora.**

Las características químicas de la mora porción de 100 gr. Comestible 90% son las siguientes.

**CUADRO N°3.1**

#### **CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DE LA MORA**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>UNIDAD</b>
Acido ascórbico	8	mg
Agua	92,8	g
Calcio	42	mg
Calorías	23	mg
Carbohidratos	5,6	g
Cenizas	0,4	g
Fibra	0,5	g
Fosforo	10	mg
Grasa	0,1	g
Hierro	1,7	mg
Niacina	0,3	mg
Proteínas	0,6	g
Rifoblavina	0,05	mg
Tiamina	0,02	mg

**Fuente:** MAGAP

**Elaborado por:** El autor

- **Uvilla**

Las características químicas de la uvilla porción de 100 gr. son las siguientes:

**CUADRO N°3.2  
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DE LA UVILLA**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Calorías	54.0
Agua	79.6
Proteínas	1.5g
Grasas	0.5g
Carbohidratos	11.0g
Fibra	0.4g
Cenizas	0.7g
Calcio	9.0g
Fósforo	2.1g
Hierro	1.7g
Vitamina A	1730.0 U.I.
Tiamina	0.01mg
Riboflavina	0.17mg
Niacina	0.8mg
Ácido ascórbico	20.0mg
Pulpa	70.0g
Cáscara	3.5g
Semilla	26.5g

**Fuente:** SICA

**Elaborado por:** El autor.

### 3.3.1.3. Valores nutritivos

- **Mora**

Los valores nutritivos de la mora en una porción de 200 gr son los siguientes: agua 84%, energía alimentaria 85 calorías, proteínas 2gr.,

carbohidratos 19 gr., calcio 46 mg., hierro 1.3 mg., vitamina A 250 (UI), tiamina 0.05 mg. niacina 0.5 mg. Y ácido ascórbico 30 mg.

- **Uvilla**

La uvilla es importante por su alto contenido de azúcares y vitaminas A, B y C, principalmente. Es rica en vitamina C (20 mg por 100 g), así como en ácidos orgánicos (cítrico y málico), fisaleno (colorante rojo), vitamina A (1.730 UI) (13)

### **3.3.2. Productos sustitutos**

#### **3.3.2.1. Las fresas y frutillas**

Estos son productos que fácilmente pueden sustituir a la mora en el consumo de las personas, aun que su producción no es significativa en el sector. Este producto tiene similares características que la mora y puede ser utilizado en las mismas formas, su costo también no varía significativamente por lo que es ligeramente menos costoso. Estos productos se comercializan desde la provincia de Imbabura.

### **3.4. ESTRUCTURA DEL MERCADO.**

#### **3.4.1. Monopolio**

Este tipo de mercado se caracteriza por la influencia de un solo productor o vendedor sobre el precio y por oferta escasa.

#### **3.4.2. Oligopolio**

Este mercado se caracteriza por un número pequeño de vendedores quienes obran de común acuerdo.

### 3.4.3. Competencia perfecta.

También se denomina mercado de libre competencia o libre concurrencia. Se caracteriza por tener un gran número de vendedores, un gran número de compradores, una tipificación del bien o el servicio, la libertad para seleccionar el producto, y la indivisibilidad del producto y del precio.

## 3.5. INVESTIGACIÓN

### 3.5.1. Segmentación

El segmento de mercado el cual se trabajará son las familias del cantón Montufar, provincia del Carchi.

### 3.5.2. Marco muestral o universo

El marco muestral en el cual se realizara estudio son las familias urbanas del cantón Montufar, los cuales según el censo del año 2010 realizado por el I.N.E.C (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo) el cantón Montufar en la parte urbana tiene una población de 21.096 habitantes, por los cuales el promedio por familia es de 3,8 miembros. Si con estos datos calculamos el número de familias que hay en el cantón, nos da un aproximado de 5552 familias las cuales van a ser la población para calcular la muestra.

**CUADRO Nº 3.3**  
**FAMILIAS DEL CANTÓN MONTUFAR**

<b>Población Urbana</b>	<b>Número de miembros por familia</b>	<b>Total Familias</b>
21096	3,8	5552

**Fuente:** INEC, censo 2010.  
**Elaborado por:** El Autor.

Otra población que brindara una buena información es la de los comerciantes de frutas del cantón, los cuales según datos encontrados en el Gobierno municipal de Montufar son 28 personas.

Es importante también tomar en cuenta los productores de estas dos frutas los cuales según datos proporcionados en el MAGAP (Ministerio de agricultura, ganadería y pesca) son alrededor de 8 productores de uvilla y 13 productores de moras.

### 3.5.3. Tamaño de la muestra.

El cálculo de la muestra es el siguiente:

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

$$n = \frac{5552 * 0.25 * (1.96)^2}{(0.05)^2(5552-1) + (1.96)^2 * 0.25}$$

$$n = \frac{5332,14}{14,83}$$

$$n = 359,55$$

$$n = 360$$

N= Población

$\delta^2$ = Varianza 0,25

Z= Nivel de confianza 95% = 1,96

$E^2$ = 0,05

Aplicando la respectiva fórmula se tiene como resultado 360 personas a encuestar las cuales están representadas por las amas de casa de las familias del cantón Montufar.

#### **3.5.4. Metodología de investigación de campo.**

El método utilizado para obtener la muestra fue el muestreo estadístico estratificado, con la utilización de la encuesta como herramienta de investigación.

También se realizó una investigación de observación directa del proceso productivo de estos dos productos. La investigación en las páginas oficiales también proporcionó información valiosa para desarrollar el estudio de mercado.

#### **3.5.5. Resultados de encuestas y entrevistas aplicadas.**

Las encuestas fueron aplicadas a las familias del sector urbano del cantón Montufar, a los comerciantes de frutas y a los productores de moras y uvillas del sector.

Se aplicó también una entrevista a un experto en cultivos de moras y uvillas.

3.5.5.1. Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a las familias urbanas del cantón Montufar.

1. ¿Los siguientes productos, son parte de la dieta alimenticia de su familia?

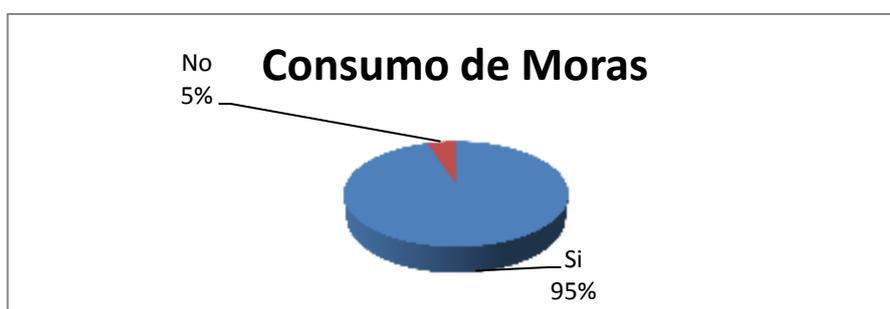
CUADRO Nº 3.4  
CONSUMO DE MORAS Y UVILLAS

Producto	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mora	Si	342	95%
	No	18	5%
<b>Total</b>		<b>360</b>	<b>100%</b>
Uvilla	Si	252	70%
	No	108	30%
<b>Total</b>		<b>360</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a las familias del cantón.

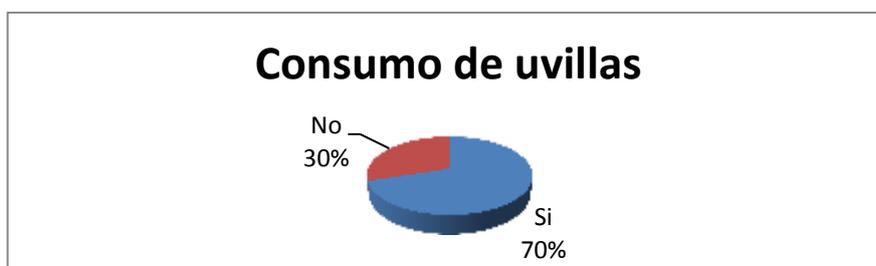
Elaborado por: El Autor.

GRÁFICO Nº 3.1  
CONSUMO DE MORAS



Elaborado por: El Autor.

GRÁFICO Nº 3.2  
CONSUMO DE UVILLAS



Elaborado por: El Autor.

## Análisis

En lo que tiene que ver con el consumo de moras el 95% de las familias encuestadas añaden a este producto en su alimentación; en la uvilla solo el 70% lo hacen esto se debe a que este producto todavía no es muy conocido.

### 2. ¿En qué lugar adquiere Ud. Estos productos?

**CUADRO N° 3.5**  
**LUGAR DE COMPRA DE LOS PRODUCTOS**

Producto	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mora	Supermercados	45	13%
	Mercados	242	71%
	Productores	19	6%
	Vendedores Ambulantes	36	11%
<b>Total</b>		<b>342</b>	<b>100%</b>
uvilla	Supermercados	35	14%
	Mercados	176	70%
	Productores	15	6%
	Vendedores Ambulantes	26	10%
<b>Total</b>		<b>252</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias del cantón.

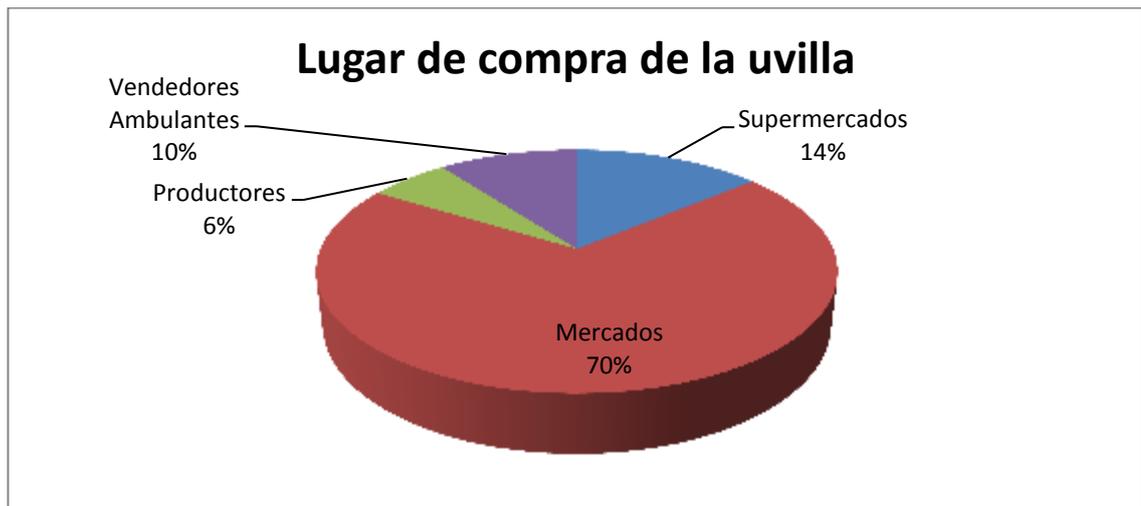
**Elaborado por:** El Autor.

**GRÁFICO N° 3.3**  
**LUGAR DE COMPRA DE LA MORA**



Elaborado por: El Autor.

**GRÁFICO N° 3.4**  
**LUGAR DE COMPRA DE LA UVILLA**



Elaborado por: El Autor.

### **Análisis**

De las personas encuestadas el 70% adquiere este tipo de productos en los mercados, un 15 % lo hace en los supermercados. Esto significa que la mayoría de las personas se traslada a los mercados para adquirir estas frutas.

3. ¿Con que frecuencia adquiere Ud. Este producto?

**CUADRO N° 3.6**  
**FRECUENCIA DE CONSUMO**

Producto	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mora	Una vez por mes	34	10%
	Dos veces por mes	52	15%
	Tres veces por mes	67	20%
	Cuatro veces por mes	189	55%
<b>Total</b>		<b>342</b>	<b>100%</b>
Uvilla	Una vez por mes	50	20%
	Dos veces por mes	101	40%
	Tres veces por mes	61	24%
	Cuatro veces por mes	40	16%
<b>Total</b>		<b>252</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias del cantón.

**Elaborado por:** El Autor.

**GRÁFICO N° 3.5**  
**FRECUENCIA DE CONSUMO MORA**



**Elaborado por:** El Autor.

**GRÁFICO N° 3.6**  
**FRECUENCIA DE CONSUMO UVILLA**



**Elaborado por:** El Autor.

### **Análisis**

De las personas que consumen moras más del 50% lo consume cada 8 días, una cantidad importante (20%) lo compra unas tres veces por semana. En las uvillas, de las personas que la consumen un 40% de ellas adquieren esta fruta dos veces por semana, aun que un 24% lo compra tres veces por semana.

#### **4. ¿Qué cantidad de producto adquiere?**

**CUADRO N° 3.7**  
**CANTIDAD DE CONSUMO**

<b>Producto</b>	<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Mora	De 0 a 1 Libra	230	67%
	De 1.01 a 2 Libras	60	18%
	De 2.01 a 3 libras	34	10%
	De 3 en adelante	18	5%
<b>Total</b>		<b>342</b>	<b>100%</b>
Uvilla	De 0 a 1 Libra	177	70%
	De 1.01 a 2 Libras	60	24%
	De 2.01 a 3 libras	10	4%
	De 3 en adelante	5	2%
<b>Total</b>		<b>252</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias del cantón.

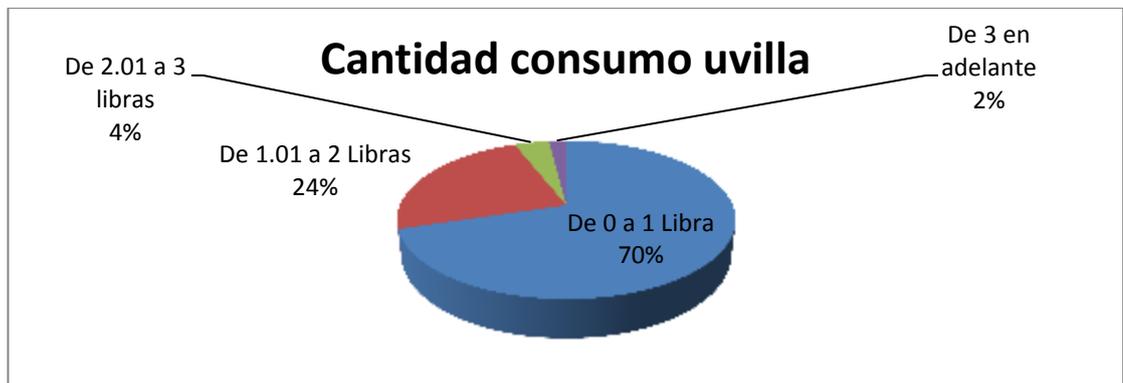
**Elaborado por:** El Autor.

**GRÁFICO N° 3.7**  
**CANTIDAD DE CONSUMO DE MORA**



Elaborado por: El Autor.

**GRÁFICO N° 3.8**  
**CANTIDAD DE CONSUMO DE UVILLA**



Elaborado por: El Autor.

### Análisis

De todas las personas que consumen moras el 67% de ellos adquieren hasta una libra, la minoría compra más de una libra, esto se debe a que la fruta se la debe consumir lo más pronto antes de que se dañe. En las uvillas es algo similar de las personas que la consumen el 70% solo compra máximo una libra.

5. ¿El precio en el cual Ud. adquiere el producto por libra está entre?

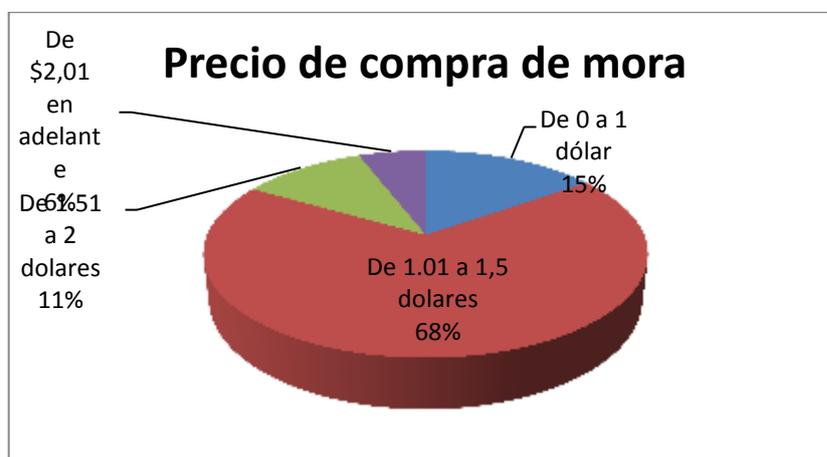
**CUADRO N° 3.8  
PRECIO DE COMPRA**

Producto	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mora	De 0 a 1 dólar	52	15%
	De 1.01 a 1,5 dólares	233	68%
	De 1.51 a 2 dólares	37	11%
	De \$2,01 en adelante	20	6%
<b>Total</b>		<b>342</b>	<b>100%</b>
Uvilla	De 0 a 1 dólar	168	66%
	De 1.01 a 1,5 dólares	65	26%
	De 1.51 a 2 dólares	14	6%
	De \$2,01 en adelante	5	2%
<b>Total</b>		<b>252</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias del cantón.

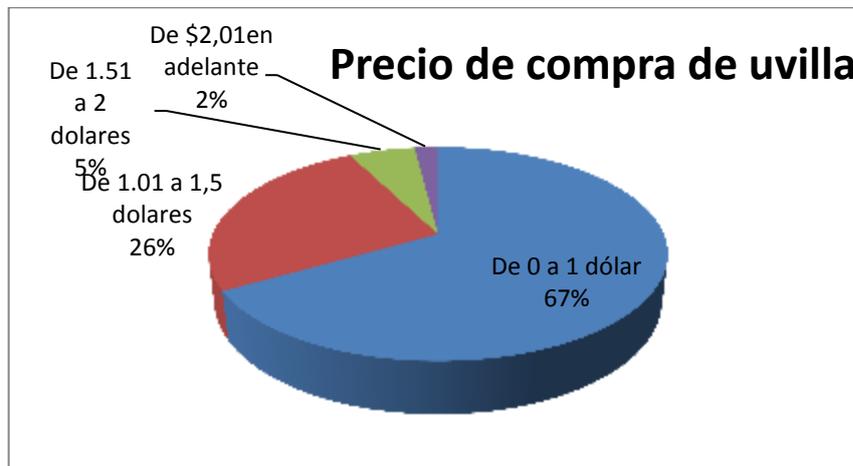
**Elaborado por:** El Autor.

**GRÁFICO N° 3.9  
PRECIO DE COMPRA DE MORA**



**Elaborado por:** El Autor.

**GRÁFICO Nº 3.10**  
**PRECIO DE COMPRA DE UVILLA**



Elaborado por: El Autor.

### Análisis

En lo que tiene que ver del precio de las moras el 68% de las personas coincide que actualmente el valor de la libra oscila entre un dólar y 1,5. En lo que tiene que ver en el precio de la uvilla el 67% coincide que el máximo valor que pagan por una libra de este producto es un dólar.

### 6. ¿Qué factor toma más en cuenta al adquirir el producto?

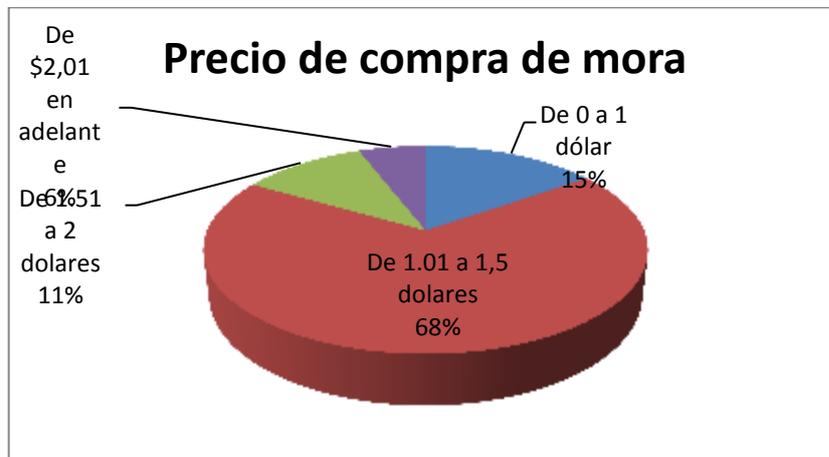
**CUADRO Nº 3.9**  
**FACTOR QUE TOMA EN CUENTA AL ADQUIRIR EL PRODUCTO**

Producto	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mora	Calidad	220	64%
	Presentación	47	14%
	Precio	75	22%
<b>Total</b>		<b>342</b>	<b>100%</b>
Uvilla	Calidad	157	63%
	Presentación	36	14%
	Precio	59	23%
<b>Total</b>		<b>252</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias del cantón.  
**Elaborado por:** El Autor.

**GRÁFICO Nº 3.11**

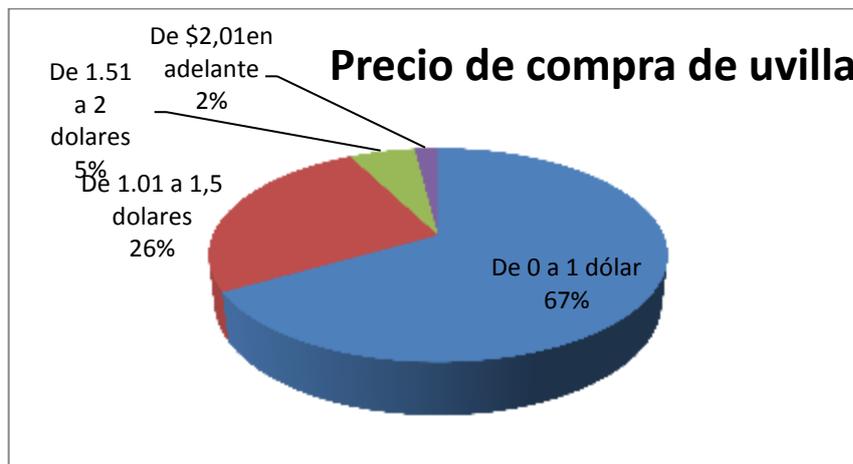
**FACTOR QUE TOMA EN CUENTA AL ADQUIRIR EL PRODUCTO**



Elaborado por: El Autor.

**GRÁFICO Nº 3.12**

**FACTOR QUE TOMA EN CUENTA AL ADQUIRIR EL PRODUCTO**



Elaborado por: El Autor.

## Análisis

En los dos productos las personas encuestadas coinciden en que la calidad de la fruta es lo más importante, aun que una parte importante también coincide que es el precio puesto que actualmente la economía no es la mejor.

### 7. ¿En qué forma Ud. Prefiere adquirir el producto?

**CUADRO N° 3.10**

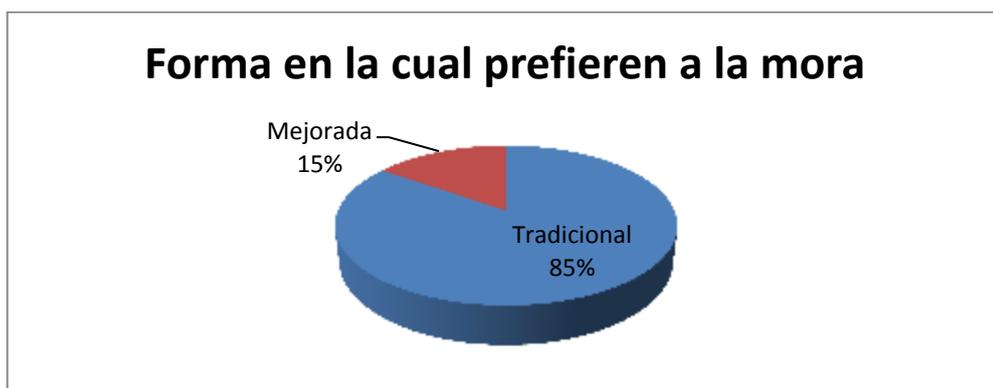
**FORMA EN LA CUAL PREFIEREN ADQUIRIR EL PRODUCTO**

Producto	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mora	Tradicional	290	85%
	Procesada	52	15%
<b>Total</b>		<b>342</b>	<b>100%</b>
Uvilla	Tradicional	203	81%
	Procesada	49	19%
<b>Total</b>		<b>252</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a las familias del cantón.  
Elaborado por: El Autor.

**GRÁFICO N° 3.13**

**FORMA EN LA CUAL PREFIEREN ADQUIRIR LA MORA**



Elaborado por: El Autor.

**GRÁFICO N° 3.14**  
**FORMA EN LA CUAL PREFIEREN ADQUIRIR LA UVILLA**



**Elaborado por:** El Autor.

### **Análisis**

La gran mayoría de las personas encuestadas prefieren adquirir el producto de la forma tradicional, una minoría piensa que se debe producir estos productos en una forma mejorada.

### **3.5.5.2. Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los comerciantes de frutas cantón Montufar.**

#### **1. ¿De qué lugar proviene los productos que usted compra?**

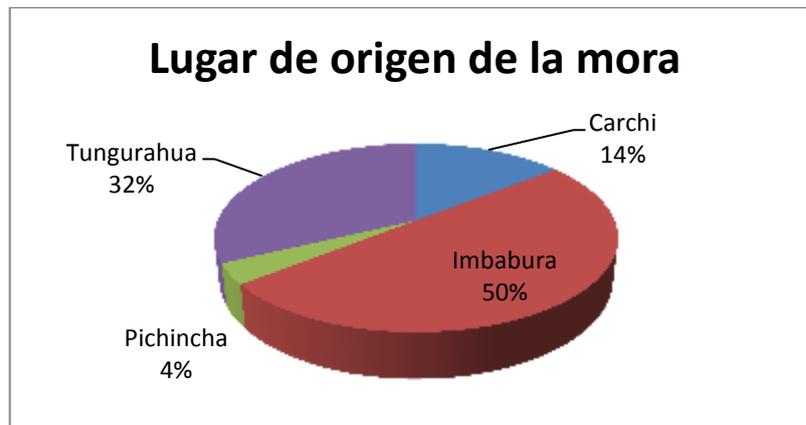
**CUADRO N° 3.11**  
**LUGAR DE ORIGEN DE LAS FRUTAS**

<b>Producto</b>	<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Mora	Carchi	4	14%
	Imbabura	14	50%
	Pichincha	1	4%
	Tungurahua	9	32%
<b>Total</b>		<b>28</b>	<b>100%</b>
uvilla	Carchi	5	18%
	Imbabura	15	54%
	Pichincha	1	4%
	Tungurahua	7	25%
<b>Total</b>		<b>28</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los comerciantes del cantón.

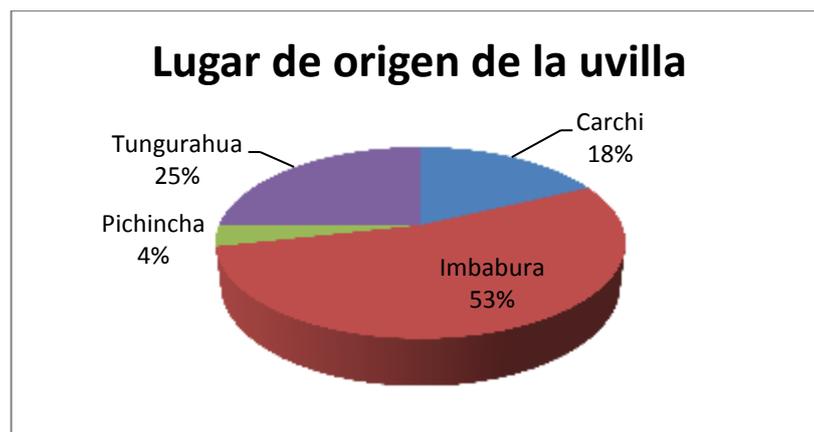
**Elaborado por:** El Autor.

**GRÁFICO N° 3.15**  
**LUGAR DE ORIGEN DE LA MORA**



Elaborado por: El Autor.

**GRÁFICO N° 3.16**  
**LUGAR DE ORIGEN DE LA UVILLA**



Elaborado por: El Autor.

### **Análisis**

De los 28 comerciantes en los cuales se hizo la encuesta más del 50% coinciden en que sus frutas provienen de la provincia de Imbabura, un importante 30% de comerciantes compra fruta que proviene de la provincia de Tungurahua. La provincia del Carchi solo cubre un 17% de las compras de estas frutas.

2. En qué lugar Ud. Adquiere su producto:

**CUADRO N° 3.12**  
**LUGAR DE ENTREGA**

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Lugar de cosecha	0	0%
Centro de acopio		0%
Mayoristas		0%
Le entregan en su propio local	28	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a los comerciantes del cantón.  
**Elaborado por:** El Autor.

**GRÁFICO N° 3.17**  
**LUGAR DE ENTREGA**



**Elaborado por:** El Autor.

**Análisis**

De los 28 comerciantes encuestados todos reciben sus productos en su propio lugar de venta.

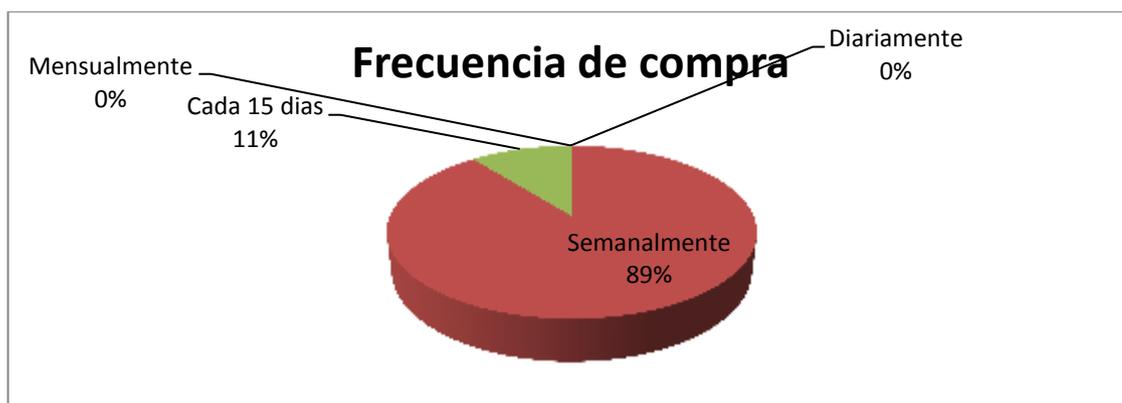
### 3. ¿Con que frecuencia adquiere este producto?

**CUADRO N° 3.13**  
**FRECUENCIA DE COMPRA**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	0	0%
Semanalmente	25	89%
Cada 15 días	3	11%
Mensualmente	0	0%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los comerciantes del cantón.  
**Elaborado por:** El Autor.

**GRÁFICO N° 3.18**  
**FRECUENCIA DE COMPRA**



**Elaborado por:** El Autor.

#### **Análisis**

La gran mayoría de los encuestados (89%) compran estos productos semanalmente, ya que son productos **pericibles** no se puede guardar por mucho tiempo por lo que optan por comprar lo necesario para vender en una semana.

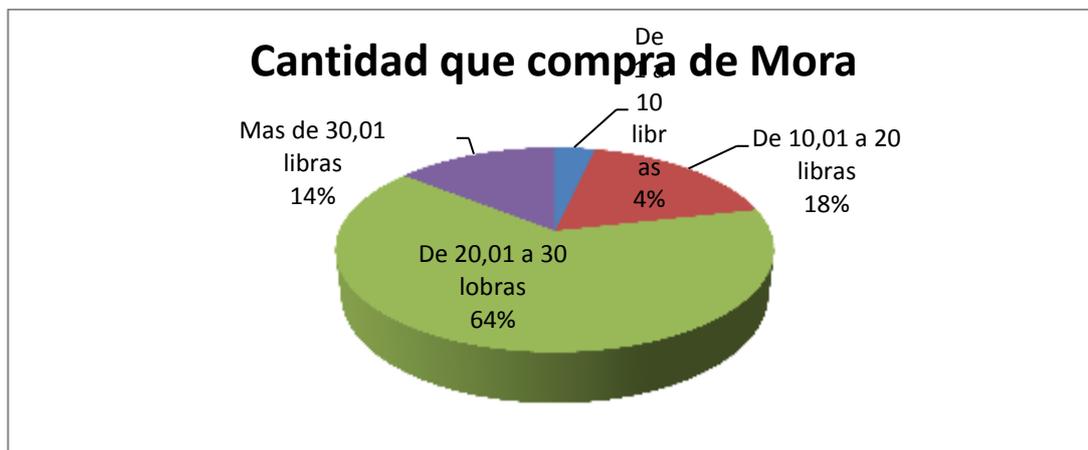
4. ¿Qué cantidad de producto adquiere semanalmente?

**CUADRO N° 3.14**  
**CANTIDAD DE COMPRA**

Producto	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mora	De 1 a 10 libras	1	4%
	De 10,01 a 20 libras	5	18%
	De 20,01 a 30 libras	18	64%
	Más de 30,01 libras	4	14%
<b>Total</b>		<b>28</b>	<b>100%</b>
Uvilla	De 1 a 10 libras	4	14%
	De 10,01 a 20 libras	16	57%
	De 20,01 a 30 libras	5	18%
	Más de 30,01 libras	3	11%
<b>Total</b>		<b>28</b>	<b>100%</b>

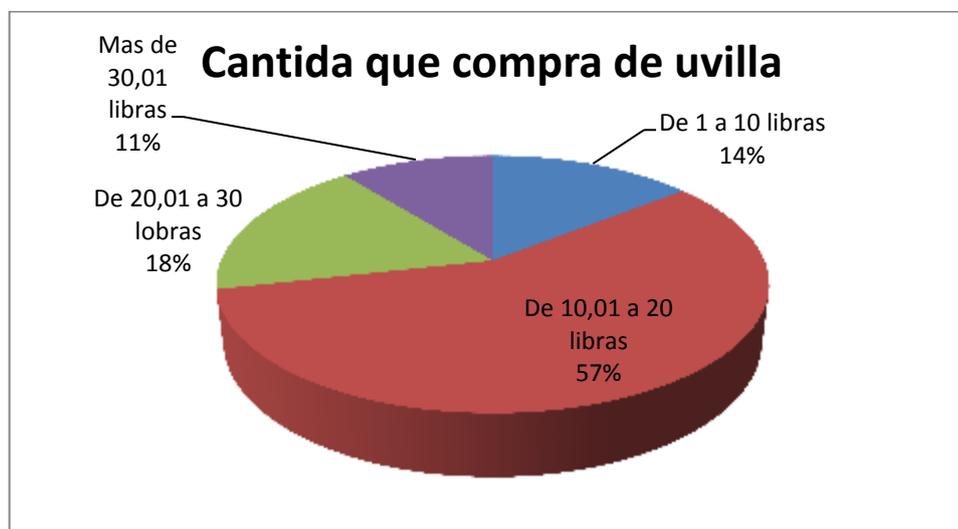
**Fuente:** Encuesta realizada a los comerciantes del cantón.  
**Elaborado por:** El Autor.

**GRÁFICO N° 3.19**  
**CANTIDAD DE COMPRA DE MORA**



**Elaborado por:** El Autor.

**GRÁFICO N° 3.20**  
**CANTIDAD DE COMPRA DE UVILLA**



Elaborado por: El Autor.

### Análisis

El 64% de los comerciantes compran una cantidad entre 20 y 30 libras e mora para su comercialización al público. En cambio el 57% de los comerciantes compra de 10 a 20 libras de uvilla. Esto depende de la afluencia que tiene cada uno de los comerciantes.

### 5. ¿Qué factor es más importante al adquirir el producto?

**CUADRO N° 3.15**  
**FACTOR MÁS IMPORTANTE**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	26	93%
Presentación	1	4%
Precio	1	4%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los comerciantes del cantón.  
**Elaborado por:** El Autor.

**GRÁFICO N° 3.21**  
**FACTOR MÁS IMPORTANTE**



Elaborado por: El Autor.

### Análisis

La gran mayoría de los encuestados coinciden en que al momento de comprar sus productos para vender al público el factor más importante es la calidad del producto.

### 6. ¿A qué precio por libra Ud. adquiere normalmente estos productos?

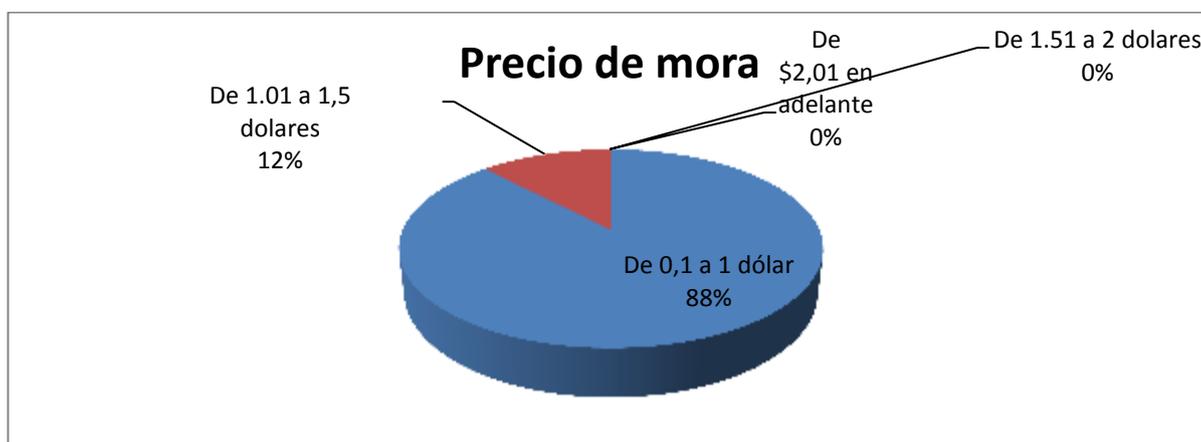
**CUADRO N° 3.16**  
**PRECIO DEL PRODUCTO**

Producto	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mora	De 0,1 a 1 dólar	22	88%
	De 1.01 a 1,5 dólares	3	12%
	De 1.51 a 2 dólares	0	0%
	De \$2,01 en adelante	0	0%

<b>Total</b>		<b>25</b>	<b>100%</b>
Uvilla	De 0,1 a 0,75 dólar	25	89%
	De 0,76 a 1,5 dólares	2	7%
	De 1.51 a 2 dólares	1	4%
	De \$2,01 en adelante	0	0%
<b>Total</b>		<b>28</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los comerciantes del cantón.  
**Elaborado por:** El Autor.

**GRÁFICO Nº 3.22**  
**PRECIO DE LA MORA**



**Elaborado por:** El Autor.

**GRÁFICO Nº 3.23**  
**PRECIO DE LA UVILLA**



**Elaborado por:** El Autor.

## Análisis

En que lo que tiene que ver con la mora los comerciantes actualmente el 88% de ellos adquiere el producto máximo a un dólar la libra. En la uvilla el 89% de los comerciantes adquieren a un máximo de 0,75 centavos de dólar la libra. Estos valores pueden cambiar por las fuerzas del mercado de oferta y de demanda por lo que los precios son muy cambiantes.

### 3.5.5.3. Resultados de encuestas aplicadas a los productores de moras y uvillas del cantón Montufar.

1. ¿Qué extensión de terreno dispone para el cultivo de estos productos?

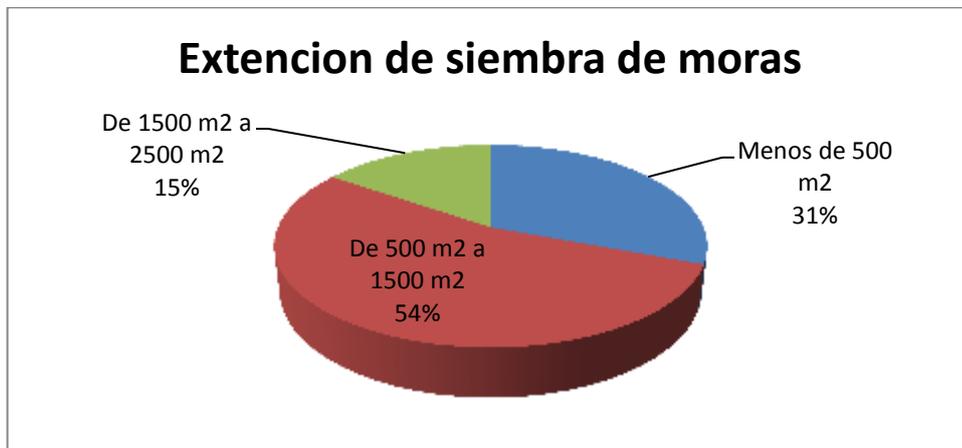
**CUADRO N° 3.17**  
**EXTENSIÓN DE SIEMBRA DE PRODUCTO**

Producto	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mora	Menos de 500 m2	4	31%
	De 500 m2 a 1500 m2	7	54%
	De 1500 m2 a 2500 m2	2	15%
<b>Total</b>		<b>13</b>	<b>100%</b>
Uvilla	Menos de 500 m2	5	63%
	De 500 m2 a 1500 m2	2	25%
	De 1500 m2 a 2500 m2	1	13%
<b>Total</b>		<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores del cantón.

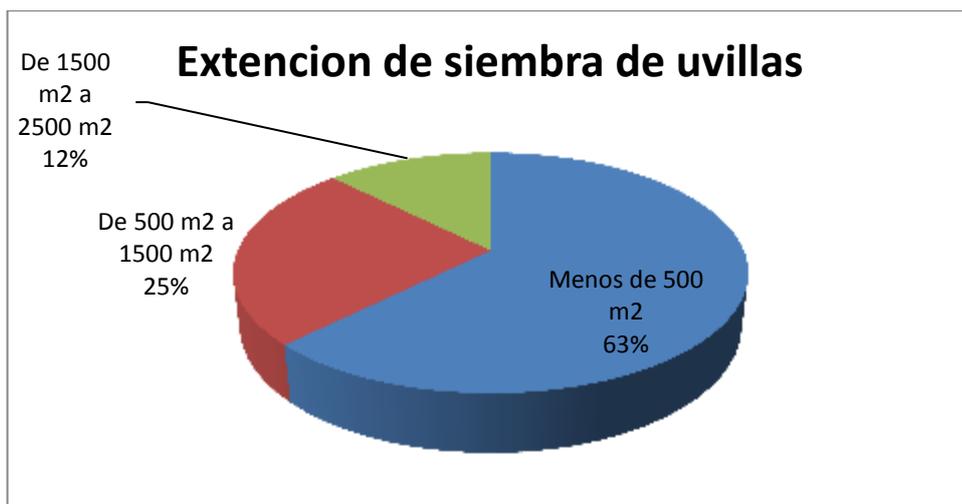
**Elaborado por:** El Autor.

**GRÁFICO Nº 3.24**  
**EXTENSIÓN DE SIEMBRA DE MORA**



Elaborado por: El Autor.

**GRÁFICO Nº 3.25**  
**EXTENSIÓN DE SIEMBRA DE PRODUCTO**



Elaborado por: El Autor.

### **Análisis**

De los productores que cultivan moras más de la mitad de ellos (54%) cultivan una extensión entre 500 y 1500 m<sup>2</sup>, en cambio de los productores de uvillas el 62% solo cultivan menos de 500 m<sup>2</sup>.

2. ¿Cuál es el sistema de riego que usted utiliza?

**CUADRO N° 3.18**  
**MÉTODO DE RIEGO EN LOS CULTIVOS**

Producto	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mora	Por inundación	3	23%
	Por surcos	10	77%
	Por goteo	0	0%
	Por aspersion	0	0%
<b>Total</b>		<b>13</b>	<b>100%</b>
Uvilla	Por inundación	3	37,5%
	Por surcos	5	62,5%
	Por goteo	0	0%
	Por aspersion	0	0%
<b>Total</b>		<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores del cantón.

**Elaborado por:** El Autor

**GRÁFICO N° 3.26**  
**MÉTODO DE RIEGO EN LOS CULTIVOS DE MORA**



**Elaborado por:** El Autor.

**GRÁFICO N° 3.27**  
**MÉTODO DE RIEGO EN LOS CULTIVOS DE UVILLA**



Elaborado por: El Autor.

### Análisis

En los dos productos se evidencia que la mayoría de los productores riegan sus cultivos por el método de surco, ya que estas dos plantas se caracterizan por dar sus frutos en sus arbustos, por lo que si se aplicara el método de aspersión se podría hacer daño a sus frutos.

### 3. ¿Los insumos que utiliza para la producción de estos productos son de fácil acceso?

**CUADRO N° 3.19**  
**ACCESOS A INSUMOS**

Producto	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mora	Si	13	100%
	No	0	0%
<b>Total</b>		<b>13</b>	<b>100%</b>
Uvilla	Si	8	100,0%
	No	0	0%
<b>Total</b>		<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores del cantón.  
**Elaborado por:** El Autor

**GRÁFICO N° 3.28**  
**ACCESOS A INSUMOS PARA LA MORA**



Elaborado por: El Autor

**GRÁFICO N° 3.29**  
**ACCESOS A INSUMOS PARA LA UVILLA**



### **Análisis**

Los insumos que se utilizan en estos dos cultivos se encuentran fácilmente en las casas comerciales de químicos de la ciudad de San Gabriel.

#### 4. ¿Cada qué tiempo cosecha estos productos?

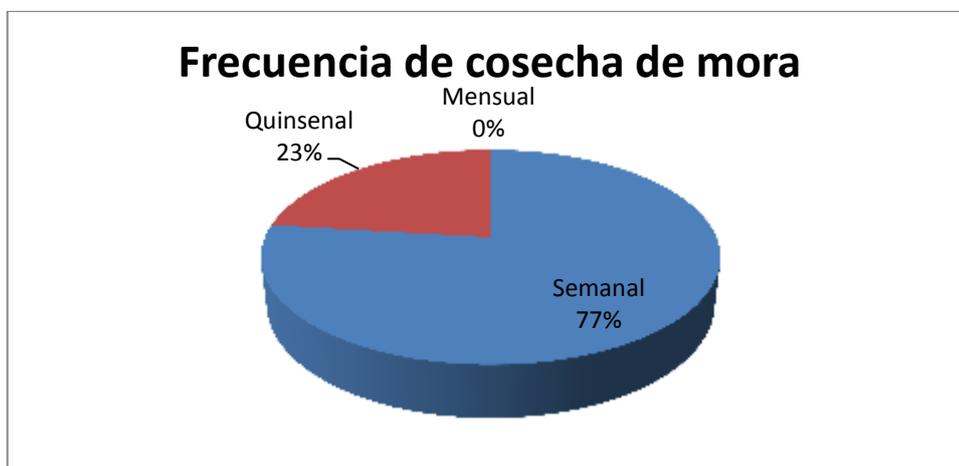
**CUADRO N° 3.20**  
**FRECUENCIA DE COSECHA**

Producto	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mora	Semanal	10	77%
	Quincenal	3	23%
	Mensual	0	0%
<b>Total</b>		<b>13</b>	<b>100%</b>
Uvilla	Semanal	6	75,0%
	Quincenal	2	25,0%
	Mensual	0	0%
<b>Total</b>		<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores del cantón.

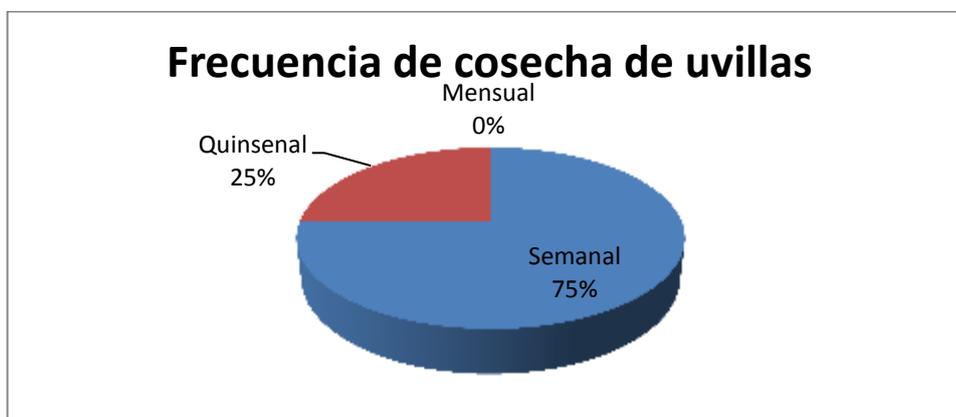
**Elaborado por:** El Autor

**GRÁFICO N° 3.30**  
**FRECUENCIA DE COSECHA DE LA MORA**



**Elaborado por:** El Autor.

**GRÁFICO Nº 3.31**  
**FRECUENCIA DE COSECHA DE LA UVILLA**



Elaborado por: El Autor.

### Análisis

En los dos productos la frecuencia de cosecha se la hace cada semana, ya que son dos productos que naturalmente en época de cosecha se la hace cada ocho días.

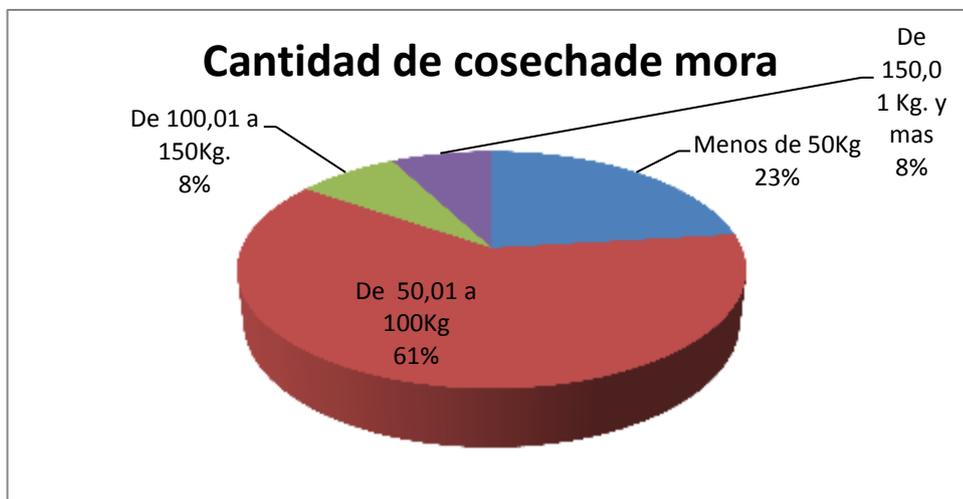
### 5. ¿Cuántos kilos de este producto cosecha por semana?

**CUADRO Nº 3.21**  
**CANTIDAD DE COSECHA**

Producto	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mora	Menos de 50Kg	3	23%
	De 50,01 a 100Kg	8	62%
	De 100,01 a 150Kg.	1	8%
	De 150,01 Kg. y mas	1	8%
<b>Total</b>		<b>13</b>	<b>100%</b>
Uvilla	Menos de 50Kg	5	62,5%
	De 50,01 a 100Kg	2	25,0%
	De 100,01 a 150Kg.	1	12,5%
	De 150,01 Kg. y mas	0	0,0%
<b>Total</b>		<b>8</b>	<b>100,0%</b>

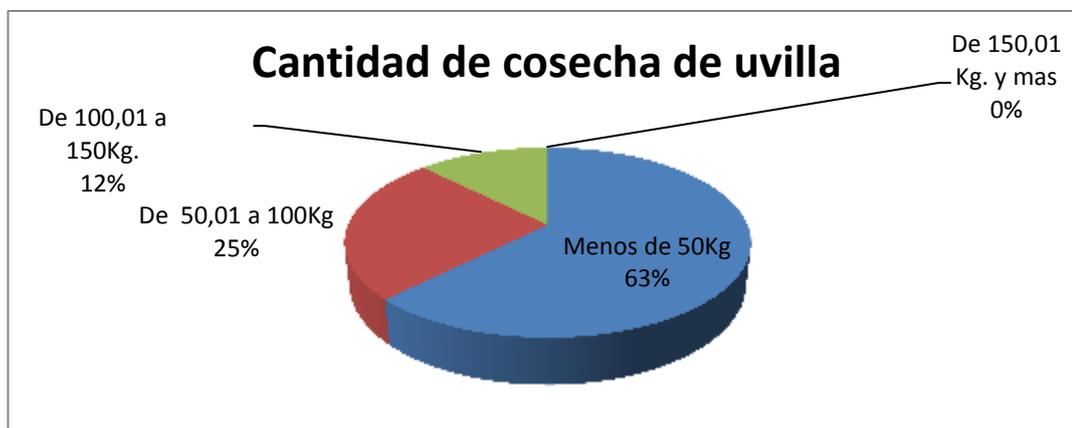
Fuente: Encuesta realizada a los productores del cantón.  
Elaborado por: El Autor

**GRÁFICO Nº 3.32**  
**CANTIDAD DE COSECHA DE MORA**



Elaborado por: El Autor.

**GRÁFICO Nº 3.33**  
**CANTIDAD DE COSECHA DE UVILLA**



Elaborado por: El Autor.

### Análisis

La mayoría de los productores que cultivan moras cosecha semanalmente entre 50 y 100 kg, en el caso de la uvilla la cantidad es menos ya que la mayoría de los productores cosechan a la semana menos de 50 kg.

6. La producción de estos productos se vende:

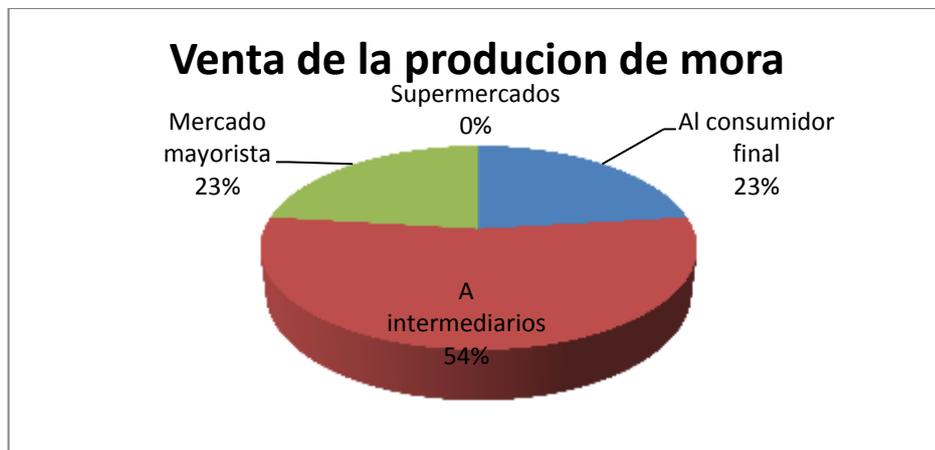
**CUADRO N° 3.22**  
**VENTA DE LA PRODUCCIÓN**

Producto	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mora	Al consumidor final	3	23%
	A intermediarios	7	54%
	Mercado mayorista	3	23%
	Supermercados	0	0%
<b>Total</b>		<b>13</b>	<b>100%</b>
Uvilla	Al consumidor final	2	25,0%
	A intermediarios	4	50,0%
	Mercado mayorista	1	12,5%
	Supermercados	0	0,0%
<b>Total</b>		<b>8</b>	<b>100,0%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los productores del cantón.

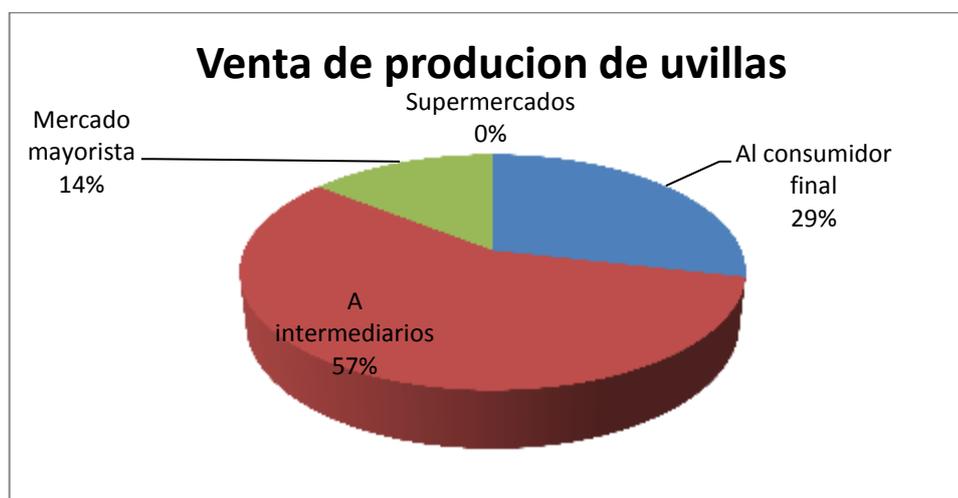
**Elaborado por:** El Autor

**GRÁFICO N° 3.34**  
**VENTA DE LA PRODUCCIÓN DE MORA**



**Elaborado por:** El Autor.

**GRÁFICO N° 3.35**  
**VENTA DE LA PRODUCCIÓN DE UVILLA**



Elaborado por: El Autor.

### **Análisis**

Se evidencia que tanto la producción de mora como la de uvilla la mayoría de sus productores se la venden a los intermediarios.

#### **3.5.5.4. Entrevista realizada a un técnico del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. Sobre las prácticas de cultivo en la mora y la uvilla.**

Entrevista realizada a: Ing. Arturo Martínez, Técnico del ministerio de Agricultura, Ganadería y pesca (MAGAP)

#### **¿Qué proceso de producción se sigue desde la siembra hasta la cosecha de estos productos?**

En primer lugar se tiene que analizar el suelo, el cual debe ser apropiado para el cultivo de estas dos frutas. Una vez encontrado el suelo apropiado se procede a preparar el terreno con arado y rastrado es decir que el

terreno quede suave para el sembrado de las plantas. Se debe preparar el terreno con fertilizantes naturales como la gallinácea, u otros.

Teniendo el terreno listo se procede a realizar el hoyado en donde se van a sembrar las plantas, colocando fertilizante en cada hoyo. Se debe mantener una distancia de por lo menos 2x2 m. de planta a planta en los dos casos, ya que al estar a campo abierto el desarrollo foliar de la planta es mayor.

Se deben colocar postes de madera con alambre que sirvan como espaldares de la planta, de 2.5 metros de largo y de 10 a 15 cm. de diámetro, enterrados a 50 cm y cada 5 metros a lo largo de la hilera, procurando que la planta que de en medio de los postes.

Se realizan deshierbes cada 4 meses según como se mantenga la plantación, es importante mantener en buen estado el cultivo para evitar brotes de enfermedades y plagas.

La aplicación de abono en Corona o cobertura se realiza primero una deshierba, luego se forma la corona de 5 a 10 centímetros de profundidad y a 20 centímetro del tallo, luego se aplica el fertilizante o abono y finalmente se cubre con tierra que salió de la corona. La cantidad de fertilizante aplicada es de 120 a 160 gramos por planta.

Las podas son cortes de ramas y ramillas que están en exceso, se realizan con el fin de incrementar la producción, facilitar las prácticas culturales, ventilación y para reducir el desarrollo de enfermedades.

De acuerdo con el manejo que se le haya brindado al cultivo, la cosecha se realiza casi todo el año desde que se inicia la producción. La floración

se inicia a los 114 días después del trasplante, la formación del fruto a los 127 días y la cosecha empieza más o menos a los 176 días.

### **¿A qué enfermedades y plagas son propensos estos cultivos?**

**Pudrición de las raíces.-** Causada por Fusarium, Rhizoctonia, Phythium, Phythoptora. No causa daño de consideración si se da un control adecuado y oportuno. El control es preventivo y curativo, el primero mediante un buen drenaje del suelo y el segundo mediante aplicaciones de fungicidas a base de cobre como Benlate, Manzate, Maneb, Zineb y otros.

**Roya blanca.-** Causada por (penicillium sp, Sclerotinea, Sclerotium sp). Esta enfermedad ataca a los frutos y tallos.

**Lancha.-** Causada por (Alternaria solani) produce el quemazón de las hojas y brotes.

### **Plagas**

Las plagas más comunes son las siguientes:

**Gusano del fruto.-** Es una larva (secadores pilaris) que llega al fruto del cual se alimenta. Es la principal plaga de la uvilla y la que más daño causa.

**Chupadores.-** Causado por afidos (Aphis sp). Chupan la sabia de la planta y son trasmisores de virus.

**Ácaros.-** Los acaros rojos chupan la sabia de las hojas.

**Nemátodo de agallas.-** (Meloydogine sp). Ataca a las raíces de la planta.

**Gusano cortador.-** (Agrotis sp). Ataca a las hojas y tallos tiernos.

**¿Cada qué tiempo se realiza las fumigaciones y que costo tiene por una hectárea?**

Las fumigadas se las realiza cada 15 días dependiendo de la época, ya que en épocas lluviosas se las realiza más seguido. También tiene que ver de las enfermedades que le asechen ya que se se debe aplicar curaciones preventivas y curativas.

**¿Qué tipo de riego es el más recomendado en este tipo de cultivos?**

Los riegos se realizan por surco o por planta, generalmente en verano, se realiza de uno a dos riegos semanales tratando de mantener húmedo el suelo. En la época de invierno solo si escasean las lluvias. El tipo de riego mas recomendado es el de goteo o por inundación.

### **3.6. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.**

#### **3.6.1. Factores que la afectan**

##### **3.6.1.1. Precio**

El precio es uno de los principales factores que afectan, ya que como en todo producto si el precio es exagerado la gente deja de consumir o en cambio si el precio es muy bajo la gente tiende a consumir más.

### 3.6.1.2. Ingreso

El ingreso personal es determinante en el consumo de productos en general, hablando del producto si el ingreso de las personas se incrementa se tendrá la oportunidad de que el consumo del producto se incremente.

### 3.6.1.3. Hábitos de consumo

Es un factor determinante las tendencias de consumo que se dan en la sociedad, puesto que el comportamiento de las personas frente a un nuevo producto se refleja en el incremento de la demanda.

En lo que tiene que ver con los productos a comercializar, el 95% de las personas encuestadas consumen moras y el 70% consumen uvillas.

## 3.6.2. Análisis de la demanda

### 3.6.2.1. Demanda de la Mora

En lo que tiene que ver con el consumo de moras la mayoría de las personas encuestadas adquiere una libra a la semana, lo que al año significaría 48 libras, que convertidas a kilos serían 21,81 Kg., el siguiente cuadro muestra el consumo de esta fruta en los años anteriores que se relaciona con el crecimiento de la población el cual según el censo 2010 es de 1,95%. Se debe tomar en cuenta que solo el 95% de las personas encuestadas consumen mora.

**CUADRO N° 3.23**  
**DEMANDA DE MORA**

Año	Número de familias	Índice de familias que consumen	Número de familias que	Consumo por familia al año (Kg.)	Demanda(Kg.)
-----	--------------------	---------------------------------	------------------------	----------------------------------	--------------

		<b>moras</b>	<b>consumen moras</b>		
<b>2010</b>	5.552	0,95	5.274	21,81	115.035
<b>2011</b>	5.660	0,95	5.377	21,81	117.272
<b>2012</b>	5.770	0,95	5.482	21,81	119.552

**Fuente:** Cuadro estadístico 3.4

**Elaborado por:** El Autor

### 3.6.2.2. Demanda de la Uvilla

En lo que tiene que ver con el consumo de uvillas el valor de consumo semanal es de una libra al igual que en la mora y al año consume 21,81 Kg., la variación está en que solo el 70% de las personas encuestadas consumen esta fruta. Se tomó en cuenta el índice de crecimiento poblacional para calcular el valor actual de la demanda de la uvilla.

**CUADRO N° 3.24**  
**DEMANDA DE UVILLA**

<b>Año</b>	<b>Número de familias</b>	<b>Índice de familias que consumen uvillas</b>	<b>Número de familias que consumen uvillas</b>	<b>Consumo por familia al año (Kg.)</b>	<b>Demanda(Kg.)</b>
<b>2010</b>	5.552	0,70	3.886	21,81	84.762
<b>2011</b>	5.660	0,70	3.962	21,81	86.411
<b>2012</b>	5.770	0,70	4.039	21,81	88.091

**Fuente:** Cuadro estadístico 3.4

**Elaborado por:** El Autor

### 3.6.3. Proyección de la demanda.

Para proyectar la el consumo futuro de moras y uvillas se toma en cuenta los datos recolectados por la encuesta, así como la tasa de crecimiento de la población proporcionada por el INEC en el censo del año 2010 que es de 1,95%, el porcentaje de personas que consumen este tipo de productos y el consumo promedio de una familia al año de este producto que es 21,81 Kg.

#### 3.6.3.1. Proyección de la demanda de mora.

**CUADRO N° 3.25**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE MORA**

<b>Año</b>	<b>Número de familias</b>	<b>Índice de familias que consumen moras</b>	<b>Número de familias que consumen moras</b>	<b>Consumo por familia (Kg.)</b>	<b>Demanda(Kg.)</b>
2013	5.883	0,95	5589	21,81	121893
2014	5.998	0,95	5698	21,81	124270
2015	6.115	0,95	5809	21,81	126693
2016	6.234	0,95	5922	21,81	129164
2017	6.355	0,95	6038	21,81	131682

**Fuente:** Cuadro estadístico 3.4, INEC

**Elaborado por:** El Autor

#### 3.6.3.2. Proyección de la demanda de uvilla.

**CUADRO N° 3.26**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE UVILLA**

<b>Año</b>	<b>Número de familias</b>	<b>Índice de familias que consumen moras</b>	<b>Número de familias que consumen moras</b>	<b>Consumo por familia (Kg.)</b>	<b>Demanda(Kg.)</b>
2013	5.883	0,7	4.118	21,81	89.816
2014	5.998	0,7	4.198	21,81	91.567
2015	6.115	0,7	4.280	21,81	93.353
2016	6.234	0,7	4.364	21,81	95.173
2017	6.355	0,7	4.449	21,81	97.029

**Fuente:** Cuadro estadístico 3.4, INEC

**Elaborado por:** El Autor

### **3.7. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE OFERTA**

#### **3.7.1. Factores que la afectan**

##### **3.7.1.1. El precio**

Es determinante el nivel de precios del producto que se da en los mercados, puesto que un incremento se refleja en el incremento del número de oferentes en el mercado y si pasa lo contrario, es decir que si los niveles de precio bajan el número de oferentes también bajan.

##### **3.7.1.2. Condiciones ambientales**

Al ser un producto agrícola es determinante el comportamiento ambiental que se dé, pues si las condiciones no son favorables la producción se entorpece y si las condiciones son las mejores la producción tiende a incrementarse.

##### **3.7.1.3. Precio de los insumos**

Es muy común ver a los productores agrícolas dejar de producir debido a los altos costos que les significa los insumos que se usan para

producir un producto agrícola, los altos costos se traducen en una baja de la producción general.

### 3.7.2. Análisis de la oferta

#### 3.7.2.1. Análisis de la oferta de moras

Para analizar el valor de oferta de esta fruta, fue necesario indagar a los 13 productores que están registrados en el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP), realizando una matriz de producción en la que consta el área de producción y su rendimiento.

**CUADRO Nº 3.27**  
**MATRIZ DE PRODUCCIÓN DE MORAS**

Productores	Área cultivada en m <sup>2</sup>	Número de plantas	Producción por planta Kg/Semana	Producción semanal en Kg.
1	2.400	600	0,4	240
2	800	200	0,3	60
3	900	225	0,45	101,25
4	1.200	300	0,5	150
5	1.000	250	0,6	150
6	400	100	0,2	20
7	300	75	0,45	33,75
8	1.500	375	0,3	112,5
9	1.000	250	0,2	50
10	400	100	0,45	45
11	2.000	500	0,5	250
12	450	113	0,6	67,5
13	800	200	0,3	60
<b>Total</b>	<b>13.150</b>	<b>3.288</b>	<b>0,40</b>	<b>1.328</b>

Fuente: MAGAP  
Elaborado por: El Autor

Una vez obtenido el valor de producción semanal, podemos determinar el aproximado de la oferta anual del cantón.

**CUADRO Nº 3.28**  
**OFERTA DE MORAS**

<b>Año</b>	<b>Producción semanal en Kg.</b>	<b>Producción mensual en Kg.</b>	<b>Producción anual en Kg.</b>
2012	1.328	5.755	<b>69.056</b>

**Fuente:** Cuadro estadístico 3.27

**Elaborado por:** El Autor

**3.7.2.2. Análisis de la oferta de la uvilla**

Se procede a construir la matriz de producción, tomado en cuenta la información brindada por los 8 productores de uvilla del cantón indagando sobre su área de siembra y su rendimiento semanal.

**CUADRO Nº 3.29**

**MATRIZ DE PRODUCCIÓN DE UVILLAS**

<b>Productores</b>	<b>Área cultivada en m<sup>2</sup></b>	<b>Número de plantas</b>	<b>Producción por planta Kg/Semana</b>	<b>Producción semanal en Kg.</b>
1	1.000	250	0,65	162,5
2	400	100	0,45	45
3	500	125	0,5	62,5
4	300	75	0,6	45
5	200	50	0,35	17,5
6	1.000	250	0,4	100
7	800	200	0,55	110
8	2.000	500	0,7	350
<b>TOTAL</b>	<b>6.200</b>	<b>1.550</b>	<b>0,58</b>	<b>893</b>

**Fuente:** MAGAP

**Elaborado por:** El Autor

Una vez obtenido el valor de producción semanal, se procede a calcular el aproximado de la oferta anual de uvilla en el cantón Montufar.

**CUADRO N° 3.30  
OFERTA DE UVILLAS**

<b>Año</b>	<b>Producción semanal en Kg.</b>	<b>Producción mensual en Kg.</b>	<b>Producción anual en Kg.</b>
2012	893	3.870	<b>46.436</b>

**Fuente:** Cuadro estadístico 3.29  
**Elaborado por:** El Autor

### 3.7.3. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta de estos dos productos se toma como base el valor ofertado obtenido de la matriz de producción, y el índice de crecimiento de la producción que se obtuvo en el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, según el censo agropecuario del año 2010: la producción de mora crece cada año 1,88% y la producción de la uvilla crece el 10% cada año.

#### 3.7.3.1. Proyección de la oferta de la mora

**CUADRO N° 3.31  
PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE MORA**

<b>Año</b>	<b>Oferta en Kg.</b>
2013	70.354
2014	71.677
2015	73.024
2016	74.397
2017	75.795

**Fuente:** MAGAP  
**Elaborado por:** El Autor

### 3.7.3.2. Proyección de la oferta de la uvilla

**CUADRO N° 3.32**  
**PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE UVILLA**

Año	Oferta en Kg.
2013	51.080
2014	56.188
2015	61.807
2016	67.988
2017	74.787

Fuente: MAGAP

Elaborado por: El Autor

### 3.8. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.

Las cantidades del siguiente cuadro están determinadas por la diferencia que hay en la proyección de la oferta y demanda de moras y uvillas en el cantón Montufar.

#### 3.8.1. Demanda Insatisfecha de la mora

**CUADRO N° 3.33**  
**DEMANDA INSATISFECHA DE LA MORA**

Año	Oferta en Kg.	Demanda en Kg.	Demanda potencial a satisfacer en Kg.
2013	70.354	121.893	-51.539
2014	71.677	124.270	-52.593
2015	73.024	126.693	-53.669
2016	74.397	129.164	-54.767
2017	75.795	131.682	-55.887

Fuente: Cuadro estadístico 3.25, 3.31

Elaborado por: El Autor

### 3.8.2. Demanda insatisfecha de la uvilla

**CUADRO N° 3.34**  
**DEMANDA INSATISFECHA DE LA UVILLA**

<b>Año</b>	<b>Oferta en Kg.</b>	<b>Demanda en Kg.</b>	<b>Demanda potencial a satisfacer en Kg.</b>
2013	51.080	89.816	-38.736
2014	56.188	91.567	-35.379
2015	61.807	93.353	-31.546
2016	67.988	95.173	-27.185
2017	74.787	97.029	-22.242

**Fuente:** Cuadro estadístico 3.26, 3.32

**Elaborado por:** El Autor

### 3.9. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE PRECIOS

Para determinar el nivel de crecimiento del precio del kilo de la mora y la uvilla se obtuvo una base de datos proporcionados por el ministerio de agricultura, Ganadería y pesca (MAGAP), en la información estadística que llevan en su página web.

**CUADRO N°3.35**  
**PRECIO HISTÓRICO POR KG. DE MORA Y UVILLA**

<b>Años</b>	<b>Precio por Kg. de mora</b>	<b>Precio por Kg. de Uvilla</b>
2008	1,83	1,71
2009	1,92	1,80
2010	1,98	1,90
2011	2,20	2,01

**Fuente:** MAGAP

**Elaborado por:** El Autor

Utilizando la fórmula de la tasa de crecimiento da como resultado que, los precios de la mora por kilogramo crece en un 6,38% cada año y el precio del kilogramo de la uvilla crece en 5,36% cada año. Con estos datos realizamos la proyección de los precios para los años de operación de la microempresa.

**CUADRO N° 3.36  
PRECIO PROYECTADO POR KG. DE MORA Y UVILLA**

<b>Años</b>	<b>Precio por Kg. de Mora</b>	<b>Precio por Kg. de Uvilla</b>
2013	2,50	2,23
2014	2,66	2,36
2015	2,84	2,49
2016	3,03	2,63
2017	3,23	2,78

**Fuente:** SICA

**Elaborado por:** El Autor

### **3.10. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD DEL PRODUCTO**

#### **3.10.1. Canales de distribución**

La microempresa buscara llegar a los consumidores en las siguientes formas de distribución:

##### **a) Forma directa.**

El producto se comercializara directamente en los mercados, para que las personas puedan adquirir el producto sin la intervención de los intermediarios, la venta directa a restaurantes, heladerías y hoteles también será una forma de vender el producto.

### **b) Forma detallista**

La venta a intermediarios tiene es una forma importante de comercializar, las fruterías, las tiendas y los comerciantes de frutas en los mercados serán el puente entre el consumidor y nosotros.

### **3.10.2. Presentación y calidad del producto**

Estos dos tipos de frutas se caracterizan por ser muy delicados, por lo que su traslado se debe hacer en gavetas. Para la venta al consumidor final se lo hará en tarrinas que contengan la cantidad de producto requerida por el cliente.

Es importante cuidar la calidad del producto para ganar posición en el mercado, se debe cumplir con las expectativas del cliente aplicando procesos de control de calidad.

### **3.10.3. Promoción y publicidad**

Se debe aplicar una extensa campaña de publicidad de la microempresa para incentivar al consumo. Para lo cual necesitaremos los medios de comunicación habituales para difundir el mensaje.

#### **3.10.3.1. Publicidad en Prensa**

Se tiene que realizar promoción en un medio escrito local, Diario el Norte es el medio más popular en la región.

**GRAFICO Nº 3.36**  
**PUBLICIDAD PARA LA PRENSA**

VENTA DE FRUTA FRESCA  
AL POR MAYOR Y MENOR.  
**MORAS Y UVILLAS**  
TELÉFONO: 062291445  
DIRECCIÓN: CALLE  
VENEZUELA 1-28 Y SIMÓN  
BOLÍVAR  
**PIARTAL-CARCHI**



Elaborado por: El Autor

**3.10.4. Flyres y Banner**

Se realizara la distribución de hojas volantes en la ciudad de San Gabriel para dar a conocer los productos que se van a producir en la microempresa.

**GRAFICO Nº 3.37**  
**BANNER**

¡CUIDA TU SALUD ¡ CONSUME FRUTA  
FRESCA  
PEDIDOS AL TELF.: 062291445  
CARCHI-ECUADOR



Elaborado por: El Autor

### **3.11. CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO.**

Según los datos recolectados se puede observar que hay una gran demanda de los productos, que no ha sido cubierta por la oferta que existe en el sector. La importancia de este estudio es determinar la oportunidad que nos significa la demanda insatisfecha para producir estos productos.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA-FUNCIONAL.**

#### **4.1. ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico tiene como fin determinar el nivel óptimo de la producción, los recursos necesarios y su utilización, el tamaño y localización ideal de la planta, la ingeniería de los procesos e inversiones del proyecto.

##### **4.1.1. Localización del proyecto**

La localización del proyecto permite determinar el lugar adecuado en donde operara la nueva unidad productiva, tomando en cuenta aspectos importantes como: mano de obra, servicios básicos, materia prima, etc.

##### **4.1.1.1. Macro localización**

La microempresa comunitaria productora y comercializadora de frutas se localizara en la Provincia del Carchi, Cantón Montufar, Parroquia Piartal. De acuerdo a su topografía, se encuentra ubicada al noroeste de la ciudad de San Gabriel, cuyos límites son: Norte Parroquia, Fernández Salvador, Sur Parroquia San José, Este Provincia de Sucumbíos Oeste Parroquia San José. La Parroquia Piartal cuenta con tres comunidades rurales que son: El Rosal, Las Lajas y San Pedro

**.GRÁFICO N° 4.1**  
**MAPA DEL CANTÓN MONTUFAR**



**Fuente:** Gobierno Municipal de Montufar  
**Elaborado por:** El Autor

#### **4.1.1.2. Microlocalización**

La microlocalización ayuda a encontrar el lugar exacto y adecuado para la operación de la unidad productiva, tomando en cuenta características determinantes para la optimización de la producción y su comercialización.

#### **4.1.1.3. Matriz de Factores**

A través de la matriz de factores se hizo una comparación de posibles lugares en donde operara la microempresa, tomando en cuenta variables importantes y orientarse por la mejor opción.

#### **4.1.1.4. Selección de la Alternativa Óptima**

Para determinar la mejor alternativa se establece una ponderación de 1 a 5, siendo 1 la más baja y 5 la mejor. Tomando en cuenta las condiciones y oportunidades que brindan cada lugar.

**CUADRO Nº 4.1**  
**MATRIZ DE FACTORES**

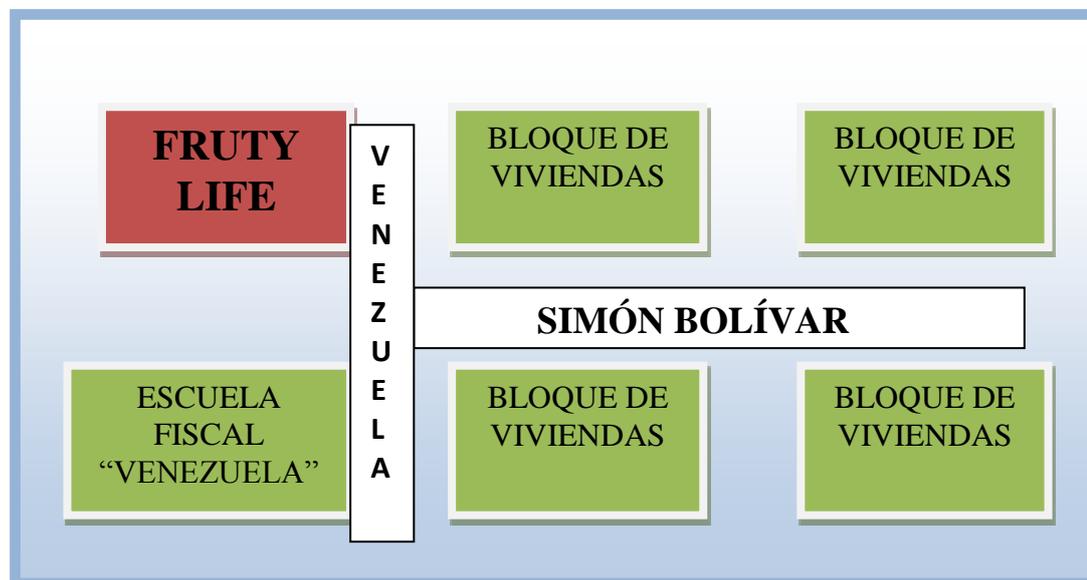
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>Cabecera Parroquial Piartal</b>	<b>Comunidad San Pedro</b>	<b>Comunidad de EL Rosal</b>	<b>Comunidad de Las Lajas</b>
<b>RUBROS</b>				
1. Costo del Terreno.	4	4	3	3
2. Servicio de .Agua Potable	4	3	3	3
3.Servicio Telefónico	5	3	3	3
4. Alcantarillado.	4	3	2	2
5.Concentración Poblacional	4	3	2	1
6.Vías de Acceso	4	3	3	3
7. Recolección de Basura	4	3	2	2
8. Movimiento Económico.	4	3	2	2
9. Seguridad	4	3	3	3
10. Cercanía a la ciudad	5	3	3	3
11.Transporte	5	4	3	3
12. Impuesto Predial	4	4	4	4
13. Actitud de la comunidad frente al proyecto.	5	4	4	3
14. Factores Naturales.	4	4	4	4
15. Plusvalía	5	4	4	4
<b>TOTAL</b>	<b>65</b>	<b>51</b>	<b>45</b>	<b>43</b>
<b>PRIORIDAD</b>	<b>Primero</b>	<b>Segundo</b>	<b>Tercero</b>	<b>Cuarto</b>

**Fuente:** investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

Terminado la comparación de la matriz de factores, la mejor opción es la cabecera parroquial Piartal la cual brinda las mejores condiciones y oportunidades para el desarrollo del proyecto.

## GRÁFICO N° 4.2 CROQUIS DE LA MICROLOCALIZACIÓN



**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** El Autor

### 4.1.2. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se determina por la capacidad de producción de la unidad productiva durante el tiempo de vida útil.

#### 4.1.2.1. Factores Determinantes del Tamaño del Proyecto

##### 4.1.2.1.1. Mercado

La implantación de la microempresa comunitaria tiene como objetivo principal la producción de frutas (mora y uvillas) de buena calidad y su comercialización a las familias del cantón Montufar.

#### **4.1.2.1.2. Disponibilidad de Recursos Financieros**

El financiamiento es fundamental para el desarrollo del proyecto, esta microempresa se financiará el 40% de la inversión con capital propio de la asociación “8 de Marzo”, y el 60% restante a través de un préstamo con la Corporación Financiera Nacional.

#### **4.1.2.1.3. Disponibilidad de Tecnología**

La tecnología para la producción de moras y uvillas no necesita ser sofisticada, ya que su cultivo permite utilizar herramientas convencionales y labores tradicionales.

#### **4.1.2.1.4. Disponibilidad de Materia Prima**

En lo que tiene que ver con la materia prima e insumos la microempresa tiene el deber de manejar un stock selecto para mantener siempre la calidad de los productos. Un propósito importante del proyecto es minimizar la utilización de químicos que son nocivos para la salud de los consumidores.

Los proveedores de la materia prima e insumos se encuentran en gran cantidad en la ciudad de San Gabriel, en la cual se puede escoger al mejor oferente, tomando en cuenta la calidad y precios de los insumos y materia prima.

#### **4.1.2.2. Capacidad Productiva del Proyecto**

Los rendimientos de la producción son el resultado de la eficiente práctica cultural de los sembríos y su tecnología, también son importantes aspectos como: fertilidad del suelo, aspectos ambientales, un riego adecuado, oportuno manejo de enfermedades y control de plagas.

La microempresa estará asesorada permanentemente de un técnico en cultivos el cual será el encargado de maximizar los rendimientos.

Según el tamaño del proyecto y la capacidad productiva la cual se relaciona directamente con el terreno a cultivarse, que es 3,5 hectáreas. Dos el cultivo de moras y una y media hectárea de cultivo de uvillas, con un rendimiento óptimo de 16TM/ha de moras y de 14TM/ha de uvillas. Lo que en kilogramos corresponde a 16.000 Kg. de moras y 14.000 Kg de uvillas, cabe resaltar que esta producción es por año y que en el primer ciclo de producción no se llegara a producción óptima ya que en el primer año los cultivos recién son plantados, por lo tanto el cultivo de mora le lleva 6 meses para realizar la primera cosecha y el cultivo de uvilla le lleva también 6 meses.

También hay que recalcar la vida útil de la planta, en el caso de la mora la planta tiene una vida útil de más de 5 años por lo que no es necesario volver a cultivar dentro del tiempo de duración del proyecto. En lo que tiene que ver con la uvilla la planta tiene una vida útil de tres años por lo que al comienzo del cuarto año hay que volver a sembrar.

El crecimiento de la producción de la microempresa también obedece a involucramiento de los agricultores de la zona, los cuales al ser socializados en el proyecto serán también agentes proveedores de producto por lo que cada año se incrementara la producción como se muestra en el cuadro.

**CUADRO Nº 4.2**  
**CAPACIDAD PRODUCTIVA DE MORA**

<b>Años</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Producción Anual de la Microempresa</b>	<b>% Captación</b>
1	51.539	12.800	22,47%
2	52.593	22.400	38,54%
3	53.669	25.600	43,17%
4	54.767	28.800	47,60%
5	55.887	32.000	51,83%

**Fuente:** Cuadro estadístico 3.33.

**Elaborado por:** El Autor.

**CUADRO Nº 4.3**  
**CAPACIDAD PRODUCTIVA DE UVILLA**

<b>Años</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Producción Anual de la Microempresa</b>	<b>% Captación</b>
1	38.736	8.000	18,74%
2	35.379	14.000	35,24%
3	31.546	16.000	44,04%
4	27.185	18.000	55,47%
5	22.242	20.000	71,34%

**Fuente:** Cuadro estadístico 3.34.

**Elaborado por:** El Autor.

#### **4.1.3. Diagramas de procesos**

Son una herramienta fundamental para detallar ordenadamente los pasos a seguir en el proceso productivo.

##### **4.1.3.1. Simbología del flujograma de proceso**

La siguiente simbología es la que se utilizara en la construcción del diagrama de procesos:

**CUADRO Nº 4.4**  
**SIMBOLOGÍA DEL FLUJOGRAMA DE PROCESO**

Simbología	Significado
	Inicio o fin del proceso
	Decisión
	Proceso
	Flechas conectoras

Elaborado por: El Autor

**4.1.3.2. Diagrama de flujo del proceso de producción.**

Este diagrama muestra en forma general los procesos de cultivo de la mora y la uvilla.

**GRÁFICO Nº 4.3**  
**FASE AGRÍCOLA**



Elaborado por: El Autor

### 4.1.3.3. Flujograma de la Fase Agrícola de los cultivos.

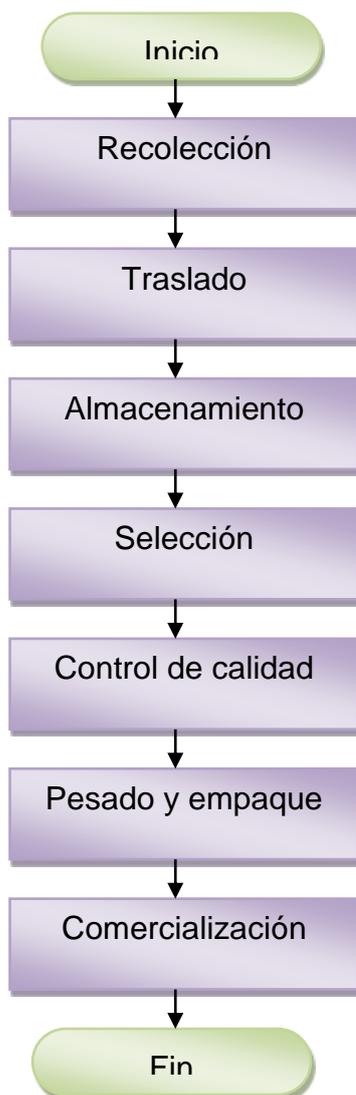
**GRÁFICO Nº 4.4**  
**FASE AGRÍCOLA DE LA MORA Y LA UVILLA**



Elaborado por: El Autor

#### 4.1.3.4. Flujograma de la Fase de Cosecha y Comercialización

**GRÁFICO N° 4.5  
COSECHA Y COMERCIALIZACIÓN**



Elaborado por: El Autor

#### 4.1.4. Infraestructura y equipamiento

Aquí se van a tomar en cuenta los aspectos de: infraestructura civil, terrenos, edificios, procesos de producción, producto, equipo y maquinaria, tecnología, recursos humanos entre otros.

##### 4.1.4.1. Distribución de la planta

Son las instalaciones físicas de la nueva unidad productiva las cuales están representadas por: la Gerencia, el área Administrativa y de Contabilidad, de comercialización, una sala de reuniones, una bodega de insumos y herramientas, un lugar de almacenamiento y embarque y un baño. Las instalaciones dan un total de 71 m<sup>2</sup>.

**CUADRO Nº 4.5**  
**DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

ÍTEM	Ambiente	Dimensión m <sup>2</sup>	Distribución de la planta m <sup>2</sup>
1	Gerencia	3x3	9
2	Dpto. Administrativo y de Contabilidad	3x3	9
3	Dpto. Comercial	3x3	9
4	Sala de reuniones	3x5	15
5	Bodega	2x5	10
6	Almacenamiento	3x5	15
7	Baño	2x2	4
<b>Área Total de construcción</b>			<b>71</b>

**Fuente:** Consulta e experto en construcción

**Elaborado por:** El Autor

#### 4.1.4.2. Construcciones e Instalaciones

GRÁFICO N° 4.6  
DISEÑO DE LA PLANTA



Elaborado por: El Autor.

#### 4.1.4.3 Equipo y Herramientas

Aquí se detallan la cantidad de equipos y herramientas que se van a necesitar para poner en marcha la nueva unidad productiva.

**CUADRO N° 4.6**  
**EQUIPO Y HERRAMIENTAS PARA LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Bomba de fumigar mochila	2
Pala recta	6
Tijeras para podar	6
Azadón	5
Tanques de fumigar	2
Rastrillo	6
Balanza	1
<b>Total</b>	<b>16</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

**4.1.4.4 Talento Requerido**

La microempresa necesitara de talento humano calificado y no calificado, el cual se detalla en el cuadro siguiente:

**CUADRO N° 4.7**  
**TALENTO HUMANO**

<b>Personal</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Sueldos y salarios mensuales</b>
Gerente	1	450
Jefe Comercial/Asesor	1	350
Jefe de producción	1	350
Secretaría /Contadora	1	292
Técnico Ing. Agrónomo	1	300
Trabajador Agrícola	1	292
Chofer/vendedor	1	292

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

Se tiene que recalcar que en este tipo de cultivos se realiza labores culturales eventualmente es decir que no son permanentes, por lo que el proceso de cultivo, de cosecha y poscosecha lo realizarán directamente

las socias, asesoradas y supervisadas por el técnico-experto en este tipo de cultivo.

#### **4.1.5. Presupuesto técnico e inversiones requeridas**

Aquí se detalla la disponibilidad de recursos económicos, tecnología y talento humano que son necesarios para poner en marcha a la microempresa.

##### **4.1.5.1. Inversiones Fijas**

Es la parte primordial de la inversión, ya que se detalla el valor de los activos fijos necesarios para desarrollar el proyecto.

###### **4.1.5.1.1. Terreno**

El área de terreno necesaria para implantar la unidad productiva es de un total de 3.5071 m<sup>2</sup>, de los cuales 71m<sup>2</sup> son para el área administrativa y lo demás es para los cultivos.

**CUADRO Nº 4.8**  
**REQUERIMIENTO DE TERRENO**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
Terreno	3.5071 m <sup>2</sup>	14.000,00

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

El costo del terreno se lo obtuvo por una investigación de campo en el sector ya que el precio estimado de una hectárea es de 4500 dólares.

#### 4.1.5.1.2. Infraestructura Física

Es el presupuesto de las áreas físicas que requiere la microempresa para su desarrollo, las cuales son el área de administración y almacenamiento.

**CUADRO N° 4.9**  
**PRESUPUESTO DE LA CONSTRUCCIÓN DE LAS INSTALACIONES**

ÍTEM	Denominación	Área m <sup>2</sup>	Valor en USD	Precio total
1	Gerencia	9	300	2.700,00
2	Dpto. Administrativo y de Contabilidad	9	300	2.700,00
3	Dpto. Comercial	9	300	2.700,00
4	Sala de reuniones	15	300	4.500,00
5	Bodega	10	300	3.000,00
6	Almacenamiento	15	300	4.500,00
7	Baño	4	350	1.400,00
<b>Total Infraestructura Física</b>				<b>21.500,00</b>

Fuente: Consulta a Arquitecto

Elaborado por: El Autor

#### 4.1.5.1.3. Vehículo

Es necesaria la adquisición de un vehículo de carga, para que facilite el transporte de los productos hacia los clientes.

**CUADRO N° 4.10**  
**ADQUISICIÓN DE VEHÍCULO**

Marca y Modelo	Año	Valor
Chevrolet NHR 2 Toneladas	2011	25.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

#### 4.1.5.1.4. Muebles y Enseres

Para iniciar la operación de la microempresa es necesario dotar a las oficinas con el equipo básico y mobiliario.

**CUADRO N° 4.11**  
**MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Escritorios	4	140,00	560,00
Sillas Giratorias	3	60,00	180,00
Sillas normales de plástico	15	7,00	105,00
Teléfono	1	25,00	25,00
Archivador	2	110,00	220,00
<b>Total</b>			<b>1.090,00</b>

Fuente: Proveedores

Elaborado por: El Autor

#### 4.1.5.1.5. Equipos de Computación

Lo que se detalla en el siguiente cuadro son los equipos de computación, necesarios para mantener el control operativo de la empresa.

**CUADRO N° 4.12**  
**EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Computadores	3	620,00	1860,00
Impresora Multifunción	1	140,00	140,00
<b>Total</b>			<b>2.000,00</b>

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: El Autor

#### 4.1.5.1.6. Equipo y Herramientas de Producción

Son los equipos y herramientas que se utilizan en el cultivo de moras y uvillas en los diferentes procesos de producción.

**CUADRO N° 4.13**

#### **HERRAMIENTAS**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad Tarros</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Bomba de fumigar mochila	2	80,00	160,00
Pala recta	6	6,50	39,00
Tijeras de poda	6	6,00	36,00
Azadón	5	6,50	32,50
Tanques	2	10,00	20,00
Rastrillo	6	6,50	39,00
Balanza	1	125,00	125,00
<b>Total</b>			<b>451,50</b>

**Fuente:** Proveedores

**Elaborado por:** El Autor

#### 4.1.5.1.7. Resumen de Inversiones Fijas

En el siguiente cuadro se representa la Inversión Fija de la microempresa:

**CUADRO N° 4.14**

#### **RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS**

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Terreno	14.000,00
Infraestructura	21.500,00
Vehículo	25.000,00
Muebles y Equipo de Oficina	1.090,00
Equipo de computación	2.000,00
Herramientas de Producción	4.51,50
<b>Total</b>	<b>64.041,50</b>

**Fuente:** Cuadro Estadístico N° 4.8, 4.9, 4.10, 4.11, 4.12, 4.13

**Elaborado por:** El Autor

#### 4.1.5.2. Inversión Diferida

En este rubro se toma en cuenta los gastos que conlleva la constitución de la nueva microempresa, los que son: obtención de permisos de funcionamiento, pago de patente municipal, papeleo y pago de honorarios de un abogado.

**CUADRO N° 4.15**  
**GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

Descripción	Valor Total
Gastos de constitución	1.000,00
Costo del Estudio	1.000,00
<b>Total</b>	<b>2.000,00</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El autor

#### 4.1.5.3. Inversión Variable

El capital de trabajo que se usa para las actividades de la microempresa son: costo de producción, gastos de administración y gastos de ventas; son rubros que forman parte de la operatividad de la organización.

**CUADRO N° 4.16**  
**CAPITAL DE TRABAJO**

Descripción	Valor semestral	Valor Anual
Costos de Producción	9526,25	19.052,50
Gastos Administrativos	10017,73	20.035,45
Gastos de Venta	6181,78	12.363,55
<b>Total</b>	<b>25.725,75</b>	<b>51.451,50</b>

**Fuente:** Cuadro Estadístico capítulo; 5.23, 5.24, 5.25

**Elaborado por:** El Autor

#### 4.1.6. Resumen de inversiones fijas, variables y diferidas

La inversión total que se requiere para la implantación del proyecto es de \$91.767,25 dólares.

**CUADRO N° 4.17**  
**RESUMEN INVERSIONES**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Inversión Fija	64.041,50
Inversión Variable	25.725,75
Inversión Diferida	2.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>91.767,25</b>

**Fuente:** Cuadro Estadístico N° 4.14, 4.15, 4.16

**Elaborado por:** El Autor

## 4.2. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA-FUNCIONAL

Se detalla la estructura organizativa de la microempresa y sus diferentes funciones para desarrollar las actividades operacionales de la empresa.

### 4.2.1. La microempresa

**FRUTY LIFE** es una microempresa comunitaria que tiene doble actividad, la de producir y comercializar frutas (mora, uvilla) con las mejores prácticas culturales para obtener un producto de alta calidad que supere las expectativas de los consumidores.

#### 4.2.1.1. Nombre o razón social

Al estructurar la nueva unidad productiva y para identificarla en el mercado, se procede a designar un nombre comercial el cual es **FRUTY LIFE**.

**GRÁFICO N° 4.7**  
**NOMBRE O RAZÓN SOCIAL**



**PIARTAL-CARCHI**

Elaborado por: El Autor.

**4.2.1.2. Titularidad o propiedad de la empresa.**

La microempresa comunitaria estará manejada bajo parámetros de de propiedad privada, de pertenencia de la asociación de mujeres “8de Marzo” la cual tiene 15 socias que van a tener igual participación.

**4.2.1.3. Tipo de empresa**

**FRUTY LIFE** es una microempresa comunitaria de propiedad de la asociación de mujeres “8de Marzo”.

**4.2.2. Elementos estratégicos**

**4.2.2.1. Misión**

Producir y comercializar frutas sanas y de buena calidad, encaminadas a satisfacer las necesidades y exigencias de los consumidores, con precios competitivos y siempre comprometidos con la preservación del medio ambiente.

#### **4.2.2.2. Visión**

FRUTY LIFE para el año 2017 aumentara su capacidad productiva para satisfacer la demanda local y de exportación, siempre brindando productos sanos y de alta calidad, caracterizados por el respeto del medio ambiente.

#### **4.2.2.3. Políticas**

- De sus colaboradores y socios se debe mantener el buen nombre de la organización dentro y fuera de ella.
- La organización estará siempre ligada con el desarrollo de la comunidad, siendo los ciudadanos de la parroquia la prioridad en ocupar los puestos de trabajo.
- Cumplir y respetar los reglamentos que rige el código de trabajo, para salvaguardar los derechos de los empleados de la microempresa.
- Mantener siempre los estándares de calidad que demande los entes reguladores, manteniendo el prestigio comercial de la organización.

#### **4.2.2.4. Objetivos**

- Ofrecer siempre productos de la más alta calidad.
- Establecer precios competitivos acorde con el valor real del producto.
- Establecerse sólidamente en el mercado local aplicando estrategias de marketing que lo permitan.
- Promover siempre el mejoramiento de las prácticas culturales que ayuden a la optimización de la producción.

#### **4.2.2.5 Principios y valores**

##### **4.2.2.5.1 Principios**

- Excelente calidad del producto
- Excelente servicio al cliente
- Respeto al medio ambiente.
- Respeto a sus trabajadores.

##### **4.2.2.5.1. Valores**

- **Responsabilidad**

La empresa brindara un producto de muy buena calidad que este acorde a las exigencias del cliente, comprometidos con la preservación del medio ambiente.

- **Honestidad**

Desde su constitución estará siempre apegada a los marcos legales que exige la sociedad y el país, brindando siempre un producto garantizado y con precios legales.

- **Solidaridad**

Estará siempre dispuesta a contribuir con la sociedad en lo que fuere necesario, haciendo labor social y ayudando al desarrollo del sector.

- **Respeto**

Está encaminada en respetar las leyes que rigen a las empresas, respondiendo a las exigencias sociales y manteniendo una buena imagen empresarial.

### 4.2.3. Estructura organizacional

La microempresa mantendrá una autoridad vertical (de arriba hacia abajo) donde las más importantes decisiones se tomarán por asambleas de sus socias, dejando la responsabilidad operacional de la microempresa al gerente.

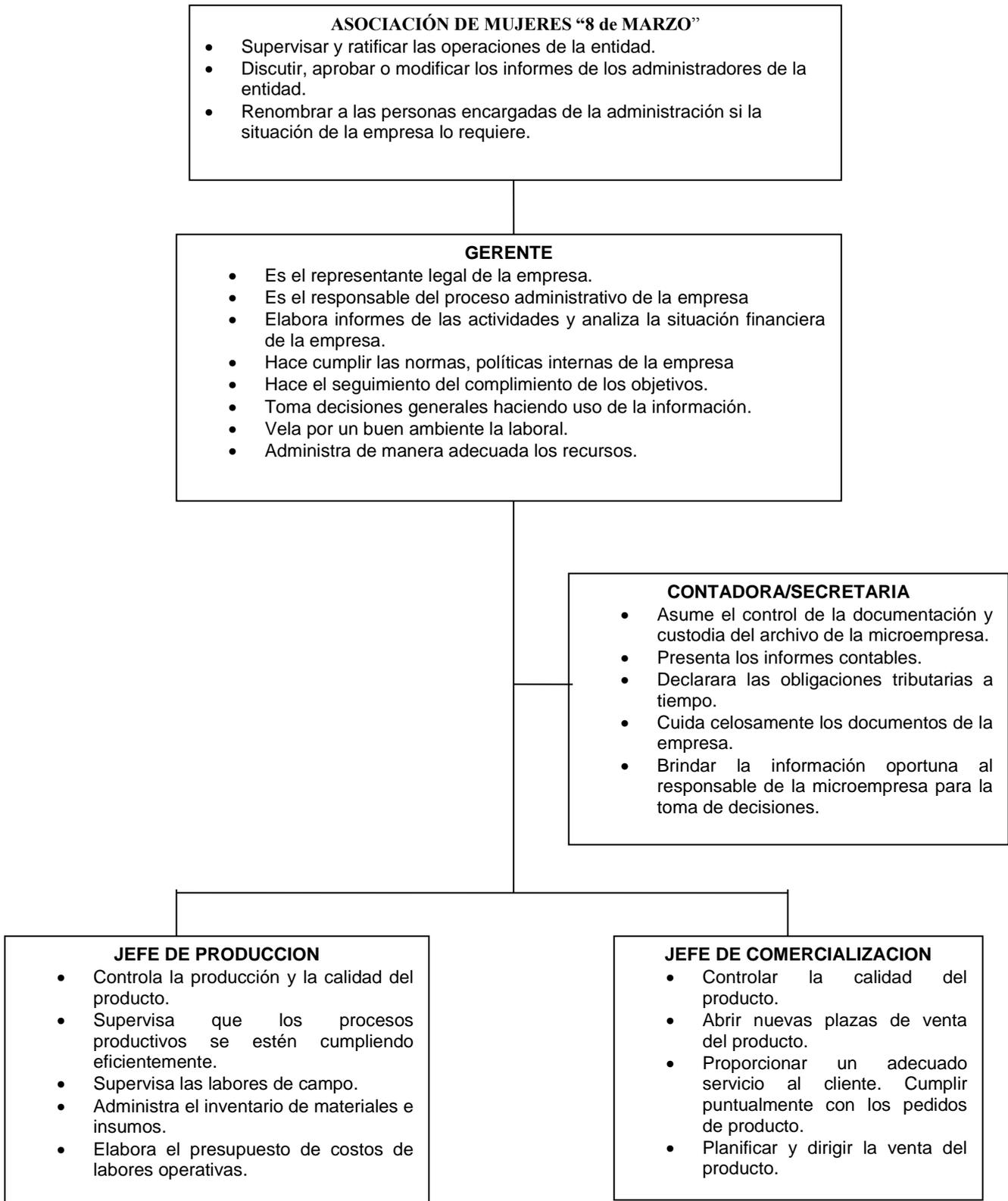
#### 4.2.3.1. Organigrama estructural

La estructura organizativa de la microempresa será la siguiente:



#### 4.2.4. Estructura funcional

**GRÁFICO N° 4.9**  
**ORGANIGRAMA FUNCIONA**



#### **4.2.5.2. Registro único de contribuyente**

Los requisitos son:

- Cedula del representante legal.
- Copia del certificado de votación.
- Fotocopia de un documento que certifique la dirección de del local en donde se desarrollara la actividad económica.

#### **4.2.5.3. Patente municipal**

Este documento se lo debe obtener dentro de los 30 días siguientes al día final en que se inician las actividades y durante enero de cada año.

Los requisitos son:

- Recibo del último pago del impuesto predial de la ubicación del centro.
- Copia del RUC.
- Documentos personales del representante legal.

#### **4.2.5.4 Trámites para el IESS**

Son los requisitos que el empleador debe cumplir para ingresar a la base de datos del instituto de seguridad social.

##### **a) Requisitos Empleador**

- Copia del RUC
- Copia de la cedula vigente
- Copia del certificado de votación.
- Copia de Planilla de Servicios Básicos actualizada.

Cuando el empleador ya cuenta con el historial laboral en el Instituto de seguridad social, deberá afiliar a sus trabajadores como un derecho inquebrantable.

**b) Requisitos de Afiliación para trabajadores.**

- Copia de la cedula vigente
- Copia del certificado de votación
- Algún tipo de documento donde se identifique dirección, teléfono del trabajador

Todos estos trámites son importantes para poder emprender el desarrollo de la microempresa.

## CAPITULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero determina la factibilidad y la viabilidad económica del proyecto, para esto se recopiló toda la información necesaria durante el desarrollo de cada uno de los capítulos anteriores.

#### 5.1. DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN

Se debe detallar el valor de cada ítem necesario para poner en marcha el proyecto, por lo tanto los valores de los cuadros siguientes forman parte de la inversión.

##### 5.1.1. Plan de inversión

**CUADRO Nº 5.1  
PLAN DE INVERSIÓN**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Inversión Fija	64.041,50
Inversión Variable	25.725,75
Inversión Diferida	2.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>91.767,25</b>

**Fuente:** Cuadro Estadístico Nº 4.17

**Elaborado por:** El Autor.

##### 5.1.2. Capital de trabajo

Los recursos que se necesitan para cumplir con el plan de inversión son los siguientes:

### 5.1.2.1. Capital propio

Se determina los bienes y valores con los cuales el inversor cuenta para iniciar la operación de la microempresa, en este caso se cuenta con parte del activo fijo y valores en efectivo.

**CUADRO Nº 5.2**  
**CAPITAL PROPIO**

Descripción	V.Unit.	Total \$
Vehículo NKR	25.000,00	25.000,00
Equipo de computación	2.000,00	2.000,00
Muebles de oficina	1.090,00	1.090,00
Caja-bancos	24.518,85	24.518,85
Herramientas	451,50	451,50
Costo estudio y constitución	2.000	2.000,00
Total		55.060,35

Elaborado por: El Autor.

### 5.1.2.2. Estructura de la inversión

Según el plan de inversión se estima que se requiere \$91.767,25 distribuidos de la siguiente manera:

**CUADRO Nº 5.3**  
**ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**

Descripción	Parcial	Total \$	%
Recursos propios		55.060,35	60,00%
Bienes	30.541,50		
Efectivo	24.518,85		
Recursos de terceros		36.706,90	40,00%
Total		91.767,25	100,00%

Elaborado por: El Autor.

### 5.1.2.3. Amortización del crédito

Se requiere un crédito de \$36.706,25 que será otorgado por el banco Nacional de Fomento, a una tasa de crédito anual del 10% y a 36 meses de plazo. La siguiente tabla muestra la amortización del préstamo:

**CUADRO Nº 5.4  
AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO**

Cuotas	Fecha de Pago	Capital	Cuota	Abono Capital	Interés	Acumulado	Saldo
1	abr-13	36706,90	1184,43	878,54	305,89	878,54	35828,36
2	may-13	35828,36	1184,43	885,86	298,57	878,54	34942,50
3	jun-13	34942,50	1184,43	893,24	291,19	878,54	34049,26
4	jul-13	34049,26	1184,43	900,68	283,74	878,54	33148,58
5	ago-13	33148,58	1184,43	908,19	276,24	878,54	32240,39
6	sep-13	32240,39	1184,43	915,76	268,67	878,54	31324,63
7	oct-13	31324,63	1184,43	923,39	261,04	878,54	30401,24
8	nov-13	30401,24	1184,43	931,08	253,34	878,54	29470,16
9	dic-13	29470,16	1184,43	938,84	245,58	878,54	28531,31
10	ene-14	28531,31	1184,43	946,67	237,76	878,54	27584,64
11	feb-14	27584,64	1184,43	954,56	229,87	878,54	26630,09
12	mar-14	26630,09	1184,43	962,51	221,92	878,54	25667,58
13	abr-14	25667,58	1184,43	970,53	213,90	878,54	24697,04
14	may-14	24697,04	1184,43	978,62	205,81	878,54	23718,43
15	jun-14	23718,43	1184,43	986,77	197,65	878,54	22731,65
16	jul-14	22731,65	1184,43	995,00	189,43	878,54	21736,65
17	ago-14	21736,65	1184,43	1003,29	181,14	878,54	20733,36
18	sep-14	20733,36	1184,43	1011,65	172,78	878,54	19721,71
19	oct-14	19721,71	1184,43	1020,08	164,35	878,54	18701,63
20	nov-14	18701,63	1184,43	1028,58	155,85	878,54	17673,05
21	dic-14	17673,05	1184,43	1037,15	147,28	878,54	16635,90
22	ene-15	16635,90	1184,43	1045,80	138,63	878,54	15590,10
23	feb-15	15590,10	1184,43	1054,51	129,92	878,54	14535,59
24	mar-15	14535,59	1184,43	1063,30	121,13	878,54	13472,29
25	abr-15	13472,29	1184,43	1072,16	112,27	878,54	12400,13
26	may-15	12400,13	1184,43	1081,09	103,33	878,54	11319,04
27	jun-15	11319,04	1184,43	1090,10	94,33	878,54	10228,93
28	jul-15	10228,93	1184,43	1099,19	85,24	878,54	9129,75
29	ago-15	9129,75	1184,43	1108,35	76,08	878,54	8021,40
30	sep-15	8021,40	1184,43	1117,58	66,85	878,54	6903,82
31	oct-15	6903,82	1184,43	1126,90	57,53	878,54	5776,92

32	nov-15	5776,92	1184,43	1136,29	48,14	878,54	4640,63
33	dic-15	4640,63	1184,43	1145,76	38,67	878,54	3494,88
34	ene-16	3494,88	1184,43	1155,30	29,12	878,54	2339,57
35	feb-16	2339,57	1184,43	1164,93	19,50	878,54	1174,64
36	mar-16	1174,64	1184,43	1174,64	9,79	878,54	0,00
<b>Total</b>			<b>42639,42</b>	<b>36706,90</b>	<b>5932,52</b>		

**Fuente:** Banco Nacional de Fomento

**Elaborado por:** El Autor.

## 5.2. DETERMINACIÓN DE INGRESOS

### 5.2.1. Volumen de producción proyectado

La producción de frutas de la microempresa se da bajo la capacidad productiva de la plantación, por lo tanto según el estudio de mercado la demanda insatisfecha es muy grande por lo que se pretende vender toda la producción que la microempresa proporcione.

**CUADRO Nº 5.5**  
**VOLUMEN DE PRODUCCIÓN PROYECTADO DE MORA**

<b>Años</b>	<b>Producción Anual de la Microempresa en Kg.</b>
1	12800
2	22400
3	25600
4	28800
5	32000

**Fuente:** Cuadro Estadístico Nº 4.2

**Elaborado por:** El Autor.

**CUADRO Nº 5.6**  
**VOLUMEN DE PRODUCCIÓN PROYECTADO DE UVILLA**

<b>Años</b>	<b>Producción Anual de la Microempresa en Kg.</b>
1	8000
2	14000
3	16000
4	18000
5	20000

**Fuente:** Cuadro Estadístico Nº 4.3  
**Elaborado por:** El Autor.

### 5.2.2. Proyección de precios

La proyección de precios se da en base a los datos históricos proporcionados por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. Por la cual el incremento de cada año en el precio del kilogramo de mora es del 6,6%, y el de la uvilla es del 5,66%. Cabe recalcar que los precios de productos agrícolas son muy cambiantes debido a muchas causas como por ejemplo a la reducción de la oferta debido a cuestiones ambientales impredecibles.

**CUADRO Nº 5.7**  
**PROYECCIÓN DE PRECIOS**

<b>Años</b>	<b>Precio por Kg. de mora</b>	<b>Precio por Kg. de Uvilla</b>
2013	2,50	2,23
2014	2,66	2,36
2015	2,84	2,49
2016	3,03	2,63
2017	3,23	2,78

**Fuente:** Cuadro Estadístico Nº 3.36  
**Elaborado por:** El Autor.

### 5.2.3. Ingresos proyectados

Los ingresos esperados se dan en función de la multiplicación de la proyección de precios y producción de cada año, con lo cual se obtienen los siguientes datos.

**CUADRO N° 5.8**  
**INGRESOS PROYECTADOS**

<b>AÑO</b>	<b>TOTAL INGRESO</b>
2013	49862,24
2014	92724,17
2015	112609,72
2016	134625,44
2017	158961,19

Elaborado por: El Autor.

### 5.3. DETERMINACIÓN DE EGRESOS

#### 5.3.1. Costos de producción

Los costos de producción son aquellos que intervienen directamente en la producción, se los clasifica como directos e indirectos, dentro de los directos esta la materia prima e insumos, la depreciación de las herramientas, la mano de obra directa; en los costos indirectos tenemos a los honorarios del asesor técnico, materiales indirectos, alquiler de maquinaria, etc.

**CUADRO Nº 5.9**  
**CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN**

<b>Directo</b>	Materia prima e insumos
	Mano de Obra
	Depreciación maquinaria y herramientas
<b>Indirecto</b>	Honorarios inspecciones especializadas
	Alquiler de maquinaria

Elaborado por: El Autor.

**CUADRO Nº 5.10**  
**COSTO SALARIOS MANO DE OBRA DIRECTA**

<b>Costo M.O.D. al Año</b>	
<b>Rubros</b>	
Sueldo B. U	3504
Aporte IESS	425,74
Fondos de Reserva	292,00
Decimo Tercer sueldo	292,00
Decimo Cuarto sueldo	292,00
<b>Total</b>	<b>4805,74</b>

Elaborado por: El Autor.

El siguiente cuadro muestra la mano de obra directa que se necesitara en las cosechas, esta mano de obra se pagara en la modalidad de jornales. En el año 2012 el precio del jornal es de \$8 por día y se necesita 24 obreros por mes.

**CUADRO 5.11**  
**MANO DE OBRA EN JORNALES**

<b>Año</b>	<b>Cantidad de jornales/Año</b>	<b>Precio diario</b>	<b>Costo total/Año</b>
2012	288	8,00	2592,00

Elaborado por: El Autor.

Para mantener los cultivos de la mejor manera, se debe contratar un técnico en agronomía que asesore el trabajo en la plantación, este rubro es conocido como mano de obra indirecta.

**CUADRO 5.12  
MANO INDIRECTA**

<b>Salario Técnico</b>	
Mensual	Anual
<b>300</b>	<b>3.600</b>
Aporte al IESS	437,4
Fondos de reserva	300
Decimo tercer sueldo	300
decimo cuarto sueldo	292
<b>Total</b>	<b>4.929,4</b>

**Elaborado por:** El Autor.

### 5.3.2. Gastos Administrativos

Dentro de los gastos administrativos se encuentran los requerimientos de suministros de oficina.

**CUADRO Nº 5.13  
GASTO REQUERIMIENTOS DE SUMINISTROS DE OFICINA**

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Carpetas	10	0,25	2,5
Tinta de impresora	4	13,7	54,8
Grapadora	2	3,49	6,98
Perforadora	2	1,6	3,2
Cuaderno	5	1,9	9,5
Resma de papel bond	5	4,2	21
Esferográficos	25	0,25	6,25
<b>Total</b>			<b>104,23</b>

**Elaborado por:** El Autor.

Por otra parte se consideran dos sueldos uno del gerente, de la secretaria/contadora y del jefe de producción, tomando en cuenta los beneficios de ley en un año.

**CUADRO N° 5.14**  
**GASTO SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVO**

<b>Año</b>	<b>2012</b>
Gerente	5.400,00
Contadora/Secretaria	3.504
Jefe de Producción	4.200
Total sueldo personal Administrativo	<b>13.104,00</b>
Aporte al IESS	1.592,14
Décimo tercer sueldo	1.092,00
Décimo cuarto sueldo	876,00
Total sueldo personal administrativo con beneficios	<b>16.664,14</b>

**Elaborado por:** El Autor.

Los gastos de servicios básicos incluyen agua, luz, teléfono, etc.

**CUADRO N° 5.15**  
**GASTO SERVICIOS BÁSICOS**

<b>Denominación</b>	<b>Consumo anual</b>	<b>Unidades</b>	<b>Valor por unidad</b>	<b>Valor total</b>
Energía eléctrica	1445	kwh	0,1028	148,55
Servicio Telefónico	1265	minutos	0,112	141,68
Agua potable	130	m <sup>3</sup>	0,3391	44,08
<b>Total</b>				<b>334,31</b>

**Elaborado por:** El Autor.

El cuadro siguiente muestra el valor anual del mantenimiento del equipo de computación.

**CUADRO N° 5.16**  
**GASTO MANTENIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>Denominación</b>	<b>N° de equipos</b>	<b>Valor por equipo</b>	<b>Valor Total</b>
Mantenimiento	3	15,00	45,00
<b>Total</b>			<b>45,00</b>

Elaborado por: El Autor.

**5.3.3. Gastos de ventas**

Se detalla los valores que tiene que ver con la comercialización del producto, los sueldos del personal, los valores por publicidad, el combustible y mantenimiento del vehículo.

**CUADRO N° 5.17**  
**GASTO SUELDOS VENTAS**

<b>Año</b>	<b>2012</b>
Jefe comercialización	4200,00
Chofer/vendedor	3504,00
<b>Total sueldo personal Ventas</b>	<b>7704,00</b>
Aporte al IESS	642,00
Decimo tercer sueldo	642,00
Decimo cuarto sueldo	584,00
<b>Total</b>	<b>9572,00</b>

Elaborado por: El Autor.

Para transportar los productos, los sitios de expendio o a los clientes es necesario el uso del vehículo de carga, por lo que es necesario el gasto en combustible y mantenimiento del mismo.

**CUADRO N° 5.18**  
**GASTO COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO**

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad/Año</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Mantenimiento	1	500	500
Combustible	180 Galones	1,1	198
<b>Total</b>			<b>698</b>

**Elaborado por:** El Autor.

Se debe tener en cuenta el los valores que significaran la publicidad de la microempresa.

**CUADRO N° 5.19**  
**GASTO PUBLICIDAD**

<b>Año</b>	<b>Gasto publicidad</b>
2012	74,5

**Elaborado por:** El Autor.

**5.3.4. Gastos financieros**

Son los valores que se pagan por concepto de intereses del préstamo que se pedirá al Banco del Fomento.

**CUADRO N° 5.20**  
**GASTO INTERESES**

<b>Año</b>	<b>Pago Interés</b>
2013	2.484,27
2014	2.317,73
2015	1.072,12
2016	58,41
<b>Total</b>	<b>5.932,52</b>

**Elaborado por:** El Autor.

### 5.3.5. Depreciaciones

Tomando en cuenta los porcentajes que constan en el código tributario, se considera las depreciaciones de los activos de la microempresa.

**CUADRO N° 5.21  
DEPRECIACIONES**

Descripción	Valor	Vida útil años	Depreciación anual	Valor Depreciación
Obra civil	21.500	20	5,00%	1075,00
Muebles de Oficina	1.090,00	10	10%	109,00
Equipo de Computación	2000,00	3	33,33%	666,60
Nuevo Equipo de Compu.	1500,00	3	33,33%	499,95
Vehículo NkR	25000,00	5	20%	5000,00
Herramientas	451,50	10	10%	45,15

Elaborado por: El Autor.

### 5.3.6. Proyecciones de costos y gastos

Los costos se proyectan según el porcentaje de crecimiento de la inflación anual de los últimos años el cual es de 4,17%.

La fórmula del monto  $M = c (1 + i)^{n-1}$  ayuda a definir el porcentaje de crecimiento de los sueldos en los últimos años, que dio como resultado el 10% de incremento en cada año.

### 5.3.6.1. Proyección de Materia prima

Para la realización de la proyección de la materia prima se requiere tomar en cuenta a la inflación de precios de los últimos años que es de 4,17%, lo cual nos da los siguientes datos.

**CUADRO Nº 5.22**  
**PROYECCIÓN DE COSTO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS**

MATERIA PRIMA E INSUMOS	AÑOS					
		1	2	3	4	5
Frutales	Mora					
	Uvilla	2474,04				
Desinfectantes	Captan	33,9	0	36,74	0	0
	Furadan	32,3	0	35,04	0	0
Fertilizante granulado	10-30-10	525	0	0	0	0
	Humus	125	130,22	135,65	141,3	147,2
Fertilizante foliar	Poliverdol	78,1	81,39	84,78	88,31	92
Fungicidas	Mancozeb	258,1	268,9	280,11	291,79	303,96
	Penconazol	265,6	276,71	288,25	300,27	312,79
Insecticidas	Deltametrina	221,9	231,13	240,77	250,81	261,27
	Cipermetrina	156,9	163,42	170,24	177,34	184,73
TOTAL AÑO		<b>4170,86</b>	<b>1151,77</b>	<b>1271,57</b>	<b>1249,83</b>	<b>1301,94</b>

Elaborado por: El Autor.

Las proyecciones de los salarios de la mano de obra ya sea directa o indirecta, administrativa o de ventas se incrementa en un 10% según las estadísticas de los últimos años. Así como en la proyección del costo de la materia prima e insumos, los costos adicionales también se incrementan el 4,17% según estadísticas de la inflación de los últimos años

**CUADRO Nº 5.23**  
**PROYECCIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN**

Años					
	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Rubros</b>					
Materia Prima D	4.170,9	1.151,77	1.271,57	1.249,83	1.301,94
Mano de Obra D	6.323,11	8.702,94	9564,43	10492,08	11483,69
Costos Indirectos de Producción	7651,27	7.315,35	8128,19	8571,24	9349,42
Subtotal	18.145,2	17.170,1	18.964,2	20.313,1	22.135,1
5% Imprevistos	907,26	858,50	948,21	1015,66	1106,75
Depreciación Herramientas	45,15	45,15	45,15	45,15	45,15
<b>Total</b>	<b>19.097,65</b>	<b>18.073,71</b>	<b>19.957,56</b>	<b>21.373,95</b>	<b>23.286,95</b>

Elaborado por: El Autor.

**CUADRO Nº 5.24**  
**PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS**

<b>Años</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Rubros</b>					
Sueldo Personal Administrativo	1.9531,7	21.484,92	23.633,42	25.996,76	28.596,43
Suministros de O.	108,58	102,06	106,31	110,75	115,36
Servicios Básicos	348,25	362,77	377,90	393,66	410,07
Mantenimiento E.	46,88	48,83	50,87	52,99	55,20
Depre. Obra Civil	1.075,00	1.075,00	1075,00	1.075,00	1.075,00
Depre. Muebles y Enseres	109,00	109,00	109,00	109,00	109,00
Depre. Equipo de Computación	666,60	666,60	666,60	-	-
Depre. Nuevo Equipo	-	-	-	499,95	499,95
<b>Total</b>	<b>21.886,05</b>	<b>23.849,18</b>	<b>26.019,10</b>	<b>28.238,10</b>	<b>30.861,02</b>

Elaborado por: El Autor.

**CUADRO Nº 5.25**  
**PROYECCIÓN DE GASTOS DE VENTAS**

<b>Años</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Rubros</b>					
Sueldo en Ventas	11.558,84	12.714,72	13.986,20	15.384,82	16.923,30
Gasto Publicidad	77,61	69,99	84,21	75,95	79,12
Gasto Mantenimiento y Combustible	727,11	757,43	789,01	821,91	856,19
Depreciación Vehículo	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
<b>Total</b>	<b>17.363,55</b>	<b>18.542,14</b>	<b>19.859,42</b>	<b>21.282,68</b>	<b>22.858,60</b>

Elaborado por: El Autor.

## 5.4. ESTADOS FINANCIEROS

### 5.4.1. Estado de situación inicial

Se determina la situación inicial de la microempresa tomando en cuenta la inversión requerida, el préstamo de la institución financiera y los valores de los activos de la empresa.

**CUADRO Nº 5.26  
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL**

ACTIVOS			PASIVOS			
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>			<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>			
Caja - Bancos		25725,75	Préstamo Bancario			36706,90
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>						
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			<b>64041,50</b>	<b>TOTAL PASIVOS</b>	36706,9	<b>36706,90</b>
Terreno	14.000					
Obra civil	21500,00					
Muebles de Oficina	1090,00					
Equipo de Computación	2000,00					
Vehículo	25000,00		<b>PATRIMONIO</b>			<b>55060,35</b>
Herramientas	451,50		Aporte de Capital	55060,35		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			<b>2000,00</b>			
Costo del Estudio	1000,00					
Gastos Legalización	1000,00					
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>91767,25</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>			<b>91767,25</b>

**Fuente:** Cuadro Estadístico Nº 4.18  
**Elaborado por:** El Autor.

#### 5.4.2. Estado de pérdidas y ganancias

Se determina el estado de pérdidas y ganancias de los 5 años, tomando en cuenta los costos, gastos y los ingresos totales de la microempresa.

**CUADRO N° 5.27**  
**ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO**

<b>Años</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Rubros</b>					
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	49862,24	92724,17	112609,72	134625,44	158961,19
<b>EGRESOS</b>					
Costos de Producción	19052,50	18028,56	19912,41	21328,80	23241,80
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>30809,74</b>	<b>74695,61</b>	<b>92697,31</b>	<b>113296,63</b>	<b>135719,39</b>
Gastos Administrativos	20035,45	21998,58	24168,50	26554,15	29177,07
Gastos de Ventas	12363,55	13542,14	14859,42	16282,68	17858,60
Gastos Financieros	2484,27	2317,73	1072,12	58,41	
Depreciaciones	6895,75	6895,75	6895,75	6729,10	6729,10
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>-10969,28</b>	<b>29941,41</b>	<b>45701,52</b>	<b>63672,29</b>	<b>81954,62</b>
15% participación Traba.		4491,21103	6855,23	9550,84	12293,19
<b>Utilidad antes de Impuestos.</b>	<b>-10969,28</b>	<b>25450,20</b>	<b>38846,29</b>	<b>54121,45</b>	<b>69661,43</b>
25% Impuesto a la Renta		6362,55	9711,57	13530,36	17415,36
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>-10969,28</b>	<b>19087,65</b>	<b>29134,72</b>	<b>40591,09</b>	<b>52246,07</b>

Elaborado por: El Autor.

### 5.4.3. Flujo de caja

**CUADRO Nº 5.28**

**FLUJO DE CAJA**

<b>Años</b>	<b>Base</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Rubros</b>						
<b>INVERSIÓN</b>	<b>91767,25</b>					
Capital Social	55060,35					
Préstamo	36706,90					
<b>Utilidad Operacional</b>		<b>-10969,28</b>	<b>29941,41</b>	<b>45701,52</b>	<b>63672,29</b>	<b>81954,62</b>
Participación Trabajadores 15%			4491,21	6855,23	9550,84	12293,19
<b>Utilidad antes Impuestos</b>		<b>-10969,28</b>	<b>25450,20</b>	<b>38846,29</b>	<b>54121,45</b>	<b>69661,43</b>
Impuesto a la Renta 25%			6362,55	9711,57	13530,36	17415,36
(+)Depreciaciones		6895,75	6895,75	6895,75	6729,10	6729,10
Nueva Ad. de computadores					1500,00	
Venta de Activos						31395,85
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>91767,25</b>	<b>-4073,53</b>	<b>25983,40</b>	<b>36030,47</b>	<b>45820,19</b>	<b>90371,02</b>

Elaborado por: El Autor

## 5.5. EVALUACIÓN FINANCIERA

Es importante disminuir el riesgo de invertir en el proyecto, la evaluación financiera es la técnica mas acertada para disminuir la incertidumbre; los indicadores financieros que se deben calcular son: el Valor Actual Neto, La Tasa Interna de Retorno, el tiempo de recuperación de la inversión y el punto de equilibrio; estos indicadores muestran una guía clara en la toma de decisión de invertir o no invertir en el proyecto.

### 5.5.1. Tasa de descuento

Se debe considerar la tasa de interés por la cual se va a pagar por el préstamo, el banco de fomento siendo una entidad pública oferta la tasa de interés activa más baja que es del 10% anual.

Tomando en cuenta la tasa activa y pasiva que maneja esta entidad financiera que es del 10% y 6% respectivamente , se procede a calcular la tasa de descuento que teóricamente muestra el rendimiento que genera el proyecto. Siendo esta igual a la Tasa activa – Tasa de inflación.

**CUADRO Nº 5.29**  
**COSTO DE LA INVERSIÓN**

Rubro	Valor	Porcentaje	Tasa de Ponderación		Valores Ponderados
			Elemento	Tasa	
Inversión Financiada	36.706,90	40%	Pasiva	6,20%	2,48%
Inversión Propia	55.060,35	60%	Activa	10%	6%
<b>Total</b>	<b>91.767,25</b>	<b>100%</b>			<b>8,48%</b>
<b>Tasa de In.</b>	4,17%				

**Fuente:** Banco Nacional de Fomento

**Elaborado por:** El Autor.

**Formula a aplicarse:**

Dónde:

Costo de oportunidad (**Ck**)

Inflación promedio de los últimos cinco años (**Rp**)

$$\begin{aligned} \text{TMRA} &= (1+\text{Ck}) (1+\text{Ti}) -1 \\ &= (1+8,48\%) (1+4,17\%) -1 \\ &= 13\% \end{aligned}$$

De acuerdo a la Tasa Mínima de Redescuento tenemos que el proyecto rinda un 13 %.

**5.5.2. Valor actual neto (VAN)**

Este indicador muestra la rentabilidad del proyecto en términos monetarios con poder adquisitivos presentes que permite visualizar a futuro la conveniencia de invertir en el proyecto.

**Formula a aplicarse para el cálculo del VAN:**

$$\text{VAN} = -I + \frac{\text{FE1}}{1+i} + \frac{\text{FE2}}{(1+i)^2} + \dots + \frac{\text{FEn}}{(1+i)^n}$$

Dónde:

Flujos de Caja Proyectados (**FE**)

Tasa de Redescuento (**i**)

Tiempo u horizonte de la vida útil del proyecto o inversión (**n**)

**CUADRO N° 5.30**  
**VALOR ACTUAL NETO**

<b>Años/ Inversión</b>	<b>Flujos Netos</b>	<b>Flujos Actualizados</b>
	<b>-91.767,25</b>	
2013	-4073,53	-3.604,78
2014	25.983,40	20.347,51
2015	36.030,47	24.968,53
2016	45.820,19	28.098,78
2017	90.371,02	49.041,92
	<b>194.131,54</b>	<b>118.851,96</b>

**Fuente:** Cuadro Estadístico N° 5.28  
**Elaborado por:** El Autor.

$$VAN = \$27.084,71$$

Se tiene un Valor Actual Neto de \$27.084,71 siendo el valor de rentabilidad adicional que se genera sobre la tasa del 13%, por lo que se considera viable desde el punto de vista del proyecto.

### **5.5.3. Tasa interna de rendimiento (TIR)**

Este indicador muestra la rentabilidad del proyecto que devuelve al final de la vida útil, se toma en cuenta los flujos de caja proyectados en el momento que el valor actual neto es igual a 0.

**Formula a aplicarse para el cálculo de la TIR:**

$$TIR = TRi + (TRs - TRi) \left[ \frac{VANi}{VANi - VANs} \right]$$

**CUADRO N° 5.31**  
**TASA INTERNA DE RETORNO**

Años	Flujos Netos	Flujos Actualizados
<b>Inversión</b>	-91767,25	
2013	-4073,53	-3145,58
2014	25983,40	15493,74
2015	36030,47	16590,54
2016	45820,19	16292,13
2017	90371,02	24813,06
		<b>70043,89</b>

**Fuente:** Cuadro Estadístico N° 5.28

**Elaborado por:** El Autor.

$$\text{TIR} = 20,35\%$$

Tomando en cuenta los flujos netos permiten realizar el cálculo de la Tasa Interna de Retorno, considerando la inversión inicial de 91.767,25 y una tasa de rendimiento media de 29,5%. El resultado es TIR=20,35% el cual es mayor a la TMR= 13% que nos permite considerar que el proyecto va ha ser beneficioso.

#### **5.5.4. Costo / Beneficio**

Nos permite relacionar los ingresos con los egresos considerando cuanto retorna al ingreso en función del costo y el gasto, para calcular el indicador tomamos en cuenta el valor de los ingresos sobre la inversión inicial.

Para el cálculo del Costo/Beneficio se utilizó el método de flujos netos actualizados, expresado en la siguiente fórmula:

$$RB/C = \frac{\sum \text{Ingresos Netos Actualizados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$= \$ 1,30$$

La relación Costo/Beneficio es de \$1,30 lo que significa que por cada dólar invertido en el proyecto se genera \$0,30 centavos de dólar.

### 5.5.5. Periodo de recuperación

Este indicador determina el tiempo en el cual se va a recuperar la inversión tomando en cuenta los flujos acumulados y la inversión inicial.

Aplicamos la siguiente fórmula:

$$PR = N^{\circ} \text{ años antes de cubrir la } I_0 + \frac{I_0 - \text{Flujo de año cubierto}}{\text{Flujo del año en que se cubre}}$$

### CUADRO N° 5.32

#### PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Años	Flujos	Flujos Acumulados
2013	-4073,53	-4073,53
2014	25983,40	21909,87
2015	36030,47	57940,34
2016	45820,19	103760,52
2017	90371,02	194131,54

**Fuente:** Cuadro Estadístico N° 5.28

**Elaborado por:** El Autor.

**Tiempo de recuperación= 3,33%**

El periodo en que se recupera la inversión inicial del presente proyecto es de 3 años y 4 meses.

### 5.5.6. Punto de equilibrio

Muestra el punto en donde la microempresa no gana ni pierde, también define que la inversión genera una rentabilidad positiva.

Para el cálculo del punto de equilibrio se debe tomar en cuenta los siguientes rubros:

**CUADRO N° 5.33**  
**CLASIFICACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES**

<b>Costo Fijo</b>	<b>39294,76</b>
Gasto Administrativos	20035,45
Gastos de Ventas	12363,55
Depreciaciones	6895,75
<b>Costo Variable</b>	<b>18145,24</b>
Materia Prima Directa	4170,86
Mano de Obra directa	6323,11
Costos Indirectos de Producción	7651,27
<b>Total</b>	<b>57439,99</b>

**Fuente:** Cuadros Estadísticos N° 5.23, 5.24, 5.25

**Elaborado por:** El Autor.

En este caso se aplica formulas especiales para el cálculo de punto de equilibrio en empresas que producen más de un producto. Tomando en cuenta el porcentaje de participación de cada producto en las ventas totales.

**CUADRO N° 5.34**

**PARTICIPACIÓN DE CADA PRODUCTO EN LOS INGRESOS Y EGRESOS**

<b>Producto</b>	<b>Producción</b>	<b>Porcentaje de participación</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Coste variable/U</b>
Moras/kilos	12.800	62%	2,50	0,87
Uvillas/kilos	8.000	38%	2,23	0,87
<b>Total</b>	20.800	100%		
<b>CF</b>	39.294,76			

**Elaborado por:** El Autor.

El cálculo de esta cifra se la realiza por medio de la siguiente fórmula:

$$Beneficio\ total = \sum_{i=1}^n (Q_{Ti} - Q_{0i})(P_i - CV_i)$$

$Q_{Ti}$  = Ventas previstas del producto  $i$ .

$Q_{0i}$  = Volumen de producción del producto  $i$  que corresponde al punto muerto.

Punto de equilibrio total en unidades:

$Q_0 = 25769,49$

Participación de cada producto en el PE en unidades.

**CUADRO N° 5.35**

**PARTICIPACIÓN DE CADA PRODUCTO EN P.E. EN UNIDADES.**

<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>
Moras en Kg.	15.858,15
Uvillas en Kg.	9.911,34
<b>Total</b>	<b>25769,49</b>

**Elaborado por:** El Autor

Por lo que el punto de equilibrio en dólares es de: **61.775,22**

Los cálculos anteriores determinan que la microempresa para no tener pérdidas debe tener un ingreso mayor por ventas de **\$61.775,22**, que es producto de la venta de 15858,15 kg. de mora y 9.911,34 kg. de uvilla.

#### 5.5.7. Resumen de evaluación financiera

Se debe hacer un resumen de los resultados del cálculo de los diferentes indicadores financieros, en el cual se puede llegar a la conclusión que el proyecto es viable realizarlo.

**CUADRO N° 5.36**  
**INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA**

<b>INDICADOR</b>	<b>VALOR</b>	<b>CONCLUSIÓN</b>
Valor Actual Neto	27.084,71	VIABLE
Tasa Interna de Retorno	20,35%	VIABLE
Costo/Beneficio	1,30	VIABLE
Periodo de R. Inversión	3,33	
Punto de Equilibrio	25.769,49 Kg. 61.775,22	VIABLE

**Fuente:** Cuadro Estadístico N° 5.31, 5.32, 5.33, 5.34, 5.35

**Elaborado por:** El Autor

## CAPITULO VI

### 6. IMPACTOS

#### 6.1. MATRIZ DE VALORACIÓN

Para realizar un análisis cuantitativo y cualitativo se construirá una matriz de impacto, siguiendo los siguientes criterios.

**CUADRO Nº 6.1**  
**MATRIZ DE VALORACIÓN**

<b>PUNTAJE</b>	<b>SIGNIFICADO</b>
-3	Alto negativo
-2	Medio negativo
-1	Bajo negativo
0	Indiferente
1	Bajo positivo
2	Medio positivo
3	Alto positivo

**Elaborado por:** El Autor

Los análisis se determinan en función de los criterios de la matriz de valoración.

## 6.2. IMPACTO SOCIAL

### CUADRO Nº 6.2 IMPACTO SOCIAL

#### IMPACTO SOCIAL

	NIVELES DE IMPACTO				0	1	2	3
INDICADOR	3	2	1					
Calidad de vida							x	
Migración						x		
Vías de comunicación						x		
Bienestar comunitario							x	
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>4</b>	

$$\Sigma = 6$$

$$\text{Nivel de impacto social} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$NI = 6 / 4 = 1.5$$

Nivel de impacto=Medio positivo

Elaborado por: El Autor

## **Análisis**

- En lo que tiene que ver con la calidad de vida de los habitantes del sector el impacto es medio positivo ya que el proyecto pretende crear nuevas fuentes de empleo, por lo que los pobladores tendrán la oportunidad de encontrar un trabajo estable que les permitirá incrementar sus ingresos para sus familias.
- La migración en este sector está determinada por el traslado de las personas del campo a la ciudad, este impacto tendrá la característica de ser bajo positivo ya que el proyecto ayudara a incrementar la oferta laboral y disminuirá este fenómeno.
- Las vías de comunicación tendrán un impacto bajo positivo puesto que el proyecto ayudara a que las autoridades tomen con mayor importancia en mantener las vías en buen estado.
- En lo que tiene que ver con el bienestar comunitario el proyecto tendrá un impacto medio positivo ya que a más de ofertar nuevas fuentes de ingreso contribuirá al desarrollo micro empresarial local.

### 6.3. IMPACTO ECONÓMICO

**CUADRO Nº 6.3**  
**IMPACTO ECONÓMICO**  
**IMPACTO ECONÓMICO**

NIVELES DE IMPACTO	-	-	-	0	1	2	3
INDICADOR	3	2	1				
Oferta de empleo						x	
Demanda de mano de obra						x	
Ingreso per cápita					x		
Estabilidad económica familiar						x	
Capacidad de compra						x	
<b>TOTAL</b>					<b>1</b>	<b>8</b>	

$$\Sigma = 9$$

$$\text{Nivel de impacto económico} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{NI} = 9 / 5 = 1.8$$

Nivel de impacto=Medio positivo

**Elaborado por:** El Autor

## Análisis

- Si bien es cierto la microempresa que se pretende eliminar el desempleo, pero tendrá un impacto medio positivo ya que se necesitara una cantidad significativa de mano de obra por lo que los habitantes del sector serán los más indicados en cubrir esas plazas de trabajo.
- En el caso de la demanda de mano de obra el proyecto tendrá un impacto medio positivo ya que incentivara a la creación de nuevos proyectos y en si la mano de obra local se beneficiara puesto que como en este sector las proyectos son de carácter agrario y las personas que ahí habitan tienen gran conocimiento del tema.
- En lo que tiene que ver con el ingreso per capita el proyecto tendrá un impacto bajo positivo ya que con las nuevas plazas de trabajo se incentivará al incremento del ingreso de las familias que ayudara a al dinamismo económico.
- Las familias tendrán una mejor estabilidad económica ya que el proyecto tiene un impacto medio positivo puesto que las personas que trabajen en la microempresa incrementaran sus ingresos que les ayudara a sostener económicamente a sus familias.
- En lo que tiene que ver con la capacidad de compra de las personas tendrá un impacto medio positivo ya que los pobladores verán incrementado sus ingresos y optaran en consumir más lo que ayudará al desarrollo económico local.

## 6.4. IMPACTO AMBIENTAL

**CUADRO N° 6.4**  
**IMPACTO AMBIENTAL**  
**IMPACTO AMBIENTAL**

NIVELES DE IMPACTO	-	-	-	0	1	2	3
INDICADOR	3	2	1				
Manejo de desechos		x					
Conservación y uso racional del suelo						x	
Manejo de productos químicos		x					
Tratamiento de la basura					x		
<b>TOTAL</b>	<b>-</b>				<b>1</b>	<b>2</b>	
	<b>4</b>						

$$\Sigma = -1$$

$$\text{Nivel de impacto ambiental} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{NI} = -1 / 4 = -0.25$$

Nivel de impacto=Bajo negativo

Elaborado por: El Autor

## **Análisis**

- El proyecto por ser de tipo agrícola su impacto en el manejo de desechos es medio negativo ya que se va a pretender no dañar al ambiente con un adecuado manejo de los desechos.
- El proyecto con el afán de diversificar los cultivos en la zona su impacto con lo que tiene que ver con la conservación y uso racional del suelo será medio positivo ya que contribuirá a mantener la salud del suelo.
- En lo que tiene que ver con el manejo de productos químicos el proyecto dará un impacto medio negativo ya que el uso de estos productos es determinante en la consecución de buenos resultados en la producción entonces se pretenderá tener mucho cuidado en el uso de estos químicos.
- El proyecto en pretende ser un ejemplo a seguir en lo que tiene que ver con la conservación del medio ambiente el manejo de la basura tendrá un impacto bajo positivo ya que sus desechos van a ser clasificados de forma racional.

## 6.5. IMPACTO ÉTICO

### CUADRO Nº 6.5 IMPACTO ÉTICO

		IMPACTO ÉTICO						
		NIVELES DE IMPACTO						
INDICADOR		-3	-2	-1	0	1	2	3
Responsabilidad social							x	
Calidad garantizada							x	
Competencia ilegal				x				
Responsabilidad Tributaria							x	
	<b>TOTAL</b>			-1			6	

$$\Sigma = 5$$

$$\text{Nivel de impacto ético} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$NI = 5 / 4 = 1.25$$

Nivel de impacto = Medio positivo

Elaborado por: El Autor

## **Análisis**

- El proyecto dará un impacto medio positivo en lo que tiene que ver con la responsabilidad social ya que ayudara a las personas a desarrollarse y que logren una mejor calidad de vida.
- El producto que se ofertara temen que ser con las mejores características que demande el mercado pero lo que su impacto es medio positivo.
- El proyecto al ser una microempresas lograra una estabilidad solida en el mercado por lo que las personas que se dedican a la comercialización de este producto a menor escala pueden quedar relegadas por lo que el impacto se lo determina como bajo negativo.
- El proyecto al ser constituido de forma legal tendrá la responsabilidad de contribuir al desarrollo del país como la mejor forma de hacerlo es responsabilizándose de los tributos que demanda el estado.

## 6.6. IMPACTO EMPRESARIAL

### CUADRO Nº 6.6 IMPACTO EMPRESARIAL

#### IMPACTO EMPRESARIAL

	NIVELES DE IMPACTO						
INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Clima organizacional						x	
Creatividad						x	
Procesos					x		
Cultura					x		
<b>TOTAL</b>					<b>2</b>	<b>4</b>	

$$\Sigma = 6$$

$$\text{Nivel de impacto empresarial} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$NI = 6 / 4 = 1.5$$

Nivel de impacto = Medio positivo

**Elaborado por:** El Autor

#### **Análisis**

- En el clima organizacional el proyecto impactará de forma media positiva ya que incentivará a la organización comunitaria de crear nuevos proyectos que ayuden al desarrollo empresarial del sector que aprovechen las condiciones que brinda.
- El impacto contribuye al lanzamiento de nuevas propuestas de emprendimiento, este impacto se lo evalúa como medio positivo.

- Se fortalecerá la cultura empresarial puesto que muchos proyectos se verán incentivados en la consecución de financiamiento para hacer realidad su operatividad.

## 6.7. IMPACTO GENERAL

### CUADRO Nº 6.7 IMPACTO GENERAL

#### IMPACTO GENERAL

	NIVELES DE IMPACTO						
	-	-	-	0	1	2	3
INDICADOR	3	2	1				
Impacto social						x	
Impacto económico						x	
Impacto ambiental			x				
Impacto ético						x	
Impacto empresarial						x	
<b>TOTAL</b>			-			<b>8</b>	
			<b>1</b>				

$$\Sigma = 7$$

$$\text{Nivel de impacto ético} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$NI = 7 / 5 = 1.4$$

Nivel de impacto = Medio positivo

**Elaborado por:** El Autor

## **Análisis**

En el análisis general de los impactos se puede observar que el proyecto tendrá un impacto general medio positivo, por lo que es beneficiosa la creación de la microempresa en la parroquia de Piartal.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES:

- El diagnóstico situacional realizado en la parroquia Piartal muestra la realidad en la que viven sus habitantes. La gran mayoría de la población se considera pobre, la actividad productiva más importante es la agricultura teniendo como principal producto a la papa.
- Es fundamental tener la suficiente información básica para empezar la investigación, las bases teórico-científicas sustentan científicamente los aspectos más importantes en el desarrollo del proyecto.
- Al realizar el estudio de mercado el proyecto toma un rumbo favorable puesto que al encontrar deficiencia en la oferta de los productos que se van a producir, la microempresa toma como oportunidad la demanda insatisfecha que existe en el mercado meta.
- Es fundamental definir la tecnología, la mano de obra, la localización del proyecto, etc. y sus costos para poder calcular la inversión total que requiere el proyecto para poder empezar a operar. Se establece también la estructura orgánica-funcional por la cual la microempresa estará manejada, en el presente proyecto las propietarias serán la asociación de mujeres "8 de Marzo" quienes aportarán con el 60% del total de la inversión y la parte restante será financiada por una entidad financiera.

- Los indicadores de evaluación financiera muestran un camino muy favorable para el proyecto, es importante bajar la incertidumbre en que si se va a ganar o no en la inversión y en cuanto tiempo aproximado se la va a recuperar, en el caso de la microempresa se estima que la inversión se la recuperar en 3 años 4 meses que es un tiempo razonable.
- El estudio de impactos muestra un resultado general medio positivo por lo que el proyecto muestra una expectativa favorable desde este punto de vista.

## **RECOMENDACIONES**

- En el diagnostico situacional debe indagar todos los aspectos importantes que influyan en el desarrollo del proyecto, aplicando herramientas de investigación importantes como la encuesta, la entrevista y la constatación directa. Que darán un a visualización real de la situación del sector.
- Las bases filosóficas y científicas deben mantener el sentido técnico del proyecto, es importante mantener una investigación actualizada de los aspectos determinantes.
- Es fundamental realizar un buen estudio de mercado porque de este depende la oportunidad de invertir o entrar a competir en el mercado con los productos de la nueva microempresa. Se debe planificar un buen plan de negocios para poder ser competitivos.
- Los valores que se manejan en el estudio financiero debe mantener un sentido real, puesto que de este dependerá la decisión en invertir o no en el proyecto.

- Una acertada delegación de funciones en la empresa, con mano de obra capaz y comprometida en sacarla adelante, tendrá como resultado a la consecución eficaz de los objetivos planteados en el proyecto.
- En el desarrollo del proyecto se debe hacer un análisis minucioso de los impactos que se van a generar, tomando en cuenta como eje principal a la conservación del medio ambiente y los beneficios sociales que demande la población.

## BIBLIOGRAFÍA

- ANZOLA, Sérvulo, 2002 Administración de Pequeñas y Grandes Empresas, Editorial Mc. Graw Hill, Segunda Edición, México DF.
- ARBOLEDA Germán, Formulación Evaluación y Control de Proyectos, Editorial Ac, Colombia, Cuarta Edición, 2001.
- ARMIJO, Paola, Plan de desarrollo local de la parroquia Piartal, cantón Montufar, provincia del Carchi, Gobierno Parroquial de Piartal, Ecuador 2010
- BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial Mc. Graw Hill, México 2007
- BERNAL, Cesar, Metodología de la Investigación, Editorial Pearson Educación, Edición Segunda, México, 2006.
- BIBLIOTECA DECAMPO, Manual Agropecuario: tecnología orgánica de la granja integral autosuficiente, Editorial Limerin, segunda Edición, Bogotá 2010
- BRAVO, Oscar, Contabilidad de Costos, Editorial Mc. Graw Hill, tercera Edición, Colombia 2006.
- COOPER, Elmer, DEVERE Burton, Agrociencia: Fundamentos y Aplicaciones, Editorial DELMAR, Cuarta Edición, México 2009.
- LAWRENCE J. Gitman, Principios de Administración Financiera, Editorial Pearson, 2007
- LEIVASEA, Francisco, Nociones de Metodología de la Investigación Científica, Editorial INACAPED, Quinta Edición, Quito – Ecuador, 2006.

- MÉNDEZ, Rosemary, CID, Alma, SANDOVAL, Franco, Investigación Fundamentos y Metodología, Editorial Pearson Prentice Hall, Primera Edición, Naucalpán de Suarez – México, 2007.
- MONTAÑO, Francisco, Mercadotecnia: investigación y análisis para el éxito, Editorial Tillas, Primera Edición, México 2005.
- MONTEROS, Edgar, Manual de Gestión Microempresarial, Editorial Universitaria, Primera Edición, Ecuador, 2005.
- REINOSO, Víctor, Administración de Empresas, Editorial Mc. Graw Hill, Cuarta Edición, México DF, 2001.
- ROMERO, Javier, Principios de Contabilidad, Editorial Mc. Graw Hill, Tercera Edición, 2007
- VARELA, Rodrigo, Evaluación económica de Proyectos de Inversión, , Editorial Mc. Graw Hill, Séptima edición, Bogotá 2010

## LINKOGRAFÍA

- [http://Enciclopedia Microsoft Encarta, \(2011\)](http://Enciclopedia Microsoft Encarta, (2011))
- <http://www.bce.gov.ec>
- <http://www.inec.gov.ec>
- <http://www.sica.gov.ec>
- <http://www.unl.edu.ec>
- <http://www.pymesfuturo.com>
- <http://www.magap.gov.ec>
- <http://www.ruralfinance.org>
- <http://www.educacionparaeldesarrollo.org>
- <http://www.unicef-irc.org>
- <http://www.eco-finanzas.com>
- <http://www.wikipedia.org>
- <http://www.monografias.com>
- <http://www.promonegocios.com>

**ANEXOS**

## ANEXO A

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS**

**ENCUESTA DIRIGIDA POBLADORES DE LA PARROQUIA**

**a) objetivo:** La presente encuesta ayudara a diagnosticar la situación actual de del sector en donde se creara una microempresa agrícola comunitaria productora y comercializadora de frutas.

**b) Instrucciones:** Señale con una x en el paréntesis la respuesta que considere conveniente.

### CUESTIONARIO

13. Qué producto Ud. cultiva con más frecuencia en sus parcelas?

- Papa ( )
- Zanahoria ( )
- Maíz ( )
- Habas ( )
- Otros ( )

14. ¿Las perdidas en los cultivos son ocasionadas por?

- Sequia ( )
- Invierno ( )
- Heladas ( )
- Bajo precios ( )

15. ¿Piensa que existe falta de canales de riego?

- Si ( )
- No ( )

16. ¿Se ha favorecido de alguna manera de la utilización de de canales de riego para enfrentar la sequia?

Muchas ocasiones ( )

Pocas ocasiones ( )

En ninguna ocasión ( )

17. ¿Con que frecuencia Ud. utiliza los canales de riego?

Una vez en semana ( )

Dos veces en semana ( )

Cada ocho días ( )

Nunca ( )

18. Como califica la calidad de las vías de la Parroquia:

Excelente estado ( )

Mal estado ( )

Pésimo estado ( )

19. Cree Ud. que la calidad de las vías es un factor determinante del estancamiento económico de la parroquia.

Si ( )

No ( )

20. Marque con una X si Ud. es parte de algún grupo social:

Asociaciones agrícolas, comerciales y ganaderas ( )

Cajas comunales ( )

Clubes deportivos y culturales ( )

Ninguno ( )

21. Sus ingresos mensuales oscilan entre:

Menos de 100 dólares ( )

Entre 100 y 200 dólares ( )

Entre 200 y 300 dólares ( )

Más de 300 dólares ( )

22. Qué instrucción educativa tiene:

Ninguna ( )

Primaria ( )

Secundaria ( )

Superior ( )

23. ¿Cuál es su fuente de financiamiento?

Capital propio ( )

Crédito en cooperativa ( )

Crédito con bancos ( )

Crédito con el Banco del Fomento ( )

Corporación financiera nacional ( )

24. De los créditos que Ud. obtiene de las instituciones financieras considera que las tasa s de interés son:

Bajas ( )

Accesibles ( )

Altas ( )

**ANEXO B**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS**

**ENTREVISTA REALIZADA A UN BOCAL DE LA JUNTA PARROQUIAL  
DE PIARTAL**

**CUESTIONARIO**

- ¿Cómo ve Ud. la organización de las personas?
- ¿Cuántas organizaciones existen en el sector?
- ¿Cómo autoridad Ud. que ha hecho para mantener la organización en el sector?
- ¿Está impulsando nuevos proyectos para lograr mayor organización de las comunidades?

**a. DATOS GENERALES:**

Nombre: ..... Género: ..... Edad: .....  
Nivel de Instrucción: ..... Cargo: .....  
Domicilio Sector: .....

**b. OBSERVACIONES:**

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

FECHA: .....

## ANEXO C

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FAMILIAS DEL CANTÓN MONTUFAR**

- a) **OBJETIVO:** Conocer la aceptación que tiene la mora y la uvilla en la alimentación de las familias del cantón Montufar para el desarrollo del estudio de FACTIBILIDAD DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA AGRÍCOLA COMUNITARIA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE FRUTAS.
- b) **INSTRUCCIONES:** Por favor lea detenidamente las preguntas y conteste con la mayor sinceridad.

8. ¿Los siguientes productos, son parte la dieta alimenticia de su familia?

Producto	Si	No
Mora		
Uvilla		

9. ¿En qué lugar adquiere Ud. Estos productos?

- Supermercados            ( )  
Mercados                    ( )  
Productores                ( )  
Vendedores ambulantes ( )

10. ¿Con que frecuencia adquiere Ud. Este producto?

Frecuencia	Una vez por mes	Dos veces por mes	Tres veces por mes	Cuatro veces por mes
Producto				
Mora				
Uvilla				

11. ¿Qué cantidad de producto adquiere?

Frecuencia	Menos de 1 kg.	Más de 1 kg.	De 2 Kg. y mas
Producto			
Mora			
Uvilla			

12. ¿El precio en el cual Ud. adquiere el producto está entre?

Frecuencia	Menos de \$1.00	\$1.00	Más de \$1.00	\$2 .00	Más de \$2.00
Producto					
Mora					
Uvilla					

13. ¿Qué factor toma más en cuenta al adquirir el producto?

- Calidad ( )
- Presentación ( )
- Bajos precios ( )

**ANEXO D**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**  
**ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES**

**a) OBJETIVO:** La presente encuesta tiene por objeto recolectar información respecto a la producción de moras y uvillas en la parroquia Piartal cantón Montufar para el desarrollo del proyecto de estudio de FACTIBILIDAD DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA AGRÍCOLA COMUNITARIA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE FRUTAS.

**b) INSTRUCCIONES:** Por favor lea detenidamente las preguntas y conteste con la mayor sinceridad.

**CUESTIONARIO:**

1. ¿Qué extensión de terreno dispone para el cultivo de estos productos?

Frecuencia	Menos de 500 m <sup>2</sup>	De 500 m <sup>2</sup> a 1500 m <sup>2</sup>	De 1500 m <sup>2</sup> a 2500 m <sup>2</sup>
Producto			
Mora			
Uvilla			

2. ¿Cuál es el sistema de riego que usted utiliza?

Riego por inundación

Riego por surcos

Riego por aspersion

Riego por goteo

3. ¿Los insumos que utiliza para la producción de estos productos son de fácil acceso?

Muy fácil	<input type="text"/>
Fácil	<input type="text"/>
Medianamente fácil	<input type="text"/>
Nada fácil	<input type="text"/>

4. ¿Cada qué tiempo cosecha estos productos?

Frecuencia	Diario	Semanal	Quincenal
Producto			
Mora			
Uvilla			

5. ¿Cuántos kilos de este producto cosecha por semana?

Frecuencia	Menos de 50 kg	De 50 a 100 Kg	De 100 a 150 Kg	Más de 150 Kg
Producto				
Mora				
Uvilla				

6. La producción de estos productos se vende:

Al consumidor final	<input type="text"/>
Por intermediarios	<input type="text"/>
Mercado Mayorista	<input type="text"/>
Supermercados	<input type="text"/>

**ANEXO E**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DE FRUTAS**

**a) OBJETIVO:** La presente encuesta tiene por objeto recolectar información respecto a la producción de moras y uvillas en la parroquia Piartal cantón Montufar para el desarrollo del proyecto de estudio de FACTIBILIDAD DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA COMUNITARIA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE FRUTAS.

**b) INSTRUCCIONES:** Por favor lea detenidamente las preguntas y conteste con la mayor sinceridad.

7. ¿De qué lugar proviene los productos que usted compra?

Producto	Frecuencia			
	Carchi	Imbabura	Pichincha	Tungurahua
Mora				
Uvilla				

8. En qué lugar Ud. Adquiere su producto:

Producto	Frecuencia			
	Lugar de cosecha	Centro de acopio	Mayorista	Le entregan en su propio local
Mora				
Uvilla				

9. ¿Con que frecuencia adquiere este producto?

Producto	Frecuencia			
	Diariamente	Semanalmente	Cada 15 días	Mensualmente
Mora				
Uvilla				

10. ¿Qué cantidad de producto adquiere semanalmente?

Frecuencia	Menos de 10Kg.	De 10 Kg a 15 Kg.	De 15,1 a 20 Kg	Más de 20 Kg
Producto				
Mora				
Uvilla				

11. ¿Qué factor es más importante al adquirir el producto?

Calidad

Presentación

Bajos precios

12. ¿A qué precio Ud. adquiere normalmente estos productos?

Frecuencia	Menos de \$1.00/Kg	\$1.00/kg	Más de \$1.00/kg	\$2 .00/kg	Más de \$2.00/kg
Producto					
Mora					
Uvilla					

13. ¿Qué cantidad de producto Ud. vende semanalmente?

Menos de 5 Kg.

Entre 5 a 8 Kg.

Entre 8 a 11 Kg.

Más de 11 Kg.

## ANEXO F

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**  
**ENTREVISTA DIRIGIDA A UN TÉCNICO EN AGRONOMÍA**

**OBJETIVO:** La presente entrevista tiene por objeto recolectar información respecto a la producción de moras y uvillas para el desarrollo del proyecto de estudio de FACTIBILIDAD DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA COMUNITARIA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE FRUTAS.

**CUESTIONARIO:**

1. ¿Qué proceso de producción se sigue desde la siembra hasta la cosecha de estos productos?
  
2. ¿A qué enfermedades y plagas son propensos estos cultivos?
  
3. ¿Cada qué tiempo se realiza las fumigaciones y que costo tiene por una hectárea?
  
4. ¿Qué tipo de riego es el más recomendado en este tipo de cultivos?

**c. DATOS GENERALES:**

Nombre: ..... Género: ..... Edad: .....  
Nivel de Instrucción: ..... Cargo: .....  
Domicilio Sector: .....